

# **Тадбиркорлик асослари**

Кириш

**1-Боб. Пул ва тадбиркорлик ҳақида умумий тушунча**

Инвестициялаш – бу нима?

Пул тарихи

Молиявий ҳисобот

Актив ва пассивларнинг фарқи

Капиталнинг ўсиши ва пул оқими орасидаги фарқ

Фундаменталь ва техник инвестициялаш орасидаги фарқ

Активларнинг сифатини баҳолаш

Керакли одамларни топиш

Керакли активни танлаш

Диверсификациялашми ёки мутахассислашишми?

Таваккалчиликни камайтиринг

Солиқларни камайтиринг

Яхши ва ёмон қарзларнинг фарқи

Деривативлардан фойдаланишни ўрганинг

Хатолардан хулоса чиқаринг

Сизни камбағал қилувчи сўзлар

Сабаб ва мақсад

Режа

Жамғармаларнинг турлари

Депозит, банк омонати

Фойдали омонатлар, омонат фоизлари

Депозит бўйича фоизларни ҳисоблаш

Нима учун ва қандай пул жамғариш керак?

Пул жамғариш қоидалари

Валюта жамғариш қоидалари

Қандай қилиб пулларни тўғри сарфлашни ўрганиш мумкин?

**2-Боб. Бизнес**

Бизнес бошлаш имкониятлари

Бизнес-концепция

Бизнес-режанинг таркибий қисмлари

Бизнес режанинг маркетинг қисми. Маркетингнинг таркибий қисми

Маркетинг тушунчаси

Ишлаб чиқарадиган маҳсулот тури

Товарнинг типик ҳаётийлик даври/цикли

Товарнинг ўзига хос хусусиятлари

Харидорларингиз кимлар

SWOT таҳлил

Рақобатчилар таҳлили

Макро муҳит таҳлили

Бозордаги улушингиз қандай

Сотиш канали

Нарх қўйиш тизимлари

Нарх белгилаш стратегиялари  
Рекламадан фойдаланиш  
Маркетинг стратегиясининг асосий турлари  
Бизнесни институционаллаштириш шакллари  
Ўзбекистонда бизнеснинг ташкилий шакллари  
Хусусий корхона  
Акциядорлик жамияти (АЖ)  
Масъулияти чекланган жамият (МЧЖ)  
Кўшимча масъулиятли жамият  
Ишлаб чиқариш кооперативи  
Нодавлат нотижорат ташкилот  
Шўъба хўжалик жамияти  
Унитар корхона  
Дехқон хўжалиги  
Фермер хўжалиги  
Кичик бизнесни рўйхатдан ўтказиш босқичлари  
Рўйхатга олиш қадамлари  
Қайддан ўтказиш  
Лицензиялаш  
Лицензия олиш тартиби  
Лицензиялаш жараёни - мисол: Улгуржи савдо  
Бизнесни молиялаш ва кредит механизми  
Бизнесда ёрдамчилар  
Шартнома  
Тўлов воситалари  
Солиқ ставкалари  
Якка тартибдаги тадбиркорлар учун солиқ ставкалари  
Солиқ ҳисоботлари  
Хусусий тадбиркорликнинг фаолият турлари  
Ходимларни ёллаган ҳолда якка тартибдаги тадбиркорлик  
фаолиятни амалга ошириш  
Солиқ имтиёзлари  
2016 йил солиқ ставкалари  
Истеъмолчи билан ўзаро ҳамкорлик стратегияси  
Бизнесда таваккалчилик  
Бизнес – таваккалчилик сифатида  
Айрим таваккалчилик манбалари  
Таваккалчилик маданияти  
Таваккалчиликни рационаллаштириш  
Таваккалчиликни бошқариш  
Таваккал ва ходимлар  
Таваккалчилик ҳолатларини аниқлаш психологияси  
Бизнесни сотиб олиш  
Франчайзинг  
Франчайзинг афзалликлари нимадан иборат?

Ўзбекистонда франчайзинг ривожланишининг истикболлари  
Бизнеснинг қайси соҳаларида франчайзинг мавжуд?  
Франчайзинг тарихи ва географияси  
Франчайзинг турлари  
Иштирокчилар таркиби бўйича франшиза турлари  
Ўзбекистонда франчайзингнинг ҳуқуқий ва молиявий жиҳатлари  
Франчайзи бўлиш билан боғлиқ хавфлар ва қийинчиликлар  
Франчайзи бўлишга қай даражада тайёрсиз?  
Керакли франшизани топиш: ўзини-ўзи таҳлил қилиш ва дастлабки  
маълумотларни излаш  
Франчайзинг самарадорлигининг 12 мезони

Тармоқли маркетинг

MLM тарихи

Тармоқли маркетингнинг устунлиги

Муваффақиятли сетевикнинг қоидалари

Ҳомийлик қилиш (спонсорлаш) жараёни

1. Орзу ва мақсадлар билан ишлаш

Режалаштириш – тайм-менежментнинг ташкил  
қилувчиларидан бири

Тармоқли маркетингда режалаштириш

2. Бизнесга таклиф қилиш

Иш методлари

Танишлар рўйхати

Телефонда таклиф қилиш

Тавсиялар

MLMга жалб қилишнинг энг самарали шаблонлари

1-қадам: Шошилиш

2-қадам: Мақташ

3-қадам: Таклиф қилиш

4-қадам: Агар мен \_\_\_\_\_ , қиласизми?

5-қадам: Вақтни келишиш

6-қадам: Тасдиқлатиш

7-қадам: Вақт ва телефон номерини олиш

8-қадам: Суҳбатни тугатиш

3. Учрашув ёки презентация

Учрашувга қандай тайёрланиш керак?

Эътирозлар билан ишлаш

4. Тармоқли маркетинг тадбирлари

Сетевикнинг асосий билимлари

Чегараланмаган даромад олиш формуласи. Истак

Чегараланмаган даромад олиш формуласи. Ижобий фикрлаш

Чегараланмаган даромад олиш формуласи. Ўқитиш

Чегараланмаган даромад олиш формуласи. Ҳаракатлар

Фаол коммуникациянинг беш қадами

Бизнес ва қулайлик зоналари

Муваффақият ва ўзаро боғлиқлик  
МЛМда муваффақиятга эришиш сири. Дистрибьюторлар ва  
Етакчилар  
Командада ишлаш тизими

### **3-Боб. Кўчмас мулк**

Кўчмас мулк даромад манбаи  
Кўчмас мулкда пул топиш қандай ўрганиш мумкин?  
Кўчмас мулкка инвестиция қилишнинг устунликлари  
Кўчмас мулкка инвестиция қилиш усуллари  
Кўчмас мулкдан қандай даромад олиш мумкин?  
Ер участкаларига инвестиция қилиш  
Қурилаётган кўчмас мулкка инвестиция қилиш  
Турар жойларга инвестиция қилиш  
Квартираларни танлаш ва уларни ижарага бериш  
Чет эл кўчмас мулкига инвестиция қилиш  
Давлат кўчмас мулки билан ишлаш

### **4-Боб. Қимматли қоғозлар**

Қимматбаҳо қоғозларга инвестициялар  
Биржа нима? Фонд биржаси  
Фонд биржасида ишлаш  
Лондон фонд биржаси  
Қимматли қоғозларнинг турлари  
Акцияларга қандай инвестиция қилинади  
Акцияларни сотиш/олиш механизми қандай бўлади?  
Акцияларга қандай инвестиция қилишни бошлаш мумкин?  
Фундаментал анализ  
Техник анализ  
Савдо тизимлари ва стратегиялари  
Дивидентлар акциялардан пасив даромад манбаи сифатида  
Облигацияларга инвестиция қилиш  
Қимматли қоғозларнинг даромадлигини аниқлаш  
Имтиёзли акциялар бўйича дивидентлар  
Дивидент даромадлигини ҳисоблаш  
Хом-ашё товарлари ва товар фьючерслари  
Қимматбаҳо металларга инвестиция қилиш  
Олтинга инвестиция қилиш  
Кумушга инвестиция қилиш  
Платинага инвестициялар  
Заргарлик буюмларида пул жамғариш  
Нефть фьючерсларига қандай инвестиция қилиш мумкин?  
FOREX га кириш  
Биринчи қадамлар  
Форекс курси

Forex нима  
Forexнинг устунлиги  
Валюта жуфти  
Лот ва битим  
Савдо. Ордер, битим, позиция. Ордерларнинг турлари  
Баҳо ва спред  
Волатиллик ва мавсумийлик (сессиянинг)  
Тренд  
Флэт  
График анализ  
Бурилиш моделлари  
Давом этиш моделлари  
Индикаторлар  
Индикаторларнинг тренд (трендга эргашувчи) синфи  
Осцилляторлар синфи  
Фундаментал анализ  
Трейдинг психологияси  
Муаммо нимада  
Муваффақиятли савдо факторлари ва тажрибали трейдерларнинг  
маслаҳатлари  
Капитални бошқариш бўйича умумий тушунчалар  
Капитални бошқаришнинг бир неча қоидалари  
Таваккалчиликларни таҳлил қилишнинг муҳим кўрсаткичлари  
Автоматлаштирилган савдо  
Ғоя  
Формаллаштириш  
Тестлаш  
Созлаш

## Кириш

Муваффақият! Шу битта сўзда қанча маъно яширинган. Муваффақиятни ҳар ким ҳар хил тушунади ва қабул қилади. Ким учундир бу доимий иш ўрни, қатъий маош, уй ва машина бўлса, яна кимдир учун бу туганмас бойлик, бутун дунёга машҳур бўлиш, яна кимдир учун эса бутун дунё бўйлаб саёҳат қилиш имкониятидир. Хуллас, ҳар ким муваффақиятни ўзича тушунади.

Хўш, сиз учун муваффақият нима?

Ўзингизни ҳаётда муваффақиятга, ўз мақсадларига эришган деб ҳисоблайсизми?

Масалан, бизнинг оиламизда олий маълумот олиш ва ҳаётда ўз ўрнини топишга жуда катта урғу берилади. Дадам инженер бўлганлиги туфайли уйимизда ҳамиша жуда кўп китоблар ва журналлар бўларди. Биз шу китоблар даврасида катта бўлганмиз.

Дадамнинг ўзи машиналарнинг пири эди деса ҳам бўлади. У ҳар қандай машинани тузата оларди. У машинани тузата бошлаганда биз, ўғил болалар унинг ёнида бўлишимиз шарт эди. Унинг ёнида ёрдам бериб турардик.

У ҳар томонлама билимдон киши бўлиб, бизнинг қандай ўқиётганимизни назорат қилиб турарди. Мен мактабдаги ҳар қандай имтиҳондан албатта беш олардим, лекин дадамнинг имтиҳонидан зўрға 3 ёки 2 олардим. У мактабдагига ўхшаб фақат ёдлаб олишимизга баҳо қўймасди. У бугун ўрганган нарсамизни сўраб, шунга доир бирор масала берарди ва уни ечиб беришимизни талаб қиларди. Яъни ўрганган қоидаларимиздан амалда қандай фойдаланишни билишимизни текширарди. Албатта биз бундай имтиҳон топширишга ҳеч қачон тайёр бўлмасдик ва ушбу назоратларни жуда ёмон кўрардик.

Лекин худди шу нарса менинг олий таълим олишимда жуда асқотган. Институтда ўқиб юрган вақтларимда назарий маълумотлардан амалда фойдалана олишим менинг техника фанларини яхши ўзлаштиришимга сабаб бўлган. Бу фанлардан курс ишлари ва турли чизмаларни мен тезда ҳал қилиб кўярдим ва бошқа талабаларга ҳам ёрдам беришга вақтим бўларди.

Шу сабабли ҳам лойиҳалаш гуруҳида ҳам ярим ставкада ишлаб туриб, диплом ишимни ёқлаганман. Ҳамма талабалар диплом ишлари лойиҳасини қилишда анчагина сарф-ҳаражатлар қилаётган вақтда мен диплом ишини қилганим учун маош ҳам олганман.

Мен анча пайтгача тўғри йўлдан боряпман, ўқишим-ўрганишим, ўз касбимнинг устаси бўлишим керак ва бу менинг катта-катта лавозимларда ишлашимга имкон яратади ҳамда келажагимни таъминлашимда албатта ёрдам беради деб ишонганман.

Мен ҳали ҳам ўқиш-ўрганиш кераклигини таъкидлайман ва ҳар куни ўзимга керакли китобларни ўқийман. Бу менинг ҳаётимдаги энг биринчи интилишим ва бундай буён ҳам шундай бўлиб қолади. Фақат нимани ўқиш ва ўрганиш кераклиги ҳақидаги фикрларим кескин ўзгарган.

Чунки мактабда ва олий ўқув юртида аълочи бўлган йигит ва қизларнинг кўпчилиги кейинчалик ўз ҳаётларидан норози бўлиб ўтишаётганлигини кўп гувоҳи бўляпман. Жуда кўпчилик олий маълумотли кишилар диплом олганларидан кейин бирор идора ёки ташкилотга кириб ишлашга ва у ерда ўз карьерасини куришга ҳаракат қилишади. Бу иш фаолиятлари жараёнида улар нимага эга бўлишади? Кўпчилик ҳолларда бу уй ва машина сотиб олиш билан чекланади. Бу кишиларнинг ҳаётда бошқа эришган нарсасининг ўзи бўлмайди. Улар 21-22 ёшларида олий таълим муассасасидан чиқишади ва қарийиб 40 йил давомида ўзларининг корхоналари учун ишлашади. Улар пенсияга чиқишган пайтида қўлларида уйи, машинаси ва пенсиясидан ташқари бошқа бирорта ҳам даромад келтирадиган нарсаси бўлмайди.

Менинг ўзим бу нарсани 35 ёшимдан ошганимдан кейингина тушуна бошлаганман. Албатта, шу пайтгача мен турли даргоҳларда яхши ишларда ишлаганман. Лекин мен бирор кун ҳам ишлашни тўхтатиб тура олмаслигимни жуда кеч англаганимгагина афсусланаман. Чунки мен ишлашдан тўхтаган куним, оладиган даромадим ҳам тўхтар ва мен кун кўриш учун албатта бошқа иш қидиришга мажбур бўлар эдим.

Шу сабабли бизнес бошлашга қарор қилдим ва 2010 йилда биринчи бизнесимни бошлаганман. Ўша пайтда талабалар учун ошхона очишдан иш бошлаганман. Лекин бизнес юритишда билимимнинг етишмаганлиги ва пул оқимини ташкил қила олмаганим туфайли орадан бир йил ўтиб, бу ишим касодга учради ва ошхонани ёпишга мажбур бўлдим. Шундан кейин анча пайтгача кўрган зарарларимни қоплашга тўғри келган.

Иккинчи ташкил қилган кичик бизнесим компьютер ўйинлари ва интернет хизмати кўрсатиш эди. Бу бизнесни бошлаганимдан кейин бешинчи ойда бошлаган пайтимдан ҳам кўра анчагина кўпроқ зарар билан ёпишимга тўғри келган.

Албатта, бу ишларни қилганимдан ва бошлаган бизнесларимнинг менга фақат зарар келтирганидан мен ҳеч ҳам хафа бўлмадим деб айта олмайман. Чунки зарар кўриш ҳеч кимга ёкмайди. Лекин буни менинг тадбиркорлик фаолиятини тўғри йўлга қўя олмаётганимни, бу борада билимларим, кўникмаларим ва тажрибам етарли эмаслигини кўрсатиб берган дарс сифатида қабул қилдим ва ўз устимда ишлашни бошладим.

Тадбиркорлик асосларини, маркетингни, банклар, солиқ органлари билан ишлаш тартибини, миждозларга хизмат кўрсатиш усулларини, бизнес жараёнида бошқа тадбиркорлар билан бўладиган муносабатларни ҳамда бошқа бир қанча соҳаларни ўзлаштиришимга тўғри келди. Худди шу нарсалар менинг тадбиркорлик фаолиятини олиб боришимга, бошлаган ишимнинг муваффақиятли давом эттиришимга сабаб бўлди.

Лекин бунда энг қизиқ нарса шундаки, бу нарсаларнинг бирортаси бизга на мактаб ва на олий ўқув юртида ўргатилмаган. Ҳатто пулни қандай ишлатиш кераклиги ҳақида бизнинг уйимизда ҳам бирор марта ота-онам билан гаплашганимни эслай олмайман.



Шуни эслайманки, бизда ҳеч қачон ортикча пул бўлмаган ва ҳеч қачон ўзимиз истаган нарсани сотиб ола олмаганмиз. Ҳамиша арзон нарсаларни сотиб олишимизга тўғри келар эди. Бошқа болаларнинг қимматбаҳо кийимларда ва қўлларида антиқа нарсалар билан юрганини кўриб ҳавасим келар эди. “Меҳнатнинг таги роҳат” эканлиги ва “Яхши ўқисак, катта ишларда ишлашимиз мумкинлиги” айтилган, лекин ҳеч қачон катта ишда кўп пул олиш мумкинлиги ҳақида ҳам гапирилмаган. Нимагадир бизда (нафақат бизнинг уйда, кейинчалик билсам ҳаммада ҳам шундай экан) пул мавзуси тақиқланган мавзу эди.

Пул ҳақида умуман гапирилмас ёки гапирилганда ҳам унинг йўқлиги, камлиги ҳақида гапирилар эди. “Нима, пулни супуриб оляпманми?”, “Пул сенга дарахтининг япроғими? Уни аяб ишлатиш керак” каби маънодор гапларни эса ҳар қадамда эшитиш мумкин. Айниқса кейинги пайтларда бу гапларни жуда кўп эшитишимга тўғри келяпти.

Жуда кўп кишилар пул топишнинг фақат битта йўлини билишади. У ҳам бўлса, қаердадир ишлашдир. Агар улар бирор корхонада ишламасалар ёки деҳқончилик қилиш учун ерлари бўлмаса, бошқа ҳеч нарса қила олишмайди. Бундай кишилар шу заҳотиёқ “кам таъминларган”лар қаторига кириб қолишади. Агар уларга бирор бизнес билан шуғулланиш кераклиги ҳақида гапирсангиз, шу заҳоти сизга нима сабабдан буни қилмаслик кераклиги ҳақида минглаган сабабларни қалаштириб ташлайди. Аслида у шу бизнесни қилиб ўз аҳволини яхшилаб олиши учун сабаби кўпроқ бўлса ҳам, нимагадир кўпчилик айнан нима сабабдан қилмаслик кераклиги ҳақида маълумот йиғишади.

Бу уларнинг молиявий жиҳатдан маълумотлари йўқлиги ва таваккал қилишдан кўрқишларидан келиб чиқади. Албатта буни қандай қилишни ва нима қилса бу ишда муваффақиятга эришишини билмаган одамнинг кўрқиши табиийдир. Шунинг учун ҳам бугунги кунда кенг омма орасида молиявий билимларни кенг ёйиш асосий вазифалардан биридир.

Бундан ташқари бизда бой кишиларга нисбатан қарашнинг салбий эканлиги ҳам бизнинг ўз аҳволимизни яхшилашга ҳаракат қилмаслигимизнинг яна битта сабабидир. Кўпчиликнинг наздида бой одам – бу бошқаларни эзиб, кимнингдир ҳақини еб, кўп пул тўплаган одамдир. Шунинг учун ҳам кўпчилик “бойиб кетсам, одамлардан ажралиб қоламан, ҳаммага ёмон кўринаман” деб ўйлайди ва ҳозирги аҳволи қанчалик ёмон бўлса ҳам, шу ҳолатда қолишни маъқул кўради.

Агар ҳаётимизга молиявий нуқтаи назардан қаралса, унда аниқ ажратилган учта қисмни кўриш мумкин:

1-босқич. Ота-она, мактаб, коллеж, олий таълим. Бу босқичда фақат билим олинади ва уни амалда қўллаш ҳақида ўйлаб ҳам кўрилмайди. Бу вақтда олинган билимлар кейин ҳаётимизни таъминлашимиз учун керак деб ҳисобланади.

2-босқич. Биз ишлай бошлаймиз ва бизнинг даромадларимиз оша бошлайди. Балки даромадимиз биз истаган даражада тез ва кескин ошмас. Лекин биз йиллар ўтиши билан мутахассис сифатида ўз баҳоимизга эга

бўламиз, танишлар орттираммиз. Агар иш жойимизни тасодифан қисқартирадиган бўлишса ҳам энди биз ишни 22-24 ёшимиздагидай нолдан бошлашимиз керак бўлмайди. Агар ёшимиз панд бермагандаку, ҳаммаси зўр бўларди...

3-босқич. Тахминан 60 ёшга етганда одамларнинг кўпчилиги мутахассис сифатида ҳеч кимга керак бўлмай қолади. Ҳудди шу вақтда бизнинг танишларимиз ҳам (кўпинча улар тенгдошларимиз бўлади) ишдан кетишади. 70 ёшида ҳам 35 ёшдагидай кўп пул ишлаб топаётган одамни учратишингиз жуда қийин иш! Шу вақтда бизнинг даромадимиз ва имкониятларимиз кескин пасаяди. Лекин харажатларимиз сақланиб қолаверади ва ҳатто ошади ҳам! Одам ўзининг актив даврида (2-босқич) қанчалик муваффақиятли бўлган бўлса, ушбу 3-босқич у учун шунчалик қийин бўлади. Унинг катта уйи, машинаси (айрим ҳолларда бир нечта) бўлади, оиласи турли дам олиш тадбирларида доимий иштирок қилишга ўрганиб қолган ва ҳ.к. Хўш, кейинчи? Энди буларнинг ҳаммасини сақлаб туриш керак! Каптивадан автобусда юришга ўтиш жуда оғир бўлади! Квартира, уй ва дачаларнинг ўз харажатлари бор. Яхши одатлардан ҳам воз кечинг келмайди. Унда буларнинг ҳаммаси нимага керак эди? Ҳаётинг яхши бўлсаю, қачондир унинг тугашини билсанг, бундан ҳам ёмони бўлмаса керак...

Лекин сизга яхши янгиликим ҳам бор. Бу янгилик шундан иборатки, сиз ушбу ҳолатни ЎЗГАРТИРА ОЛАСИЗ! Ғоя жуда оддий: доимий даромад манбаини яратиш керак. У сизнинг ишлаш ёки ишламаслигингиздан, ёшингиздан қатъий назар ҳамиша даромад келтириб туриши керак. Сиз бу манбани истаган вақтингизда яратишингиз ва қачон 60 ёшга киришингизни кутиб ўтирмаслигингиз мумкин.

Тасаввур қилинг, сиз кейинги ойдан бошлаб ҳар ойнинг биринчи куни 1000 доллардан ола бошлайсиз. Агар бу сумма 10 000 доллар бўлсачи? Ва бу ҳолат умрингизнинг охиригача давом этади! Ёмон бўлмасди-а? Агар истасангиз, яна ишлашда давом этаверишингиз мумкин, истамасангиз, бемалол дам олишингиз ҳам мумкин!

Бу нарса ҳар томонлама тўғри бўлган бўлар эди. Одам шунча меҳнат қилди, кўп нарсаларга эришди. Энди шундай вақт келиши керакки, у **ишламаса ҳам бўлиши** керак! У хотиржам яшаши, ҳаётдан лаззатланиши ва ўзининг ҳаёт даражасини ўзгартирмасдан сақлаб тура олиши керак. Ўзининг одатланиб қолган шахсий харажатларини қоплайдиган даромад олиб туриши керак. Бу эса истаган бир ақлли одам учун жуда қизиқ молиявий стратегик вазифадир.

Агар сизга давлатдан оладиган нафақангиз этади деб ўйласангиз, бу кейинги ёзилганларни ўқимасангиз ҳам бўлади.

Ушбу маълумотлар бизнинг билимларимиздаги ана шу бўшлиқларни тўлдириш, пул ва тадбиркорлик оламига кўрқмасдан, дадил кириб бора олишимиз учун керак бўладиган минимал билимлар ва кўникмаларни олиш учун ёрдам беради.

Пул ўзи нима? Аслида ҳам пул шу даражада камёб нарсами? Нимага у ҳаммага етмайди? Нимага жамиятда даромади ва бойлиги турлича бўлган одамлар мавжуд? Бойлар нима сабабдан бойиб кетишган ва камбағаллар нима сабабдан камбағал ҳаёт кечиришяпти? Бойлар камбағаллардан нимаси билан фарқ қилишади? Улар камбағаллар қилмайдиган нима ишларни қилишади? Нима қилса кўп пул ишлаб топиш мумкин? Бой бўлиш учун канча пул етарли? Бу пулларни қандай сақлаб қолишим ва ўзимга фойдали тарзда ишлатишим мумкин?

Ушбу китоб шундай ва шунга ўхшаш саволларга жавоб бериш мақсадида ёзилди. Уни ўқиб чиқиб, сиз ўзингизни қизиқтирган жуда кўплаган саволларга жавоб оласиз ҳамда олган билимларингиздан ўз ҳаётингизни ўзгартириш мақсадида фойдаланасиз деган умиддаман.

## 1-Боб. Пул ва тадбиркорлик ҳақида умумий тушунча

Юқоридаги саволларга жавоб бериш учун пул, тадбиркорлик, бизнес ва инвестициялар ҳақида бир қатор нарсаларни билиб олишимиз керак бўлади. Етарлича молиявий билимларга эга бўлмаган кишилар ҳаёт – бу яшаб қолиш учун курашдир деб ўйлашади. Бунинг асосий сабаби уларнинг молиявий билимларининг камлигидир. Одамларнинг молиявий билимлари нақадар кенг ва чуқур бўлса, уларнинг ҳаётга бўлган қарашлари шунчалик хотиржам бўлади ва уларнинг ўзларига бўлган ишончлари орта боради. Реал ҳаётда бўладиган ўзгаришлардан ўзининг фойдаси учун фойдалана олишини билган киши ўзига ва ҳаётига бўлган ишончи юқори бўлади.

Қуйида шахсий молияни бошқариш, тадбиркорлик ва инвестицияларга таалукли бўлган ва биз билишимиз керак бўлган минимал тушунчалар ҳақида гапирилади. Бу тушунчаларнинг кўпчилиги кенг омма орасида мавжуд тушунчаларга зид келади. Уларни ўзлаштириш билан сиз ўзингизнинг ҳаётдаги мақсадларингизга етишишингиз, ҳаётингизни тубдан ўзгартиришингиз учун асос яратасиз. Албатта бу билимларнинг ўзи етарли бўлмайди. Лекин асос бўлса, унинг устига истаган иморатингизни қуришингиз мумкин бўлади.

## Инвестициялаш – бу нима?

Wikipedia маълумотномасида инвестицияга қуйидагича таъриф берилган:

***Инвестиция** (инглизча Investments) — фойда олиш мақсадида капитал жойлаштиришидир. Инвестициялар замонавий иқтисодиётнинг ажралмас қисмидир. Инвестициялар кредитдан инвестор учун таваккалчилик даражаси билан фарқ қилади. Кредит берилганда амалга ошириладиган*

лойиҳанинг фойда бериши-бермаслигидан қатъий назар кредит ва унинг фоидалари келишилган вақтда қайтарилиши шарт. Инвестициялар (инвестиция қилинган капитал) бўлса фақат даромад келтирадиган лойиҳалардагина фойда келтиради. Агар лойиҳа зарарли бўлса, инвестициялар қисман ёки бутунлай йўқотилиши ҳам мумкин.

**Инвестицион фаолият** — фойда олиш ва/ёки бошқа фойдали эффектга эришиш учун маблағ киритиш ва амалий ҳаракатларни амалга оширишдир.

Оддий одамга инвестициялар ҳақида гапирсангиз, у сизга бунинг учун катта пул бўлиши кераклиги ва унда бунча пулнинг йўқлиги ҳақида айтишни бошлайди. Бундай оддий одамлар бўлса бизнинг атрофимиздагиларнинг деярли 99 фоизини ташкил қилади десам адашмайман.

Аслида ҳам инвестиция қилиш шу даражада қийин ишми? Инвестиция қилиш учун албатта катта пул бўлиши керакми? Нималарга инвестиция қилиш мумкин? Келинг шулар ҳақида гаплашиб олсак.

Энг аввал нималарни инвестиция қилиш мумкинлигини аниқлаб олсак. Оддий одамнинг нималари борлигидан бошласак. Ўртача одам жисмоний кучга эга ва уни бирор нарсага ишлатиш мумкин. Демак у жисмоний кучини инвестиция қилиши мумкин. Оддий бир хилдаги ва куч билан бажариладиган ишларда ишлайдиганларнинг барчаси ушбу турдаги инвестиция билан шуғулланишяпти.

Иккинчидан, ҳар қандай одамнинг вақти бор ва бу вақтни сарфлаш мумкин. Вақтини ҳамма инвестиция қилади, фақат кимлардир уни ўз фойдаси йўлида ишлатса, бошқалар кимларнидир бой қилиш учун сарфлашади. Яъни улар ўз вақтларини маош эвазига бировнинг ишини қилиш билан ўтказишади.

Учинчидан, ҳар қандай одамнинг ақли, бирор соҳада билими ва тажрибаси бор. Уларни инвестиция қилиш имконияти ҳақида жуда кам одамлар ўйлаб кўришади. Яна бир томони ҳам борки бошида сиз ўз вақтингиз ва кучингизни молиявий билимларингизни кенгайтиришга ва инвестициялар борасида билим олишга сарфласангиз (инвестиция қилсангиз), бу инвестициянгиз келгусида сизнинг ҳаётингизнинг тўқислигини таъминлайди.

Тўртинчидан ҳар қандай одам яшаш учун озгина бўлсаям қаердандир пул топяпти. Ана шу пулларни кичикинагина фойда келтирадиган бирор активга инвестиция қилишингиз мумкин. Эсингиздан чиқмасин, ҳар қандай катта иш ҳам биринчи қадамни кўйишингиздан, ҳаракатни бошлашингиздан бошланади. Агар ҳаракатни ҳозир бошламасангиз, ҳеч қачон сиз инвестиция қилишни ўрганиб олмайсиз ва бой одамга айланиб қолмайсиз.

Демак, асосий инвестиция қиладиган нарсаларимиз: куч, вақт, билим ва пул экан. Инвестиция қилишга бир тийин ҳам пулим йўқ деган одамда ҳам инвестиция қилиш мумкин бўлган учта нарса бор ёки уларнинг дастлабки иккитасини инвестиция қилиб учинчисини эгаллаши мумкин. Ана шундан кейин у вақти ва билимини пул топишга ёки бор пулларини кўпайтиришга

қаратиши мумкин бўлади. Бу дегани инвестиция қила олмайдиган инсоннинг ўзи бўлиши мумкин эмас деганидир. Бу гап сизга ҳам тааллуқли!

**Нималарни инвестиция қилишимиз** мумкинлигини аниқлаб олганимиздан кейин энди **нималарга инвестиция қилишимиз** мумкинлигини аниқлаб олсак. Бу нарсаларга инвестиция қилишимиз бизнинг ҳаётимизни пул билан таъминлаб бериши мумкин бўлган бирор активга эга бўлишимизга олиб келади.

1. Катта оила
2. Қўллаб-қувватлаш давлат дастурлари
3. Яхши таълим олиш
4. Юқори маошли иш
5. Касб
6. Уй ва машина
7. Омонатлар
8. Пенсия режаси
9. Қимматли қоғозлар
10. Яхши молиявий таълим
11. Бизнес ташкил қилиш
12. Чегараланган ҳамкорлик
13. Номоддий активлар (патентлар, лицензиялар, фойдаланиш ҳуқуқи, муаллифлик ҳуқуқи, товар белгилари, ноу-хау ва бошқалар)
14. Кўчмас мулк
15. Валюталар
16. Қимматбаҳо металлар
17. Тўғридан-тўғри акционерлик инвестициялари фондлари
18. Қимматли қоғозларни хусусий жойлаштириш
19. Хеджинг фондлари

Бу рўйхатга инвестиция киритиш мумкин бўлган жуда кўплаган бошқа йўналишлар ва соҳалар киритилмаган. Уларни ўзингиз кўшимча қилишингиз мумкин. Бу ерда инвестициялар фойда бериш даражасининг ошиб боришига қараб жойлаштирилган.

Ҳар қандай одам ҳам ўзида мавжуд ресурсларни бирор нарсага инвестиция қилади. Шундай экан Сиз ҳозирги пайтда қайси даражада инвестиция қилияпсиз? Тезда рўйхатга қаранг ва қайси даражагача инвестиция қилаётганлигингизни ўзингиз учун аниқланг. Агар бу ишни ҳалигача қилмаган бўлсангиз, ўқишдан тўхташ ва албатта қайси даражадаги инвестор эканлигингизни аниқланг.

Энди бу ишни нима сабабдан қилганлигингизни аниқлаймиз. Агар сиз рўйхатдаги биринчи ёки иккинчи даражадаги нарсаларгагина инвестиция қилаётган бўлсангиз, демак сиз камбағаллар қаторидан мустаҳкам ўрин эгаллагансиз. Агар 2-9 инвестициялар билан шуғулланаётган бўлсангиз, сиз ўртаҳоллар қаторидасиз. 1 дан 9 гача бўлган инвестицияларнинг кўпчилиги сиз ишдан тўхташингиз билан даромад беришдан тўхтайдиган ёки жуда кам миқдордагина даромад бериб туради. Агар бу ҳолатингиз сизни

қониқтираётган бўлса, ўқишни шу ерда тўхтатинг ва кейин уни қўлингизга олманг. Менинг бўлса тутаётган йўлингизнинг охири бахайр бўлишини тилашдан бошқа иложим йўқ.

Агар сиз тўкин ҳаёт кечирмоқчи, бадавлат бўлмоқчи, жамият учун фойдали ишлар қилмоқчи бўлсангиз, 10 рақамли инвестициядан бошлаб инвестиция қилишни бошлашингиз керак бўлади.

Бой бўлиш учун молиявий таълим олишдан бошлаш керак бўладиган бўлса, бундай билимни қаердан олиш мумкин ва у қанчага тушади деган савол пайдо бўлади. Ҳозирги кунда молиявий таълим берувчи бир қанча мактаблар бор.

1. Анъанавий бизнес мактаблари. Бу курслар коллежлар ва университетларда ўқитилади ва талабаларга анъанавий ўқитиш курсларини таклиф қилади. Бунинг натижасида талабалар бакалавр ёки магистр даражасини олишади.

2. Оилавий бизнес мактаблари. Авлоддан авлодга ўтиб келувчи бизнес билан шуғулланувчи оилаларда тегишлича таълим олиш имконияти бўлади. Бунинг учун ушбу оиланинг аъзоси бўлиш керак.

3. Корпоратив бизнес мактаблари. Кўпгина компаниялар уларда ишлашни истаганлар учун бизнес юритишнинг махсус дастурларини таклиф қилишади. Бундай курсларни тугатганидан кейин ушбу киши компанияда ишлай бошлайди ва унда лавозимларга кўтарилади. Кўпинча ҳатто компаниялар ўқиш ва кейинчалик малака ошириш учун ҳам пул тўлашга рози бўлишади. Бундай таълим олган кишилар ушбу компаниянинг турли филиалларида, бўлимларида бўлиш, унинг бутун иш жараёнининг тўлиқ ўрганиши ҳамда тажриба тўплаши имкониятига эга бўлишади.

4. Кўча бизнес мактаби. Ушбу тадбиркорлик мактаби сиз ўзингиз учун қулай бўлган корпоратив ёки оилавий партани тарк этганингиздан кейин бошланади. Бу ерда сиз реал ҳаёт билан тўқнашувларда тажриба орттиришингиз керак бўлади.

Анъанавий бизнес мактаблари ёлланма ишчилар ва мустақил мутахассислар тайёрлаш учун хизмат қилади ва унда ўқиганлар албатта бой бўлади ҳамда ҳаммаси ҳам ўз йўлини топиб кета олади деб айта олмаймиз. Оилавий бизнес мактабига кириш учун эса кўпчиликда имконият йўқ. Демак бизнинг ихтиёримизда молиявий билимларни ўргатиши мумкин бўлган иккитагина йўл қоляпти.

Сиз ўзининг ўқитиш тизимига эга бўлган бирор фирмага ёки компанияга ишга киришингиз ва унинг таркибида бизнесни ўрганишингиз, мансаб пиллапояларидан кўтарилиб бориш жараёнида янада кўпроқ билимларга эга бўлишингиз мумкин. Ўзбекистонда мавжуд шароитда сизнинг молиявий ва тадбиркорлик малакангизни оширишга имкон берувчи кўпчилик компанияларга ишга киришингиз учун олдин анъанавий олий таълимга эга бўлишингиз ва ушбу компаниянинг талабларига жавоб берадиган бўлишингиз керак бўлади. Бу дегани имконият тенг ярмига қисқарди деганидир. Лекин яхши янгилик шундаки тармоқли маркетинг билан шуғулланувчи компанияларнинг сони кейинги пайтда жуда кўпайиб

бормоқда ва уларнинг орасидан яхши молиявий таълим берадиган ўқитиш тизимига эга бўлганини танлаб, унга қўшилишингиз мумкин. Бу ерда сиз бизнес асослари ва одамлар билан мулоқот қилиш ҳамда сотиш кўникмаларини эгаллашингиз мумкин.

Кўча бизнес мактабида эса сиз ўзингизнинг шахсий бизнесингизни ташкил этишингиз билан ўқишингизни бошлайсиз. Бу ерда сиз турли давлат ва назорат органлари, банклар, мижозлар, етказиб берувчилар, бошқа тадбиркорлар билан бўладиган муносабатлар давомида ҳақиқий бизнес олами қандай эканлиги, турли молиявий ҳолатларда қандай йўл тутиш сиз учун фойдали эканлигини ўрганасиз. Ўзингиз йўл қўйган хатоларингиздан тўғри хулосалар чиқарасиз ва уларни ҳамкорларингиз билан биргаликда ҳал қиласиз. Бу энг кучли бизнес мактабидир. Унда таълим олган бизнесмен ҳатто бизнеси синиб, қарзга ботиб қолган ҳолатида ҳам янги бизнес бошлаш ва ўзининг аҳволини тўрилаб олиш кўникмасига ва тажрибасига эга бўлади.

Албатта сизнинг молиявий билимларингизни оширишда турли бизнес-тренинглар ва семинарлар катта роль ўйнайди. Уларнинг айримларида анъанавий бизнес мактабларида йиллар давомида оладиган билимингизни санокли кунлар ичида олишингиз имконияти бўлади. Шундай экан, сизни қизиқтирган мавзулардаги турли бизнес тренинглар ва семинарларда албатта қатнашинг ва ўзингизнинг молиявий билимларингизни ва кўникмаларингизни оширинг.

Шу билан биргаликда китоблар орқали билим олишни ҳали ҳеч ким бекор қилгани йўқ. Шундай экан ўзингизни қизиқтирган соҳа мутахассисларининг ёзган китоблари, буюк бизнесменларнинг ҳаёти ва фаолиятини албатта чуқур ўрганишингиз керак.

Молиявий билим ва тажриба орттиришда турли бизнес ўйинларнинг ролини ҳам камситмаслик керак. Улар сизга реал пулларингиз билан таваккал қилмаган ҳолда бизнес юритиш ва инвестициялар қилиш тажрибасини орттиришингизга ёрдам беради. Ҳудди шу мақсадда биз машҳур “Пул оқими” ўйинининг Ўзбекистон шароитига мосланган вариантини ишлаб чиққанмиз. Бу ўйин сизга ҳеч қандай таваккалчиликларсиз қимматли молиявий билим ва тажрибалар беради.

## Пул тарихи

Пуллар ҳам одамзот билан биргаликда эволюцион тарзда ривожланиб келган. Дастлаб, пул бўлмаган вақтларда маҳсулотлар бартер усулида алмашилган. Масалан, қўйни болтага, товукни буғдойга, михни мевага ва ҳаказо. Лекин бундай алмашилишнинг жуда кўп ноқулайликлар келтириб чиқариши аниқдир. Чунки қўйни бермоқчи бўлган одамнинг болтага эҳтиёжи бўлмаслиги мумкин. Унга буғдой керак бўлса, сиз олдин болтани буғдойга, кейин буғдойни қўйга алмаштиришингизга тўғри келади. Бу ҳолда ҳам турли муаммолар келиб чиқади. Битта болтага қанча буғдой берилиши ва қанча буғдойга битта қўй берилишини ҳал қилиш керак бўлиб қолади.

Ана шундай муаммолар туфайли ҳамма бирдай қабул қиладиган умумий алмашинув бирлиги қабул қилиш эҳтиёжи пайдо бўлган. Пул алмашув жараёнини анча осонлаштиради. Энди темирчининг қўйи бор кишиларнинг ҳаммаси билан учрашиб, уларга ўз товарини таклиф этишига ҳожат қолмайди. Чунки у ўз болтасини истаган бир кишига сотиши ва тушган пулга зарур нарсаларни сотиб олиш мумкин. Ушбу ҳолда пул жамият (харидор қиёфасида) нинг темирчи меҳнатини тан олгани, уни муайян тарзда баҳолалаганлиги ва темирчига тегишли миқдорда иқтисодий неъматлар сотиб олиш ҳуқуқини берганлигини кўрсатувчи тилхат бўлиб хизмат қилади. Негаки, меҳнат нархи ҳажми товар учун берилган пул ҳажмида ифодаланади.

Товарлар бир-бирига нисбатан қийматли бўлганлиги учун айирбошланади. Товарнинг қиймат шакллари пул кўринишига ўтгунга қадар бир қатор босқични босиб ўтди. Тарихда турли маҳсулотлар бир-бирининг эквиваленти ролини ўйнаган. Булар кўпчилик ҳолларда турли донлар, тери, ҳайвонлар, зайтун ёғи, фил суяги, сут бўлган. Кейинчалик уларнинг ўрнига чифаноқлар, мунчоқлар ишлатила бошланди.

Товар муносабатларининг ривожланиши натижасида қийматнинг умумий шакли вужудга келади. Энди барча товарлар ўз қийматларини фақат битта товар истеъмол қийматида намоён этадиган бўлади.

Умумий эквивалент вазифасини ўтовчи товарлар осонликча майда бўлақлар, қисмларга бўлиниши, ўз сифати ва ҳажмини ўзгартирмаслиги, об-хаво, турли табиат таъсирларида тез бузилмаслиги ҳамда олис масофаларга осонлик билан олиб бориб, савдо қилишда афзалликларга ва узоқ вақтгача сақлаш имкониятларига эга эканлиги билан ажралиб туради.

Вақтлар ўтиши билан деярли ҳамма ерда бундай вазифа мис, кумуш ва олтинга ўтади. Бу эса қийматнинг пул шаклига ўтишига олиб келади. Шундай қилиб, **Товар – Товар** шакли **Товар – Пул – Товар** формуласига айланади. Пул ҳисоб бирлиги (қиймат ўлчови) сифатида ишлатила бошлайди.

Шундай қилиб, пул ҳамма товарлар учун умумий эквивалент бўлиб, барча товарлар пулга нисбатан оддий товар мавқеини олади.

Товарлар пул билан бўлган муносабатларда у орқали ўзининг қийматини ифода этади.

Бугунги кунда пул деярли бутунлай қоғоз шаклга ўтган ва ҳукуматнинг қарз тилхати вазифасини бажаради. Улар ўзларича ҳеч қандай қийматга эга эмаслар. У шунчаки бошқа объектларда мавжуд қийматнинг деривативи (ҳосиласи)дир. Олдинлари пул олтиннинг ҳосиласи бўлган бўлса, ҳозирга келиб мамлакатнинг солиқ тўловчилар олдидаги қарз мажбуриятидир.

Бугунги кунда пуллар товук, қўй, олтин ва кумуш каби моддий объект бўлиб ҳисобланмайди. У ҳукуматнинг обрўси билан мустаҳкамланган ғоядир. У ёки бу мамлакат қанчалик кўпроқ ишончга сазовор бўлса, унинг пули шу даражада қадрлироқ бўлади. Пулнинг моддий жисмдан ғояга айланиб қолганлиги унинг нималигини тушуна олмаслигимизнинг асосий сабабларидан биттасидир. Кўринмайдиган, сезилмайдиган, ушлаб бўлмас нарсани тушуниш ҳам қийин бўладида.



Шу ерда резерв валюта тушунчасини ҳам кўриб чиқиш керак бўлади. Куйида резерв валюта тушунчасининг Wikipedia сайтыда келтирилган тавсифи берилади.

*Резерв валюта – бу умум тан олган миллий валютадир ва уни бошқа мамлакатларнинг миллий банклари валюта резервларида сақлашади. У инвестицион актив вазифасини бажаради ҳамда валюта паритетини аниқлаш усулидир. Шу билан биргаликда валюта интервенцияларини амалга ошириш воситаси ва халқаро ҳисоб-китобларни амалга ошириш учун ишлатилади.*

Олдинлари резерв валюталар асосан товар хом-ашё бозорларида (нефть, олтин ва бошқалар) ҳисоб-китоблар учун қўлланилган бўлса, ҳозирда, айниқса Осиё давлатларида, резерв валюталар ўз валютасининг кучини камайтириб, экспорт рақобатбардошлигини ошириш ҳамда турли молиявий инқирозлар ҳолати учун резерв сифатида олтин валютали резервларни тўплаш учун ишлатилади.

Бундай валютани чиқарувчи мамлакат маълум устунликларга эга бўлади: тўлов баланси дефицитини миллий валюта билан ёпиш имконияти, дунё бозорида миллий корпорацияларнинг тутган ўрнини мустақкамлашга ёрдам бериш ва бошқалар. Лекин валютани резев валюта даражасига чиқариш уни чиқарувчи мамлакатга валютанинг стабиллигини таъминлаш, валюта ва савдо чеклашларини олиб ташлаш, тўлов баланси дефицитини йўқотиш бўйича чораларни кўриш мажбуриятларини ҳам юклайди.

Дастлаб резерв валюта сифатида халқаро ҳисоб-китобларда ҳукмронлик даражасини сақлаб турган англия фунт стерлинги қабул қилинган эди. Бреттон-Вуд (АҚШ, 1944 йил) конференцияси қарорига кўра АҚШ доллари ҳам резерв валюта сифатида қабул қилинади ва тез орада халқаро ҳисоб-китобларда ҳукмрон позицияни эгаллайди. Бошқа барча мамлакатларнинг пуллари АҚШ долларига боғланиб қолади, чунки у олтин билан таъминланган валюта эди. Ушбу олтин стандарт амалда бўлган пайтда дунё иқтисодиётида стабиллик ҳукм суради.

1976 йилнинг 8 январида Ямайка валюта конференциясида ҳозирги пайтда амалда бўлган Ямайка валюта тизими расмий равишда қабул қилинади. Унга кўра валюта курслари эркин ўзгариши мумкинлиги кўзда тутилган.

Ямайка битими биринчи марта олтинни демонетизация қилишни юридик жиҳатдан расмийлаштирди. Яъни у пул ва олтин орасидаги боғлиқликни узди. Энди пуллар олтин билан таъминланиши шарт бўлмай қолди. Бу дегани пуллар фақат қоғозга айланишди ва уларнинг кучи уни чиқараётган мамлакат ҳукуматига бўлган ишончлигини кўрсатувчи қиймат бўлиб қолди ҳамда пуллар инфляцияга дучор бўлиши тан олинди. Шундан кейин пуллар фақат тўлов воситасига айланишди. Энди пулларни бир жойда йиғиб қўйиш уларнинг йўқолишига олиб кела бошлади. Пул ўз қадрини сақлаб туриши учун у доимий равишда ҳаракатда бўлиши, бир активдан иккинчисига ўтиб туриши керак бўлиб қолди. Яъни пулни йиғиб қўйган

киши ютқизадиган бўлди. Чунки уни инфляция еб қўяди. Пулни қарзга олишингиз эса ютишингизга сабаб бўла бошлади.

Олтиннинг дунё валюта тизимидан чиқариб ташланишига қарамасдан у халигача дунё пули вазифасини бажариб келмоқда ҳамда халқаро резерв воситаси сифатида ишлатилади.

Ҳозирги пайтда бешта асосий миллий валюта резерв валюта сифатида Халқаро валюта фонди томонидан тан олинган. Булар: АҚШ доллари, Евро (1999 йилдан Немис маркаси ва Франция франки ўрнига), Англия фунт стерлинги, Япон иенаси, Швейцария франки. 2016 йилнинг 1 октябридан бошлаб Хитой юани ҳам халқаро резерв валюта сифатида халқаро валюта фонди томонидан эътироф этилди. Ҳозирги кунда Россия ҳам ўз рублини резерв валюта сифатида тан олиншига эришиш ҳаркати қиляпти.

1976 йилдан буён бутун дунё иқтисодиёти фақат қарзни ошириш йўли билангина ривожланиб келмоқда. Чунки бизнинг ишлатаётган пулларимиз, аслида қарз тилхатларидир. Назарий жиҳатдан олиб қараганда. Агар ҳамма ўз қарзларини тўласа, пул ҳозирги шаклида умуман йўқолиб кетиши керак.

Ҳозирги молиявий инқироз АҚШда 2007 йилда қарз олганлар ўз кредитлари учун тўловларни амалга оширмай қўйганларидан келиб чиқди ва халигача давом этапти. Бутун дунё пулларининг АҚШ долларига боғлиқлиги туфайли у ердаги қарз бозорининг қулаши бошқа мамлакатларда ҳам инқирознинг юзага келишига олиб келди.

Бу шароитларда молиявий билимларни эгаллаш жуда муҳим аҳамият касб этади. Чунки яхши ва ёмон қарз орасидаги фарқни билишимиз керак бўлади. Ёмон қарз сизни янада камбағаллаштиради, яхши қарз эса бойишингизга ёрдам беради. Ишлатаётган пулларимиз қарз тилхати бўлганлиги сабабли молиявий билимларимизни оширишимиз қарзлардан ўз молиявий аҳволимизни яхшилашда фойдаланишни ўрганишимизга олиб келади.

Бугунги кунда жуда кўпчилик пул учун ишлашни билади, лекин пулни қандай қилиб ўзига ишлатишни билмайди.

Қуйида Роберт Кийосаки таклиф қилган пул оқими квадранти кўрсатилган. Унга кўра дунёдаги барча одамлар пулни ушбу квадрантларнинг бирортасидан ёки бир вақтнинг ўзи бир нечтасидан олишади. Ундаги ҳарфлар қуйидагиларни билдиради:

Е — ёлланиб ишловчилар (employee);

S — мустақил мутахассислар (масалан, усталар, врачлар, адвокатлар) ва кичик бизнес эгалари (self-employed ёки small business);

В — йирик бизнес эгалари (business owner);

I — инвесторлар (investor).

Мақтаблар ва олий таълим дастурлари Е ва S секторларида ишлашни ўргатишга мўлжалланган. Лекин улар В ва I секторларида яшаш ва ишлашни ўргатишга мўлжалланмаган. Ҳатто олий маълумотли иқтисодчилар ҳам бирорта корхонада ишлаш учун



1-расм

тайёрланишади. Биз эса семинарларимиз ва тренингларимизда айнан бизнес ва инвестицияларни ўрганишга асосий эътиборимизни қаратамиз.

Пулнинг келиб чиқиш тарихи ва замонавий пулларнинг аҳволи билан танишишингиз молиявий билимларни эгаллашингиз қай даражада муҳим эканлигини тушунишингизга ёрдам беради. Бу йўлда биринчи қадам шахсий молиявий ҳисоботни тузишни ва уни ўқишни ўрганишдир.

## Молиявий ҳисобот

Молиявий билим олиш молиявий ҳисоботни тўлдиришни ўрганишдан бошланади. Бу ҳисобот уч қисмдан иборат бўлади: даромад ва харажатлар ҳисоботи, пул оқими ҳисоботи ва баланс ҳисоботи.

Даромадлар ва харажатлар ҳисоботи:		Пул оқими ҳисоботи	
<b>ДАРОМАДЛАР</b>		<b>Актив даромад:</b>	<input type="text"/>
Маош (актив):	<input type="text"/>	<b>Пассив даромад:</b>	<input type="text"/>
Қўчмас мулкдан даромад (пассив):	<input type="text"/>	<b>(Cashflow)</b>	<input type="text"/>
Бизнесдан даромад (пассив):	<input type="text"/>	<b>Умумий даромад:</b>	<input type="text"/>
Акциялардан даромад (пассив):	<input type="text"/>	<b>(актив + пассив)</b>	<input type="text"/>
<b>ХАРАЖАТЛАР</b>		<b>Умумий харажатлар:</b>	<input type="text"/>
Солиқлар:	<input type="text"/>	<b>Ойлик пул оқими</b>	<input type="text"/>
Уй ижараси (ёки коммунал тўловлар):	<input type="text"/>	Барча даромадлар минус барча харажатлар	
Овқатланиш харажатлари:	<input type="text"/>	<b>Қарзлар</b>	<input type="text"/>
Кийим-кечакка харажат:	<input type="text"/>		
Транспорт харажатлари:	<input type="text"/>		
Телефон харажатлари:	<input type="text"/>		
Ипотека кредити тўловлари:	<input type="text"/>		
Автомобиль кредити тўловлари:	<input type="text"/>		
Банк кредитлари тўловлари	<input type="text"/>		

### Баланс ҳисоботи

АКТИВЛАР			ПАССИВЛАР	
Жамғармалар:			Ипотека кредити:	
Акциялар:	Сони:	Баҳоси:	Автомобиль кредити:	
			Қарзлар:	
Қўчмас мулк:	Биринчи тўлов:	Баҳоси		
			Пассив бизнес:	
Бизнес:	Биринчи тўлов:	Баҳоси	Банк кредитлари:	

Ушбу ҳисобот бирор ҳисобот вақти оралиғи учун тузилади. Масалан, бир ҳафта, ой, чорак ёки йил учун. Бизда кўпчилик маошни ҳар ойда олишга ўрганганлиги сабабли бир ойлик ҳисобот тузиш анча тўғри бўлади. Шунда сиз ўзингизнинг ҳар ойлик молиявий аҳволингиз тўғрисида аниқ маълумотга эга бўлишингиз мумкин бўлади.

Ҳисоботнинг даромад қисмида сизнинг оладиган барча баромадларингиз кўрсатилади. Булар маошдан, кўчмас мулкларингиздан, бизнесингиздан ёки сотиб олган акцияларингиздан келадиган даромадлар бўлиши мумкин.

Харажатлар қисмида сизнинг барча харажатларингиз кўрсатилади. Бу ерда сизнинг бир ой давомида қиладиган барча харажатларингиз: солиқларингиз, уй учун ижара ёки коммунал тўловларингиз, кредит тўловларингиз, кундалик барча харажатларингиз ва бошқаларни кўрсатиш керак бўлади.

Активларда сизнинг қўлингизда мавжуд бўлган ёки банкка омонатга қўйилган барча пулларингиз, бизнесларингиз, кўчмас мулкларингиз ва акцияларингиз каби активларингиз ёзилади.

Пассивлар эса, одатда, қарзлар, кредитлар, пассив бизнес, уй, машина ва шунга ўхшаган нарсалардир.

Молиявий ҳисоботни аниқ тушуниб олиш учун албатта активлар ва пассивлар нима эканлигини ва уларнинг фарқи қандайлигини билиб олишингиз керак бўлади.

## Актив ва пассивларнинг фарқи

Атрофимиздаги жуда кўплаган одамларнинг ҳаётларидаги энг катта ютуқлари ва сотиб оладиган нарсалари – бу уларнинг уйлари ва машиналаридир. Шу ерда савол пайдо бўлади: “Бутун умр интилган нарсаларимиз – уйимиз ва машинамиз активми ёки пассивми?”

Кўпчилик одамларнинг молиявий муаммолари пайдо бўлишининг асосий сабаби ҳам улар актив ва пассивнинг фарқига бормаганликларидир. Менинг бир нечта танишларим кредитга олган уйларининг ойлик тўловларини тўлаш учун ўзларини ўтга-чўкка уришаётганининг гувоҳи бўляпман. Ҳатто яқинда битта танишим ишдан бўшади ва бир неча ой давомида тўловларни тўлай олмаганлиги сабабли банк унинг уйини тортиб олганининг гувоҳи бўлдим. Юқоридаги саволнинг жавоби шу ердан кўриниб турибдики, агар, ушбу уй актив бўлганда, у билан ҳеч қандай муаммо содир бўлмасди. Ушбу муаммонинг келиб чиқишига сабаб – унинг пассив эканлигидадир.

Молиявий билим олишнинг асоси молиявий атамаларнинг нима эканлигини билишингиз ва англашингиздадир. Пул сизнинг устингиздан эмас, сиз пулнинг устидан ҳукм юргизишингиз учун актив ва пассивнинг

фарқини билишингиз ва уларни ўз ўрнида қўллай олишни ўрганишингиз керак бўлади.

Агар сиз молиявий маълумотномалардан қидирсангиз, бу атамаларнинг таърифини албатта топасиз. Лекин бу таърифларнинг нима ҳақида эканлигини тушуниб олишингизнинг ўзи қийин бўлади. Чунки бу таърифлар иқтисодчиларнинг оддий одам тушуна олмайдиган тилида берилган. Қуйида ушбу тушунчаларнинг содда, хатто олти яшар бола ҳам тушуна оладиган таърифи келтирилган.

*Активлар – бу сиз бунинг учун ҳеч нима қилмасангиз ҳам сизга пул келтирадиган, пассивлар эса – ҳар қанча меҳнат қилишингизга қарамасдан сизнинг чўнтагингиздаги пулни сарфлашингизга сабаб бўладиган нарсалардир.*

Актив ва пассивларни яхшироқ тасаввур қила олишингиз учун қуйидаги молиявий ҳисоботга қаранг.

Унда кўрсатилган стрелкалар пулнинг қайси томонга қараб оқишини кўрсатади. Бу ерда биринчи стрелка активлардан (масалан, мулкнингизнинг ижара ҳақи ёки акцияларингизнинг дивидентлари) сизнинг чўнтагингизга томон ҳаракатланса, иккинчиси пассивлардан (масалан, уйингизнинг кредити) харажатларга томон ҳаракатланади ва сизнинг чўнтагингиздаги пулни олиб чиқиб кетади.



3-расм

Нимага бой одамлар янада бойиб бораверишади? Чунки улар фақат активларни сотиб олишади, бошқалар эса бунинг нима эканлигини ва қандай қилиш кераклигини билмаганларидан фақат пассивларни сотиб олиш билан шуғулланишади. Кўпчилик одамлар пул топишлари билан пулларини пассивлар сотиб олишга – катта уйга, ҳашаматли машинага ва катта-катта зиёфатларга сарфлашади. Бу билан ўзларини бой қилиб кўрсатишга уринишади, лекин ўзларини янада камбағаллаштираётганликларини ўзлари ҳам билишмайди.

Бизда “Машина – бу иккинчи рўзгор” деган мақол ҳам бор. Чунки машинанинг доимий равишда кўриқдан ўтказиб туриш, ёқилғи куйиш, мойини алмаштириш, суғурталаш ва шунга ўхшаш бир қанча чиқимлари мавжуд. Шунча чиқим қилиб туриб ҳам машинангизни актив деб ҳисоблайсизми? У сизга фойда келтираётгани йўқку? Фақат зарар келтиряпти. Тўғри, у сизнинг узоқингизни яқин қиляпти. Тезда истаган жойингизга бора оласиз. Ҳудди шу ишни такси ҳам бажара олади. 3000 сўм тўлаб боришингиз мумкин бўлган жойга бориш учун 50 миллион сўмлик машинани сақлаб туришингиз сизга фойдами ёки зарарми?

Уй тўғрисида ҳам худди шу гапларни айтиш мумкин. Уйингиз учун мулк солиғи тўлаяпсиз, уй-жой мулкдорлари ширкатига тўлайсиз, турли коммунал хизматлар учун тўлайсиз. Буларнинг ҳаммаси чиқимку. Бу эса сизнинг уйингиз сизнинг балансингизнинг пассив бўлимида туриши кераклигини кўрсатади.

Бу билан мен уй ёки машина олиш керак эмас демоқчи эмасман. Албатта, яшашингиз учун уйингиз бўлиши, ишларингизни тезроқ бажара олишингиз учун машинангиз бўлиши керак. Фақат уларга актив сифатида қараш керак эмаслигини айтмоқчиман. Бу дегани сизнинг уйингиз ва машинангиз пассив экан, уларнинг харажатларини қоплаш учун сизга пул келтирадиган бошқа активларингиз бўлиши кераклигини тушунишингиз керак.

Менинг битта танишимнинг Урганч шаҳрида иккита уйи, Амударё бўйида дачаси, Тошкент шаҳрида битта уйи, қишлоқда битта уйи бор. Бу уйларнинг ҳаммасида вақти-вақти билан ўзи ва оила аъзолари яшашади. У бу уйларнинг ҳаммасининг харажатларини доимий равишда тўлаб боришга мажбур. Яқинда у билан учрашганимизда у: “Уйларнинг бирортасини сотсаммикан? Бу уйларнинг тўловларига олаётган маошим етмай қоляпти” деб шикоят қилиб қолди. Бу ҳам ушбу одамнинг актив ва пассивнинг фарқига бормаганлигини ҳамда пул оқими нима эканлигидан хабари йўклигини кўрсатади.

Сизнинг ўзингиз яшайдиган уйингиз ва ўзингиз фойдаланадиган машинангиз пассивингиз эканлигини билишингиз керак. У фақат ушбу мулкларингизни кимгадир ишлатиш учун ижрага берсангиз ҳамда ижара тўловлари ушбу мулклар учун бўладиган харажатлардан катта бўлсагина активга айланади. Шунда ушбу активдан сизнинг чўнтагингизга пул тушади. Агар сиз мулкингни ижарага берсангизу, ундан оладиган даромадингиз харажатларингизни қопламаса, демак бу мулк сизнинг пассивингиздир.

Кейинги пайтларда уйларни ва бошқа кўчмас мулкларни сотиб олиб, уни қисман таъмирлатиб, кейин катта пулга сотиб юборувчилар кўпайиб кетди. Албатта, бу ҳам бизнеснинг бир туридир. Унда анча катта пул ишласа бўлади. Лекин бу стратегия доим ҳам иш беравермаслигини билишингиз керак. Ҳозирги пайтда кўчмас мулкларнинг баҳоси доимий равишда ошиб бормоқда. Бундай ҳолатда ушбу стратегиянинг сиз учун фақат фойдаси бор. Лекин ҳамма ўсишининг ҳам қачондир охири бўлади ва кўчмас мулкларнинг

арзонлашиши кузатиладиган вақт келади. Бу вақтда ушбу стратегиядан фойдаланишингиз сизга фақат зарар келтиради.

Ушбу фаолиятни инвестициялаш деб атамаган бўлар эдим. Бу чайқовчиликнинг бир кўриниши, холос ва у фақат қимматлаб борувчи бозордагина иш беради. Ҳақиқий инвестициялаш ва чайқовчиликнинг фарқига бориш учун кейинги мавзунини кўриб чиқинг.

## Капиталнинг ўсиши ва пул оқими орасидаги фарқ

Кўпчилик одамлар пулларини капиталнинг ўсишига тикишади. Улар ўзларининг сотиб олган маҳсулотлари ёки мулкларининг қиймати оша бошласа хурсанд бўлишади. Улар маҳсулотларни бир жойдан сотиб олишади ва уни бошқа вилоятга олиб бориб, қимматроққа сотишади. Айнан мана шу амалиётни жуда кўпчилик бизнес деб тушунади. Аслида капиталнинг ўсишига пул тикаётган кишилар азарт ўйин билан шуғулланаётган кишилардир.

Капиталнинг ўсишига инвестиция қилиш баҳолар пасайиб кетса, инвесторларнинг ўзига зарба бўлиб тегади. Пулни бундай тикиш айнан азарт ўйинларга ўхшаб кетади, чунки инвестор бозордаги аҳволни бошқара олмайди.

Молиявий билимларга эга, тушунган инвестор пулни ҳам пул оқимига, ҳам капиталнинг ўсишига тикади. Чунки, энг аввало пул доимо ҳаракатда бўлиши керак. Акс ҳолда у ўзининг қадрини йўқотади. Яъни сизнинг пулларингиз бирор активга тикилса ва унинг баҳоси ошишини кутиб, ҳеч қандай ҳаракатсиз ётаверса, демак бу пуллардан самарасиз фойдаланяпсиз ва улар сиз учун ишламаяпти.

Бундан ташқари пул оқимига пул тикишингиз таваккалчиликни камайтиради. Чунки бозорда сиз сотиб олган активингизнинг баҳоси камайган тақдирда ҳам ундан сизга доимий равишда пул келиб турса, сиз ўзингизни хато иш қилганликда айблаб, ич-этингизни еб юрмайсиз. Чунки уни аввалданок сотиш ниятингиз йўқ эди ва ундан сизга доимий пул оқими келиб турибди. Агар бу активингизнинг баҳоси ошса, бу сизнинг пул оқими кўринишидаги даромадингизга қўшимча равишда мукофотланишингизни билдиради, холос. Энди сиз қимматбаҳо мулкка эгасиз.

Агар сиз акция сотиб олмоқчи бўлсангиз, унда доимий равишда дивидент тўлаб туриладиган акцияларни сотиб олишингиз керак. Бу сизнинг пул оқимингизни ташкил қилади. Иқтисодий пасайиш пайтида акцияларнинг баҳоси тушиб кетади. Айна шу пайтда дивидент тўланадиган акцияларни арзон нархда сотиб олиш керак бўлади.

Дивидент даромади инвесторлар учун яна бир нарсани аниқлашга ёрдам беради. Дивидентларнинг акциянинг умумий баҳосига нисбати 5 фоиздан катта бўлса, бу яхши акция эканлигини ва у қулай нархдан сотилаётганини билдиради. Агар дивидентлар 3 фоиздан паст бўлса,

акциянинг баҳоси баланд эканлигини ва тезда унинг баҳоси янада тушиб кетиши мумкинлигини билдиради. Агар сиз пулни узоқ муддатга тиккан бўлсангиз, бу сизнинг яна қўшимча йўқотишларингиз бўлишини кўрсатади.

Шунинг учун пулни ҳам пул оқимиға, ҳам капиталнинг ошишиға тикишингиз керак бўлади. Ҳеч қачон дивидент тўланмайдиган акцияни сотиб олиб, унинг қачон ошишини кутиб ўтириш керак эмас.

Ҳар қандай бозор доимий равишда кўтарилиб ва тушиб туради. Шунинг учун инвестициялашнинг ҳам турли йўллари мавжуд.

## Фундаменталь ва техник инвестициялаш орасидаги фарқ

Фундаментал инвестициялашда компаниянинг иқтисодий ҳолати таҳлил қилинади ва бу таҳлил унинг молиявий ҳисоботини баҳолашдан бошланади. Бирор бизнеснинг ёки кўчмас мулкнинг менежменти қанчалик яхши олиб борилаётганлигини фақат молиявий ҳисоботни таҳлил қилиш асосидагина аниқлаш мумкин.

Агар кредит олмоқчи бўлсангиз, банкнинг кредит бўлимида сиздан энг аввало молиявий ҳисоботингизни талаб қилишади. Бу билан сизнинг ўз пулларингизни қанчалик ақл билан бошқараётганлигингизни аниқлашға уринишади. Сизнинг даромадингизнинг харажатларингизға нисбати, қайси активларингиз пул оқими яратаётгани, қисқа муддатли ва узоқ муддатли қарздорликларингиз миқдорини кўриб чиқишади. Бирор компанияға пулларингизни тикишдан аввал сиз ҳам айнан ана шундай таҳлил ўтказишингиз шарт. Бу билан сиз ушбу компаниянинг келажакдаги истикболи қандайлигини аниқлайсиз ва у ўсиш имкониятиға эға бўлса ҳамда келажакда катта компанияға айланиш эҳтимоли бўлса, унга пул тикишингиз мумкин бўлади.

Техник инвестициялаш турли компанияларнинг акциялари билан қисқа муддатли савдоларни амалға оширишда ёки валюта жуфтлари билан Forex биржасида савдо қилишда қўлланилади. Фундаменталь инвестиция узоқ муддатли истикболни кўзлаб инвестициялашда қўлланса, техник инвестициялаш эрталаб сотиб олиб, кечқурун сотиш учун қўлланилади.

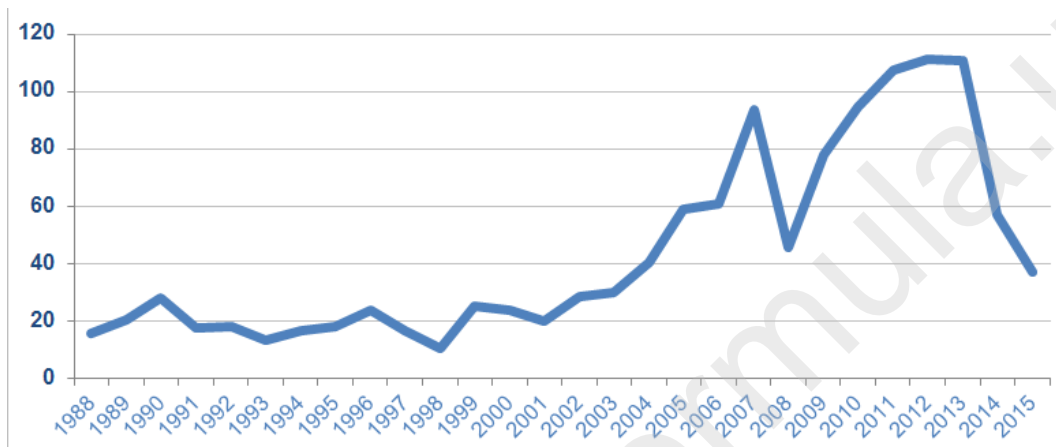
Техник инвестициялашда бозордаги кайфият ва ҳиссиётлар ҳисобға олинади. Бунинг учун техник индикаторлардан фойдаланилади. Техник таҳлил асосида пул тикувчи инвесторларни бизнеснинг фундаментал кўрсаткичлари қизиқтирмайди. Улар баҳо графиклари асосида иш олиб боришади.

График ва диаграммалар катта аҳамиятға эға. Чунки улар акциялар, хом-ашёлар, олтин ёки кумушнинг сотиш ва харид қилиш баҳолариға асосланиб тузилган. Агар тренд юқорига йўналган бўлса, демак пуллар бозорға қараб оқмоқда. Бундай бозор “хўкизлар” бозори деб аталади. Чунки хўкиз пастдан юқорига қараб сузади. Бозордаги тренд ҳам худди шундай пастдан юқорига йўналган бўлади. Агар тренд юқоридан пастға қараб



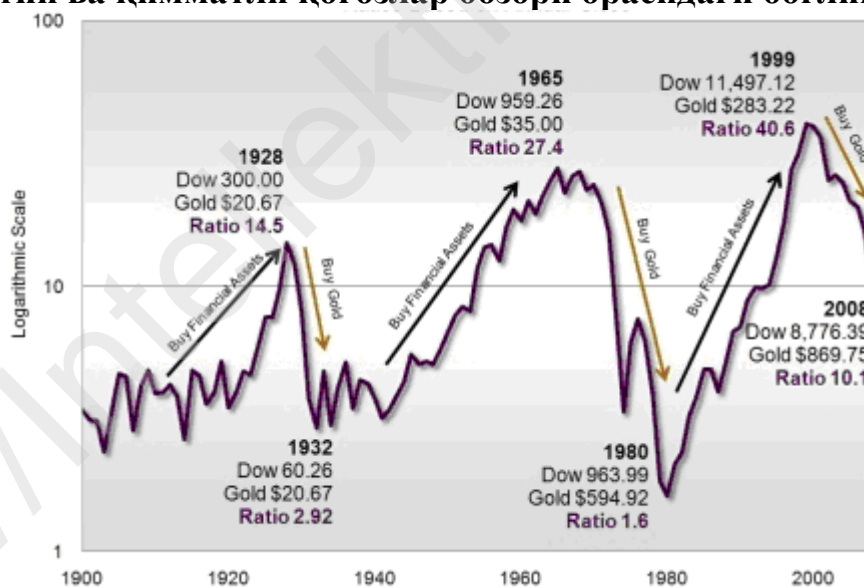
йўналган бўлса, демак пул бозордан кетяпти ва бундай бозор “айиқ” бозори деб аталади. Чунки айиқ, одатда, юқоридан пастга қараб босади. Техник инвестор графиклардан ҳозиргига ўхшаш ҳолатларни топади ва улар асосида бозорнинг бундан кейин ўзини қандай тутиши ҳақида хулоса чиқаради ҳамда шу асосда пул тикади.

### 1988-2015 йиллар давомида навли нефть баҳосининг ўзгариши



4-расм

### Олтин ва қимматли қоғозлар бозори орасидаги боғлиқлик



5-расм

Молиявий билимлари кучли бўлган инвестор ҳозирги пайтда пул оқими қайси бозорларга йўналганлигини билиши керак. Масалан, фонд бозорида ваҳима кўтарилса ва баҳолар туша бошласа, пулларнинг кўпчилиги қисми олтин бозорига ўтиб кетади. Техник инвестор ўз индикаторларига таянган ҳолда олтиннинг баҳоси ошиши ва акцияларнинг баҳоси пасая бошлашини олдиндан айтиб бера олади (5-расм). Шунда у бошқалар хали бу ҳақда ўйлашга улгурмасларидан ўз пулларини олтин бозорига ўтказиши.

Пул оқими активларнинг баҳосига яъни капиталнинг ошишига таъсир кўрсатади. Шунинг учун ҳам молиявий билимли инвесторлар уларнинг пуллари доимо ҳаракатда бўлишини назорат қилиб туришади. Агар бу пуллар бирор активга тикилган бўлса ва ҳаракатсиз ётса (кўпчилик бошловчи инвесторлар айнан шундай йўл тутишади), капитал ушбу категориядаги активлардан кета бошлаганда бу пуллардан айрилиб қолишингиз мумкин.

Шу сабабли ҳам сиз активларнинг сифатини баҳолашни билишингиз керак бўлади.

## Активларнинг сифатини баҳолаш

Жуда кўпчилик одамлар бирор янги маҳсулот ишлаб чиқариш, кўчмас мулк сотиб олиш ёки бирор ўсиб келаётган компания акцияларига пул тикишни ният қилишади. Лекин улар ушбу амалга ошироқчи бўлган молиявий операцияларнинг қай даражада фойда келтиришини олдиндан баҳолай олишмайди. Улар, одатда, фақат маҳсулотга асосий эътиборни қаратишади. Бизнеснинг маҳсулотдан бошқа томонлари ҳам мавжудлиги, улар ушбу маҳсулотларнинг сотилишида жуда катта роль ўйнаши мумкинлиги ҳақида ўйлаб ҳам кўришмайди. Худди мана шу нарса жуда кўплаган ажойиб, одамларнинг эҳтиёжларини қондирадиган, ўта зарур маҳсулотлар билан бошланган бизнесларнинг ҳам синишига олиб келган.

Ҳар қандай активнинг сифатини баҳолашда бизнес ва инвестиция учбурчаги ёрдамга келади.



6-расм

Ушбу учбурчак ўзининг номини биз юқорида кўриб чиққан пул оқими квадрантидан олган.

Агар эътибор берган бўлсангиз ушбу учбурчакда маҳсулот жуда кичкинагина жой эгаллаган. Жуда кўплаган бошловчи бизнесменларнинг муваффақиятсизликка учрашининг асосий сабаби ҳам шундаки, улар асосий эътиборларини фақат маҳсулотга қаратишади ва учбурчакнинг бошқа қисмлари эътибордан четда қолиб кетади. Кўчмас мулкда ҳам худди шундай ҳолат кузатилади. Кўпчилик бутун бизнес ва инвестиция учбурчагининг ўрнига фақат кўчмас мулкнинг ўзига эътибор беради.

Агар бирор киши ёки компания бизнесда ёки инвестициялашда бирор муаммога дуч келаётган бўлса, демак бизнес ва инвестиция учбурчагининг бирор қисми кучсизланган ёки мавжуд эмас бўлади. Бошқача қилиб айтганда бирор нарсага пул тикишдан ёки бирор бизнесни бошлашдан олдин бутун бизнес ва инвестиция учбурчагини таҳлил қилиб чиқинг ва унинг барча компонентлари ушбу инвестиция ёки бизнес учун қўлласа бўладиган даражада кучли эканлигини баҳоланг.

Учбурчакнинг асосида *миссия* ётади. Бу сизнинг бизнесингиз қандай мақсад билан ташкил этилаётганлигидир. У одамларга, жамиятга бирор наф келтирадими ёки фақат сизнинг чўнтагингизни пулга тўлдириш учун қилиняптими. Агар фақат пул учун иш бошлаётган бўлсангиз, бошиданок бу ишни тўхтатганингиз маъқул. Чунки бу келажаги йўқ бизнесдир.

Иккинчи ўринда *жамоа* туради. Чунки ҳамма ишни ўзингиз қиладиган бўлсангиз, у катта бизнес эмас, балки кичик бизнеслигича қолади ва ҳеч қачон катта даромад бермайди. Бизнеснинг кўлами унинг қандай жамоа томонидан бошқарилаётганлигига тўғридан-тўғри боғлиқ бўлади. Шунинг учун жамоага бизнес ва инвестиция учбурчагининг барча даражалари учун компетентлиги юқори мутахассисларни жалб қилишингиз керак бўлади. Жамоанинг ҳар битта аъзоси ўз ишининг устаси бўлиши ва ушбу бизнес учун жон куйдириши керак.

Кейинги ўринда бизнес эгасининг *етакчилик* қобилиятлари туради. Жамоанинг барча аъзолари сизнинг шатитингизда турмаслиги, айримларини сиз четдан маслаҳатчи сифатида таклиф қилишингиз ҳам мумкин. Ўз ходимларингиз сизнинг буйруғингизга бўйсунishi мумкин, лекин бошқалар бунга рози бўлишмайди. Бундай мутахассисларни ушлаб туриш ва бошқариш учун албатта сизда етакчилик қобилияти, ушбу одамларни мотивациялай олишингиз керак бўлади.

*Пул оқимини* таъминлаш ҳар қандай бизнеснинг асосий вазифасидир. Агар пул оқими назорат қилинмаса, ҳар қандай ривожланган бизнес ҳам бирпасда йўқликка равона бўлиши мумкин. Чунки пул оқими бизнес учун худди одамнинг томиридаги қон кабидир. У тўхташи билан бизнеснинг барча даражаларида айниш бошланади. Шунинг учун сиз маҳсулот етказиб берувчилар, ишлаб чиқарувчилар, сотувчилар ва мижозлар орасидаги муносабатларни тўғри йўлга қўя олишингиз керак. Сизда ҳали бизнесни бошламасдан олдин қаердан, қанча пул олишингиз, уни қаерга сарфлашингиз, кимга, қанча миқдорда пул беришингиз, мижозларга қанча миқдоргача маҳсулотни насияга беришингиз, насияга берилган маҳсулотларнинг пулини қачон ва қандай йўллар билан ундиришингиз

мумкинлиги ҳақида аниқ режа бўлиши керак. Бухгалтерия худди соат каби аниқ ишлаши керак.

*Мулоқот* сизнинг бизнесингизнинг ичида ва ундан ташқаридагилар билан бўлиши мумкин. Бу бу турли бўлимлар орасидаги ўзаро муносабатлар ва бизнесингизнинг мижозлар билан бўладиган муносабатидан ташкил топади. Мулоқот жараёни тўлиқ назорат остида бўлиши керак. Чунки маҳсулотингизнинг сотилиши ва мижозларнинг сизнинг маҳсулотингиздан ёки хизматингиздан мамнун бўлишларининг асоси мулоқот бўлади. Қисқача айтганда мулоқот – бу ўзингизни ва бизнесингизни сотишдир. Сотиш – бу пул деганидир. Пул оқими ҳам айнан мана шу сотишга тўғридан-тўғри алоқадордир. Сотиш бўлмаса, бизнес тўхтайдир. Демак, сизнинг ҳар битта ходимингиз, ҳар битта мижозингиз, бизнесингиз билан таниш бўлган ҳар қандай инсон ушбу сотиш жараёнида иштирок этишини таъминлашингиз керак.

*Тизим* бизнеснинг истиқболлини белгилаб беради. Бизнесингизнинг истиқболи эса ишнинг қандай йўлга қўйилганига боғлиқдир. Сизнинг маркетинг режангиздан тортиб то мижозингиз сизнинг маҳсулотингизни сотиб олгунича ва ҳатто ундан кейинги сервис ҳам тизим асосида амалга оширилиши керак. Ҳар битта ходимингиз ўзининг нима қилиши кераклигини ва ҳатто ҳар битта мижозга айтадиган гапларигача ёддан билиши керак. Ҳар битта маҳсулотнинг пештахтанинг қаерида ва қандай туришигача тизимлаштириш керак. Сизнинг тизимингиз сизнинг бизнесингизнинг обрўсини оширишга, маҳсулотларингизнинг сотилишини йўлга қўйишга ва мижозларингиз сиз ҳақингизда бошқаларга ҳам гапириб юришларига йўналтирилган бўлиши керак.

Бизнеснинг *ҳуқуқий* асоси жуда муҳимдир. Энг аввало бизнес қонуний асосда ташкил этилиши ва маҳсулотларингиз ёки хизматларингиз қонуний ҳимоя остида бўлишини таъминлаш керак бўлади. Бунга турли сертификатлар, гувоҳномалар, рухсатномалар, лицензиялар ва патентларни олиш ҳам киради. Фирмангизда юристнинг бўлиши ва унинг ўз соҳасида компетент эканлиги сизнинг турли муаммоли вазиятларга тушиб қолишингизнинг олдини олади. Муаммо пайдо бўлганидан кейин уни ҳал қилишга куч, вақт ва маблағ сарфлагандан унинг олдини олиш анчагина арзонга тушади.

Бундан олдинги еттига даражани таъминлаганингиздан кейингина *маҳсулот* ҳақида ўйласангиз бўлади. Албатта маҳсулот ёки хизмат бизнесда энг асосий нарсалардан биридир. Лекин учбурчакнинг бошқа даражалари бўш бўладиган бўлса, маҳсулотнинг битта ўзи билан узокқа бора олмаслигингиз тайин. Сизнинг маҳсулотингиз ёки хизматингиз бозордаги бошқа, шу категориядаги маҳсулот ёки хизматлардан тубдан фарқ қилиши, улар қила олмайдиган нимагадир эга бўлиши керак. Агар ҳамманикидай маҳсулот бўладиган тақдирда ҳам у албатта сервис хизматига эга бўлиши керак. Яъни сиз харидорга, мижозга бошқалар бера олмайдиган нимадир беринг. Ана шундагина сизнинг маҳсулотингиз харидоргир бўлади.

Бугунги кунда мустаҳкам бизнес ва инвестиция учбурчакларини кура оладиган тадбиркорлар жуда керакдир. Бундай одамлар қанча кўп бўлса, ёлланма ишчилар ва мустақил мутахассислар учун шунчалик кўп иш жойлари пайдо бўлади.

## Керакли одамларни топиш

Яхши ҳамкорни топишдан олдин ёмон ҳамкор қандай бўлишини билиб олишингиз керак бўлади. Лекин барча муаммо шундаки, улар бир хил бўлишади ва яхши ҳамкорни ёмонидан бирор муаммога дуч келмагунингизча билиб ола олмайсиз. Лекин шуниси борки, сиз навбатдаги ёмон ҳамкор билан биргаликдаги муваффақиятсиз чиққан ишдан кейин албатта ажойиб ҳамкорни учратасиз. Менда худди шундай бўлади. Охирги бошлаган ишимда мендан кутулиш учун ҳамкорларим мени турли томонларга йўллашга ҳаракат қилиб кўришди ва натижада мен бирданига иккита ажойиб, ҳалол ҳамкорларга дуч келдим. Ҳозирда улар билан биргаликда ишлаб келмоқдамиз.

Яхши битимнинг учта ташкил қилувчиси бўлади:

1. Ҳамкорлар.
2. Молиялаштириш.
3. Менежмент.

Бу истаган бир инвестиция ва истаган бир бизнесга тааллуқдир. Пулингизни тикишингиз билан сиз инвестицион ҳамкорга айланасиз, ҳатто бунгача сиз бу одамларнинг бирортаси ҳақида умуман эшитмаган бўлсангиз ҳам. Масалан, сиз инвестиция фондига пул тикдингиз. Бу билан сиз автоматик равишда унинг ҳамкорига айландингиз. Ёки тармоқли маркетинг компаниясида иш бошладингиз. Бу билан сиз компаниянинг ҳамкорига айландингиз. Шу сабабдан ҳам истаган бир инвестиция ҳамкорларни чуқур таҳлил қилиб танлашни талаб қилади. Чунки ёмон ҳамкор билан яхши битим тузишнинг иложи бўлмайди.

Иккинчи компонент – молиялаштириш – инвестициянинг молиявий жиҳатдан қай даражада структураланганини ва сизнинг даромад олишингиз имконияти қай даражада юқори эканлигини кўрсатади.

Молиялаштиришни кўриб чиқаётганда сиз жараёнга қай даражада таъсир кўрсата олишингизни, таваккалчилик даражаси қандай эканлигини ва бунинг натижасида фойданинг қанча қисмини олишингиз мумкинлигини, бу ишда молиявий ричаглардан фойдаланиш имконияти қай даражада эканлигини, оладиган даромадингиздан қанчалик миқдорда солиқ тўлашингиз кераклигини таҳлил қилишингиз керак бўлади.

Учинчи компонент — менежмент – яъни бошқарувдир. Яхши ҳамкор ажойиб бошқарувчи ҳам бўлиши керак. Ёмон бошқарилувчи бизнес ёки кўчмас мулк объекти максимал фойда бермайди ва ҳатто зарар келтириши ҳам мумкин. Жуда кўпчилик бизнесменлар ва инвесторларнинг

муваффақиятсизликка учрашининг асосий сабаби ҳам бошқарувнинг ёмонлигидир.

Шунинг учун истаган бир ишни бошлашдан олдин ўзингизга қуйидаги саволларни беринг: “Менинг ҳамкорим ким? У билан бирга ишлашни истаётманми?”, “Битимнинг молиявий структураси қандай? У менга фойда келтирадими?”, “Бошқарув қай даражада компетентлик билан амалга оширилади?”. Агар ушбу саволларнинг жавобини топа олсангиз, ишни бошлайверишингиз мумкин бўлади.

## Керакли активни танлаш

Активлар асосан тўрт турга ажратилади.

**Бизнес**

**Кўчмас мулк**

**Қимматли қоғозлар**

**Моддий активлар**

### БИЗНЕС

*Устунликлари.* Шахсий бизнесингиз энг кўп фойда берувчи активлар сирасига киради. Чунки у солиқ имтиёзларини беради, пул оқимини кучайтриш учун ричаглардан фойдаланиш имкониятини беради ва воқеаларнинг ривожини доимий равишда кузатиб туришингиз мумкин. дунёнинг энг бой одамларининг ҳаммасининг шахсий бизнеслари бор.

*Камчиликлари.* Бизнес одамлар билан ишлаш кўникмаларига эга бўлишингизни талаб қилади. Сиз ходимларингизни бошқаришингиз, етказиб берувчилар ва мижозлар билан муносабатлар ўрнатишингизга тўғри келади. Муваффақиятга эришиш учун бизнесменнинг коммуникатив ва етакчилик кўникмалари, жамоада ишлай оладиган, қобилиятли одамлар билан атрофини ўрай олиши керак бўлади. Активларнинг тўртта турининг ичида айнан шахсий бизнес одамдан энг кўп молиявий билимлар ва тажрибани талаб қилади.

### КЎЧМАС МУЛК

*Устунликлари.* Банк пуллари ва бошқа қарз маблағлари эвазига кўчмас мулкка киритилган капиталга юқори даромад олиш имконини беради. Бундан ташқари у солиқ имтиёзларини беради, жумладан амортизация ҳисобига. Агар тўғри бошқарилса, стабил даромад бериб туради.

*Камчиликлари.* Кўчмас мулк яхши бошқарувчилик кўникмаларини талаб қилади ва ликвидлиги камдир. Агар яхши бошқарилмаса, катта зарар келтириши мумкин. Кўчмас мулк бизнесдан кейинги иккинчи даражали юқори молиявий билимларни талаб қилувчи активдир.

### ҚИММАТЛИ ҚОҒОЗЛАР — АКЦИЯЛАР, ОБЛИГАЦИЯЛАР, ПУЛ БОЗОРИ ВОСИТАЛАРИ ВА ИНВЕСТИЦИОН ФОНДЛАР ҲИССАЛАРИ

*Устунликлари.* Қоғоз активларга инвестиция киритиш ўзининг соддалиги билан ажралиб туради. Бундан ташқари қимматли қоғозлар юқори даражада ликвиддир ва инвесторлар уларни кам миқдорда сотиб олишдан

ишни бошлашлари ҳам мумкин. Бунда бошқа категориядаги активларга нисабатан дастлабки вақтларда кам маблағ талаб қилинади.

*Камчиликлари.* Қимматли қоғозларнинг энг асосий камчилиги – бу уларнинг юқори ликвидлигидир, яъни уларни сотиш жуда осон. Барча муаммо шундаки фонд бозоридан пулнинг қочиши бошланиши билан қоғоз активларнинг баҳоси туша бошлайди ва агар сиз тезлик билан уларни сотиб юбормасангиз, катта зарар кўришингиз мумкин. Бу активлар доимий мониторингни талаб қилади.

Жуда кўпчилик инвесторлар молиявий билимларининг етишмаганлигидан барча пулларини айнан қимматли қоғозлар сотиб олишга сарфлашади. Бизда бўлса бу турдаги инвестициялар эндигина бошланяпти.

## МОДДИЙ АКТИВЛАР — ОЛТИН, КУМУШ, НЕФТЬ ВА БОШҚАЛАР

*Устунликлари.* Моддий активлар инфляциядан ҳимоянинг энг яхши усулидир. Бозорда пулнинг массаси кундан-кунга ошиб бораётган бугунги кунда бу жуда муҳимдир. Бундай активларга инфляция таъсир қилмайди, чунки улар ҳеч нима билан таъминланмаган тўлов воситаларига сотиб олинadиган моддий объектлардир. Бозорда пулнинг ортиқча массаси тўпланиб қолса, бир хил миқдордаги маҳсулотларга кўпроқ миқдорда пул тўлашга тўғри келади. Бунинг ҳисобига моддий активларнинг баҳоси ошади. Бундай активларга яхши мисол қилиб, олтин, кумуш, нефтни келтиришимиз мумкин. Бугунги кунда улар бир неча йил олдингидан анчагина катта миқдорда баҳоланади. Бунинг сабаби эса пулнинг ҳаддан ташқари кўп чиқарилганида ва унинг қиймати инфляция туфайли пасайиб бораётганлигидадир.

*Камчиликлари.* Ушбу активлар моддий объектлар бўлганлиги сабабли уларни сақлаш учун мос келадиган жой топиш ва уларни тажовузулардан ҳимоялаш керак бўлади.

Активларнинг қайси категорияси сизга мос келишини танлаганингиздан кейин унга пул тикишдан олдин уни чуқур ўрганиб чиқишингиз учун вақт сарфлашингиз керак бўлади. Буни алоҳида қайд қилишимнинг сабаби активларнинг ўзи сизни бой қилмайди, балки сизнинг улар ҳақидаги билимларингиз сизни бойитади. Сиз истаган турдаги активга пулингизни тикканингизда ҳам уларни йўқотишингиз мумкин. Сизнинг энг асосий активингиз – бу сизнинг ақлингиз, билимингиз ва тажрибангиздир.

## Диверсификациялашми ёки мутахассислашишми?

Кўпчилик мутахассислар бозор ўзгарувчанлигидан ҳимояланиш учун диверсификациялашни маслаҳат беришади. Бу дегани сизнинг инвестицион портфелингизда турли хилдаги активлар бўлса, уларнинг бирортасининг баҳоси пасайганда, бошқасининг баҳоси ошиб боради ва натижада сиз зарар кўрмаслигингиз таъминланади.

Бутун дунёдаги статистик маълумотларга кўра кўпчилик диверсификациялаш мақсадида айнан турли инвестицион фондларга ўз пулларини тикишар экан. Лекин бунда асосий муаммо шундаки, фондларнинг диверсификацияланган портфеллари аслида диверсификацияланмагандир. Чунки унда фақат битта турдаги активлар – яъни қимматли қоғозларгина йиғилгандир.

Ҳақиқий диверсификация активларнинг барча тўртта турига ҳам инвестиция киритишни талаб қилади. Булар: бизнес, кўчмас мулк, қимматли қоғозлар ва моддий активлардир.

Сизнинг инвестицион портфелингиз умуман диверсификацияланган бўлган тақдирда ҳам сиз бирор соҳада мутахассислашингиз керак. Бунинг учун активларнинг бирорта категориясини танлаб олинг ва унда муваффақиятга эришиш учун қадам-бақадам ҳаракат қила бошланг. Масалан, сизни бизнес қизиқтирса, бирорта кичик бизнес ташкил қилинг ва унинг стабил пул оқимини беришига эришинг. Кичик бизнесда ютуқларга эриша бошлаганингиздан кейин аста-секин катта бизнесга ўтишингиз мумкин бўлади. Лекин бунда ҳам сизнинг бутун эътиборингиз пул оқимида бўлиши керак.

Мен кўрпамга қараб оёқ узатишни истамайман. Иложи борича тежашнинг ўрнига мен активларимни кенгайтириш ҳақида ўйлайман. Ҳозирги пайтда мен кичик бизнес қилиш даражасидан ўтиб барча эътиборимни катта бизнесни ривожлантиришга қаратганман. Лекин бу даражага етиб келишим учун анча йўл босишимга, бизнеснинг турли сўқмоқларидан юриб кўришимга тўғри келган. Бизнес ва инвестициялар ҳақида жуда кўплаган нарсаларни ўрганишим менинг ҳаётдаги асосий ютуғим бўлган десам адашмайман.

## Таваккалчиликни камайтиринг

Бизнес ёки инвестиция билан шуғулланиш деганда абсолют кўпчиликнинг ўйлайдиган биринчи нарсаси – бу таваккалчилик деган фикрдир. Бизнес ва инвестициялашда таваккалчиликнинг бўлиши шарт эмас. Таваккалчилик – бу молиявий билимларнинг еташмаслиги ва йўқлигидир.

Кўпчилик бизнес бошлаб, таваккалчилик қилганидан кўра бирор муқим жойда ишлаб, маош олишни афзал билишади. Лекин худди шу нарсанинг ўзи улар учун энг катта таваккалчилик эканлигини тушунишмайди. Биринчидан, бу одамлар бизнес эгаларига нисабатан кўпроқ солиқ тўлашади ва солиқ тўлаш бўйича имтиёзлардан фойдалана олишмайди. Иккинчидан, улар пенсияга чиққанларида давлат томонидан тайинланадиган пенсия маблағларидан ташқари ҳеч қандай даромадлари бўлмайди. Улар кексалик гаштини суриш ўрнига яна фаолиятларини давом эттиришларига ёки болаларига юк бўлишларига тўғри келади. Ёш ўтганидан кейин саломатлик билан бўладиган муаммоларнинг ҳам кўпайиши ҳақида ўйлаб кўришмайди. Саломатликнинг ёмонлашуви эса яна анчагина чиқим дегандир. Кўпчилик



холларда даволаниш учун бўладиган бу чиқимларга оладиган пенсиялари етмайди. Айнан мана шу нарсаларнинг ўзи таваккалчилик эмасми?

Шахсий бизнес ташкил қилган ёки пассив даромад келтирувчи активларга эга бўлган кишиларни бу муаммолар қийнамайди. Чунки уларнинг ҳаётлари ўзларининг қўлларида. Бировга қарам бўлиб қолишмаган. Бу одамлар ёш, куч-ғайрати бор пайтда таваккал қилиб, бизнес қилишган ва активлар тўплашган. Энди бўлса ўша активлар уларнинг фойдаси учун ишляпти. Бу эса ушбу одамлар таваккал қилишмаганлигини, аксинча, улар аниқ ҳисоб-китоб билан ҳаракат қилишганлигини кўрсатади.

Шунинг учун таваккалчиликни камайтириш учун қиладиган биринчи ишингиз – бу таълим олиш ва молиявий билимларингизни оширишдир. Керакли билимларни олмасдан туриб бизнес бошлашга уриниш – сузишни ўрганмасдан туриб океанни сузиб ўтишга уринишдан бошқа нарса эмас.

Сизнинг бу соҳадаги иккинчи қадамингиз – инвестицияларингизни химоялаш бўлиши керак. Барча профессионал инвесторлар ўз инвестицияларини бирор йўл билан суғурталашади. Бизда эса деярли ҳеч нимани суғурталаш одамлар учун одат бўлмаган. Ҳатто транспорт воситаларини суғурталашни ҳам одамлар эндигина ўрганишмоқда. Бунга ҳам қонун талаби билан мажбурият қўйилганлиги сабабли эришилмоқда. Инвестицияларингизни суғурталамаслигингиз, тасодифан қутилмаган ҳолатлар юзага келиб қолган тақдирда, сизнинг барча пулларингиздан ажралиб қолишингиз ёки бундан ҳам ёмони қарз ботқоғига ботиб қолишингизга ҳам олиб келиши мумкин. Бу эса жуда катта таваккалчиликдир.

Кўчмас мулкларни ёнғиндан, сув тошқинидан, зилзиладан ва бошқа табиий офатлардан суғурталаш керак. Бунда сиз суғурта тўловларини ушбу кўчмас мулкдан олаётган пул оқимингиздан тўлашингиз мумкин бўлади ва мабодо бирор табиий офат бўлиб қолса, сиз ўз мулкингиздан айрилмайсиз. Чунки суғурта компанияси сизнинг зарарингизни қоплаб беради.

Фонд бозорида хеджирлаш, фьючерслар, форвардлар ва опционлар билан ишлашни ўрганишингиз сизнинг акцияларингизнинг бозор баҳоси кўтарилганда ҳам, пасайганда ҳам фойда беришини таъминлаши мумкин.

Таваккалчиликни камайтиришнинг бундан ташқари, бошқа йўллари ҳам мавжуд. Масалан, сиз ўз маҳсулотларингизни бошқалар кўпайтриб сотишлари ва ўғирлашларидан тегишли патентлар олиш йўли билан химоялашингиз мумкин. Бундан ташқари патентнинг ўзи сизнинг активингиз ҳисобланади. Ушбу патент асосида сиз бошқа тадбиркорларга маҳсулотингизни ишлаб чиқариш учун лицензиялар беришингиз ва бундан ҳам пассив даромад ола бошлашингиз мумкин.

Корхонангизда ўз ишининг устаси бўлган юристнинг бўлиши ва у барча ишларингизда ўз маслаҳатини бериши муаммоларни олдини олишингизда ёрдам беради. Муаммолар содир бўлишининг олдини олиш ҳамиша юзага келган муаммони ҳал қилишга қараганда арзонга тушади.

Фақат молиявий билимга эга бўлмаган кишиларгина инвестицияларини суғурталашмайди ва бу билан энг катта таваккалчиликка қўл уришади.

## Солиқларни камайтиринг

Мен ҳозирда бирор корхонада муқим ишламайман. Бу ҳақда кимгадир айтсам, мендан уларнинг биринчи сўрайдиган нарсаси нимага пенсия олиш ҳақида ўйламаётганлигим бўлади. Деярли ҳеч ким мен ўзимнинг келажагимни яратиш устида ишлаётганим, менинг тадбиркорлик фаолиятимдан жамиятга анчагина фойда тегиши мумкинлиги, янги иш ўринлари очишим мумкинлиги ҳақида умуман ўйлаб ҳам кўрмайди. Абсолют кўпчилик одамлар даромад олишнинг фақат биттагина йўлини билишади. У ҳам бўлса қаердадир ишлаш ва пенсия ёшига етганда давлатдан пенсия олиш. Лекин айнан мана шу ёлланма ишчилар энг катта миқдордаги солиқларни тўлашини ҳеч ким ўйлаб ҳам кўрмайди. Улар қанча кўпроқ миқдорда маош ола бошлашса, тўлайдиган солиқларининг миқдори ҳам ошиб бораверади. Бу категориядагилар оладиган маошларининг деярли ярмини солиқ сифатида тўлашади.

Кейиниги вақтларда ёшларнинг ҳуқуқшунослик соҳасига ўқишга интилишлари ошиб бормоқда. Чунки адвокат ва юристлар жуда катта мукофотлар олишади. Лекин уларнинг оладиган пуллари ҳам ҳудди ёлланма ишчиларнинг пуллари каби солиққа тортилиши ҳеч кимга сир эмас. Ушбу фаолият турлари пул оқими квадрантида E ва S сифатида қайд қилинган. Улар энг юқори ставкадан солиқ тўлашади.

B ва I квадрантидагилар эса квадрантнинг чап томонидагиларга нисбатан анчагина кам солиқ тўлашади. Айрим ҳолларда қанча катта миқдорда пул ишлашларига қарамасдан улар умуман солиқ тўлашмайди. Бундай ҳолатнинг юзага келишига сабаб B ва I секторидагилар мамлакатнинг асосий бойликларини ишлаб чиқарувчилардир. Ҳукумат ҳам уларни янги иш жойлари ташкил қилганлиги, офислар, яшаш жойлари ва ишлаб чиқариш фабрикаларини қурганлиги учун рағбатлантиради.

Даромадларнинг асосий учта тури мавжуд.

Ишлаб топилган даромад — энг юқори ставка бўйича солиқ солинади.

Портфель даромади — ўртача ставкада солиқ чолинади.

Пассив даромад — энг паст ставкада солиқ солинади.

*Ишлаб топилган даромад.* Ёлланиб ишловчи кишиларнинг ишлаб топган даромадлари энг юқори ставка бўйича солиққа тортилади. Улар қанчалик кўпроқ пул ишлаб топишса, солиқнинг фоизи ҳам ортиб бораверади. Уларнинг ўзлари ҳали пулини қўлига олмасларидан ҳукумат улардан ушланадиган солиқни олиб бўлган бўлади.

Ёлланиб ишловчилар пенсияга чиққанларида уларнинг даромадлари қисқаришини аниқ билишади. Шунинг учун ҳам улар қариганларида камроқ пул билан кун кўришга тайёр бўлишади. Агар сиз ҳам шундай яшаб ўтишга тайёрланаётган бўлсангиз, ҳаммаси жойида. Яна шундай давом этаверинг. Агар қолган кунларингизни бойликда, тўкинчиликда ўтказишингизни

истасангиз, мавжуд шароитни ўзгартириш учун бугунданок ҳаракат қилишни бошлашингиз керак.

*Портфель даромад.* Кўпчилик одамлар портфель даромад олиш учун инвестиция билан шуғулланишади. Агар умумий ҳолатда айтиладиган бўлса, бу даромад капиталнинг ўсиши ҳисобига рўй беради. Яъни инвестицион активлар арзонроқ сотиб олинади ва қимматроққа сотилади. Портфельга турли қимматли қоғозлар йиғилади. Баҳоси ошган вақтида уларни сотишингиз, улардан олинадиган дивидентлар сизнинг даромадингизни ташкил қилади.

Портфель даромадни олишингиз учун сиз 10% солиқ тўлашингиз керак бўлади.

*Пассив даромад.* Пассив даромад деб, пул оқимидан, масалан, ижарага берилган яшаш жойи ёки нотурар бинодан олинадиган ижара пулига айтилади. Бу даромаддан энг кам солиқ ундирилади. Бу қиймат оладиган даромадингизнинг 7,5% ини ташкил қилади.

Кўчмас мулк инвесторлари тоза пассив даромаддан ташқари пул оқимининг бошқа турларидан ҳам фойдаланиш имкониятига эга бўлишади. Булар кўчмас мулкнинг баҳосининг ошиши ва амортизацияси ҳисобига олинади ва кўпинча умуман солиққа тортилмайди (шунинг учун ҳам фантом пул оқими деб аталади). Лекин бундай даромад олишни истаган кишилар ҳар битта ҳолат борасида солиқ инспектори билан маслаҳатлашиб олишлари керак.

## Яхши ва ёмон қарзларнинг фарқи

Қарзнинг ҳам яхшиси ва ёмони бўлади. Агар сиз ўзингиз ишлатишингиз учун машина ёки уйни кредитга олсангиз – бу ёмон қарз бўлади. Чунки бунда сиз уйнинг ёки машинанинг ўз баҳосидан ташқари банкка ҳам анчагина фоизлар тўлашингизга тўғри келади. Агар ушбу машина ёки уйни ижарага берсангиз ва ижара пуллари уни сақлаб туришга ва кредит тўловларига етса ва ортиб ҳам қолса, бу яхши қарз бўлади. Чунки у сизга фойда келтиряпти.

Яхши қарз – бу солиқлардан озод бўлган пуллардир. Чунки бу пуллар сизники эмас ва ундан солиқ ҳам тўланмайди. Масалан, бирор кўчмас мулк сотиб олишда унинг 25 фоизини ўзингиз тўласангиз ва қолган қисмини кредит ҳисобидан тўласангиз, ушбу кредит маблағларидан солиқ ундирилмайди. Бундан ташқари давлатнинг аҳолини уй-жой билан таъминлаш дастури асосида ушбу кредитни оладиган бўлсангиз ва тўловларни ўз маошингиздан амалга оширсангиз, сиз тўлашингиз керак бўлган даромад солиғингиздан озод бўласиз.

Қарз олинган маблағларни тўғри ишлатиш учун кредит олиш ва тўлашни билиш керак бўлади. Жуда кўпчилик одамлар кредит тўловларини ўз маоши эвазига тўлашдан бошқасини билишмайди. Сиз қарзни бошқа биров, масалан, сизнинг ижарачингиз ёки фирмангиз тўлашига эришишингиз

керак. Бу ишни қила олишингизни исботлаб бера олсангиз, бу билан сиз ўзингизнинг кредитни қайтара олишингизни кўрсатасиз. Сизнинг бу қобилиятингиз қай даражада юқори бўлса, шунчалик катта миқдордаги кредитни ҳеч қандай солиқларсиз ва паст фоизлар билан олишингиз мумкин бўлади. Лекин сизнинг муваффақиятга эришишингизни таъминловчи нарса сизнинг молиявий билимларингиз ва ҳаётий тажрибангиз бўлади.

Албатта, кредит олиш учун банкка мурожаат қилсангиз, кўпинча банклар оз суммадаги кредитни иложи борича сиз учун ноқулай бўлган шартлар асосида таклиф қилишга уринишади. Лекин ҳатто шундай шароитда ҳам ўзининг кредит тўлаш қобилияти юқорилигини исботлаган инвесторлар миллиардлаган суммаларни кредитга олишяпти. Банкларнинг сизга кредит беришига сабаб бўлувчи бешта сабаб бор,

1. *Сиз ўзингизнинг стабил пул оқимида эга эканлигингизни кўрсата олишингиз.*

2. *Сиз ушбу кредит маблағларини сарфламоқчи бўлган соҳа ёки ишининг ҳақиқатан даромад беришини исботлашингиз.*

3. *Сиз ушбу кредит маблағларини сарфламоқчи бўлган соҳа ёки ишининг келгусидаги истиқболлари порлоқ эканлигини исботлашингиз ёки бу мамлакатнинг асосий ривожланиш стратегияси билан мос эканлиги.*

4. *Сизнинг ушбу бизнес билан кўп йиллардан буён шуғулланаётганлигингиз, ушбу соҳада обрўга эгалигингиз ва олдинги олган кредитларингиз тарихининг тозаллиги (яъни олган кредитларингизни вақтида, муаммосиз қайтарганлигингиз).*

5. *Ўзингиз яхши биладиган ишингиз билан шуғулланаётганлигингиз.*

Бир куни “McDonald’s” компанияси асосчиси Рей Крок талабалар олдида чиқиш қилганидан кейин уларга шундай савол берган экан:

— Сизнинг фикрингизча “McDonald’s” қайси бизнес билан шуғулланади?

— Гамбургер бизнеси билан, — деб жавоб беришади кўпчилик талабалар.

— Йўқ, — дейди Крок, — менинг бизнесим – бу кўчмас мулкдир.

“McDonald’s” ўзининг тез овқатланиш соҳасида қилган бизнесидан кўчмас мулк сотиб олиш учун фойдаланади. Ҳудди шунга ўхшаб сизнинг бирор активлар билан қилган бизнесингиздан олган фойдангиз иккинчи турдаги активларни сизга келтиришига эришишингиз керак. Бу сизнинг кредит олишдаги устунлигингизни таъминлаб беради.

## Деривативлардан фойдаланишни ўрганинг

Олдин дериватив нима эканлигини тушуниб олсак.

*Дериватив* (инглизча “*derivative*” “ҳосила” сўзидан) – асосий актив (асосий маҳсулот) дан олинган ҳосила молиявий воситадир. Асосий актив сифатида исталган маҳсулот ёки хизмат олиниши мумкин.

Бошқача айтганда, дериватив – бу икки томон орасида шартнома бўлиб, асосий активнинг келажакдаги баҳосига асосланади. Деривативлар бозорда қадимдан фойдаланиб келинади ва улар, масалан, лолаларга, гуручга, пахтага, буғдойга ва бошқа маҳсулотларга тузилган шартномалар бўлган.

Дериватив эгаси асосий маҳсулотни келажакда сотиб олиш учун шартнома тузади ва бунда у маҳсулотни сақлаш ва етказиб бериш ҳақида ўйламаса ҳам бўлади. Энди у ушбу шартнома бўйича бемалаол маҳсулотни сотавериши мумкин.

Дериватив шартнома тузишнинг мақсади активнинг баҳоси ўзгаришидан фойда олишдир. Деривативлар миқдори активлар миқдоридан ошиб кетиши ҳам мумкин. Деривативларни куйидаги мақсадларда қўллашади:

- Хеджирлаш
- Олиб-сотарлик қилиш

Бутун дунёга таниқли инвестор Уоррен Баффет 2002 йилда деривативларга “молиявий оммавий қирғин қуроли” деб таъриф берган эди. Молиявий таҳлилчилар охири бутунжаҳон молиявий инқирозининг келиб чиқишига айнан олибсотарлик сабаб бўлганлигини кўрсатишмоқда. Бунда деривативларнинг баҳоси асосий активларнинг баҳосидан анча ошиб кетган.

*Хеджирлаш* – инглизча “хедж” сўзидан олинган бўлиб тўсиқ, химоялаш, девор маъноларида келади. Хеджирлаш химояланиш, зарардан қочиш маъноларини беради.

Иқтисодчилар хеджирлаш деганда бизнесга киритилган пулларнинг инфляция, бозорда баҳонинг ўзгариши каби таъсирлардан химоялаш учун амалга ошириладиган молиявий операцияларни кўзда тутишади. Олдинлари хеджирлаш фақат валюта операцияларигагина таалуқли атама бўлган, ҳозирда эса умуман барча тижорат фаолиятига тегишли бўлиб, унинг предмети истаган қийматликлар ва маҳсулотлар бўлиши мумкин.

Хеджирлашда энг кенг тарқалган деривативлар, булар:

- Фьючерс;
- Форвард;
- Опцион.

**Фьючерс шартнома** (инглизча “*future*” “келажак” сўзидан) – асосий активни шартнома тузилган пайтдаги баҳо бўйича сотиб олиш шартномасидир. Олди сотдининг ўзи эса шартномада кўрсатилган келажакдаги вақтда содир бўлади. Фьючерслар фақат биржада тузилади ва стандарт шартнома бўлади.

**Форвард** (инглизча “*forward*” “олдинга” сўзидан”) – бу фьючерснинг биржадан ташқаридаги ностандарт кўринишидир. Бунда олди-сотди шартлари фақат харидор ва сотувчи ўртасида келишилади.

**Опцион** (инглизча “*option*” “танлов” сўзидан) – харидорга опцион сотувчига маълум мукофот тўлаш эвазига олди/сотдини амалга оширишга ҳуқуқ берувчи шартномадир. Опцион шартномага кўра харидор ўзининг

мажбуриятларини бажариш ҳуқуқига эга, лекин мажбур эмас. Сотувчи бўлса битимни келишилган шартлар асосида амалга оширишга мажбур.

Барча шартномалар шартномада кўрсатилган шартлар асосида асосий активни келажакда етказиб беришни кўзда тутати.

Дериватив нима эканлигини автомобиль сотиб олиш мисолида кўриб чиқамиз:

1. Дилерлик салоида машина маркасини танлайсиз. Кейин унинг ранги, двигателигининг кучи, қўшимча қурилмалари ва баҳоси келишилади. Депозитга қўйилади ва, масалан, 5 ойдан кейин машинани сотиб олишга форвард шартнома тузилади. Энди бозорда баҳо қанчалик ўзгаришига қарамасдан сиз машинани келишилган нархда сотиб олиш ҳуқуқини қўлга киритдингиз.

2. Сизга аниқ машина ёқиб қолди, лекин уни ҳозир сотиб ола олмайсиз. Унга етарли пул сизда фақат бир ҳафтадан кейин бўлади. Сиз сотувчи билан опцион шартномаси тузасиз. Бунда унга олдиндан 100 доллар тўлайсиз ва машинани ҳафтанинг охиригача сотмай туришни сўрайсиз. Шу билан биргаликда унинг баҳоси ҳам шу вақт давомида ошмаслиги керак. Бу билан сиз ушбу машинани бир ҳафта ичида сотиб олиш ҳуқуқини қўлга киритасиз, лекин бу сизнинг мажбуриятингиз бўлмайди. Агар бошқа салонда арзонроқ машина топсангиз, машина сотиб олишни рад қилишингиз ҳам мумкин. Лекин шартномада кўрсатилган вақт давомида сиз ушбу операцияни амалга оширмасангиз, сотувчига тўлаган пулингиздан ҳам айриласиз.

Иккала вариантда ҳам маълум таваккалчиликлар ва фойдали жиҳатлар мавжуд. Таваккалчиликлар:

1. Дилер сизга машинани етказиб бермайди ва бизнесни ёпади;
2. Машина тезда арзонлаб қолади.

Фойда:

1. Машина яқин орада қимматлайди.

Деривативлардан ақл билан фойдаланиш таваккалчиликни камайтиради ва бозордаги операцияларнинг даромадлилигини оширади.

Хеджирлаш харажатлар ва даромадларни стабиллаштиради ва олдиндан айтиб бериш мумкинлигини оширади. Яъни таваккалчилик даражасини оширади. Бунда асосий таваккалчилик ушбу муддатли шартномалар билан савдо қилувчи олиб-сотарларга тушади. Улар баҳоларнинг ностабиллигида ўйнашади ва бундан фойда олишади. Олиб-сотар биржада контрактни сотиб олаётиб, гаров қўяди. Ушбу гаров унинг таваккалчилиги баҳосидир. Агар шартномада кўрсатилган валюта ёки маҳсулотнинг баҳоси тушиб кетса, олиб-сотар гаровдан айрилади. Агар баҳо ошиб кетса, унга гаров пули қайтарилади ва унинг фойдаси маҳсулотнинг ҳақиқий баҳоси ва шартномада кўрсатилган баҳосининг айирмасига тенг бўлади.

Агар маҳсулотнинг келажакда арзонлаши кутилаётган бўлса худди шу операция тескарасига бажарилади. Яъни сотишга шартнома тузилади ва гаров киритилади. Агар ҳақиқатан ҳам маҳсулотнинг баҳоси тушиб кетса,

хақиқий баҳо ва шартномадаги баҳо орасидаги фарқ олиб-сотарга қолади. Агар баҳо ошиб кетса, у тўлаган гаров пулидан айрилади.

Юқорида келтирилган деривативларнинг барчаси расмий деривативлар эди. Бундан ташқари норасмий деривативлардан ҳам фойдаланишингиз мумкин. Масалан, сиз бирор ихтиро қилишингиз ёки китоб ёзишингиз мумкин. Булар сизнинг ақлингиз, интеллектингизнинг деривативларидир. Ушбу деривативларни сотиб, даромад олишингиз мумкин.

Энди ушбу деривативларга патент олсангиз, патентингиз сизнинг ақлингизнинг деривативининг деривативи бўлади ва ушбу деривативларингизнинг ҳимояси вазифасини ўтайди. Агар сиз нашриётларга ўз китобингизни нашр қилиб сотишлари ёки ишлаб чиқарувчиларга ихтироингиздан фойдаланишлари учун лицензия берсангиз, бу деривативнинг деривативининг деривативи бўлади ва сизга лицензия тўловлари тарзида доимий пул оқимини таъминлаб туради.

Ўзингизнинг шахсий молиявий ҳисоботингизни кўздан кечирсангиз, нимага E ва S квадрантидагиларнинг молиявий қийинчиликларни бошдан кечираётганликларини яққол кўрасиз. Уларнинг харажатлари графасида пулларнинг барчаси B ва I квадрантларидагиларнинг чўнтагига томон оқади.

Квадрантнинг иккала томонидагилар орасидаги улкан фарқ шундаки E ва S лар пул учун ишлашса, B ва I вакиллари пул оқими яратувчи активларни сотиб олишади.

## Хатолардан хулоса чиқаринг

Ҳеч нарса қилмасангиз, ҳеч қандай хато ҳам қилмайсиз. Шу билан биргаликда ҳеч нарсани ўрганмайсиз ҳам. Ҳар қандай фаолият ҳамиша хатолар билан биргаликда содир бўлади. Агар болани юришни ўрганаётиб йиқилаётгани учун жазолай бошласангиз, у ҳеч қачон юришни ўрганиб олмайди. Агар сувга тушмасангиз, сузишни ҳеч қачон ўргана олмайсиз. Китоб ўқиб ёки кимнингдир маърузасини тинглаб, велосипед учишни ўрганиш мумкин эмас. Лекин бизда асосан маъруза эшитиш ва китобдан ўқиш ҳамда хато қилганларни жазолаш принципи асосида ўқитилади.

Қуйида америкалик педагог Эдгар Дейл томонидан 1969 йилда таклиф қилинган ўрганиш (ўқитиш) конуси келтирилган. Унда ўқитишнинг қайси усуллариининг самараси энг юқори эканлиги келтирилган.

Ўрганиш конуси		
Икки ҳафтадан кейин хотирада сақланиб қолади		Ўрганаётган кишининг жараёнда қатнашиши
гапирган ва қилганларимизнинг 90% и	Реал воқеда қатнашиш	Актив
	Фаолиятни симуляциялаш ёки моделлаштириш	
	Саҳаналаштирилган чиқиш	
гапирганларимизнинг 70% и	Сўзга чиқиш	Пассив
	Дискуссияда иштирок этиш	
кўрган ва эшитганларимизнинг 50% и	Бошқа одамларнинг реал ҳолатдаги фаолиятини кузатиш	
	Чиқишни кузатиш	
	Кўргазман итимоша қилиш	
	Фильм томоша қилиш	
кўрганларимизнинг 30% и	Картинани кўриш	
эшитганларимизнинг 20% и	Чиқишларни эшитиш	
ўқиганларимизнинг 10% и	Ўқиш	

Конусга эътибор берсангиз, унинг энг пастида ўқиш турганлигини кўрасиз. Ўқиган одамнинг хотирасида икки ҳафтадан кейин олинган маълумотнинг бор-йўғи 10%и қолар экан. Ундан кейин маъруза тинглаш туради – 20 фоиз.

Шу билан биргаликда фаолиятни имитация қилиш (симуляция) ҳудди ҳақиқий фаолиятда қатнашиш каби 90 фоизлик фойдали ахборотни олишга ёрдам берар экан.

Нимага ушбу усул шундай катта муваффақиятга олиб келади? Чунки имитация (ёки ўйин) ўрганувчиларга хатолар қилиш ва ундан хулосалар чиқаришга ёрдам беради. Шунинг учун ҳам ҳайдовчилар, учувчилар, танкчилар, артиллеристлар ва шунга ўхшаш бошқа мураккаб ва қиммат турувчи ҳамда хавфли техникаларни бошқарувчилар олдинига тренажерда машқ қилишади. Тренажерда аниқ муваффақиятга эришганларидан кейингина улар ҳақиқий техникаларни бошқаришни амалда қўллай бошлашади. Чунки бу арзонга тушади ва хавфсиздир. Бу вақтда ўрганувчи ўзига ва техникага шикаст етказмаган ҳолда истаганча хато қилиши мумкин ва бу хатоларнинг натижасини кўриб, хулоса чиқариши мумкин.

Жуда кўпчилик кишилар бирор шахсий бизнес бошлаш ёки инвестициялашга киришишдан ўлгудек қўрқишади. Бу қўрқувнинг остида ушбу фаолиятнинг натижаси нима бўлишини тасаввур қила олмаслик, реал ҳолатларда хабарсизлик, омадсизликка учраса, изза бўлишдан қўрқиш, бор пулидан ажралиб қолишдан қўрқиш, тажрибанинг йўқлиги ва бошқалар



ётади. Молиявий билимларга эга бўлиш эса сизнинг ана шу кўркувларингизнинг қисман камайишига сабаб бўлади.

Бундан ташқари биз Реберт Кийосакининг “Пул оқими” номли инвестициялаш ва бизнес асосларини ўргатувчи ўйинини Ўзбекистон шароитига мослаштириб чиқардик. Бу ўйин сизга тадбиркорлик ҳақидаги бошланғич билимларни бериш билан биргаликда кўрқмасдан таваккал қилишни ҳам ўргатади. Агар бунда хато қилсангиз, сиз фақат ўйин пулларида айриласиз, лекин ҳаётда мана шу хатони қилмаслик кераклигини ўрганасиз. Бу эса сизнинг хатолардан чиқариб олган хулосангиз бўлади ва ҳаётда муваффақиятли бўлишингизнинг асоси бўлади.

## Сизни камбағал қилувчи сўзлар

Юқорида айтилганлардан ёлланма ишчилар энг кўп таваккал қилишлари ва солиқлар, инфляция, қарзлар туфайли энг кўп зарар кўришларини билиб олдингиз. Шу билан биргаликда яна шундай бир ҳолат борки, у одамларнинг камбағал бўлишларида ва шу ҳолатда узоқ вақт қолишларида жуда катта роль ўйнайди. Бу бизнинг фикрлашимиз ва ишлатадиган сўзларимиздир.

Ҳар қадамда бизни муаммолар таъқиб қилади. Олдимизга қўйган мақсадимизга етишишимизга нимадир қаршилиқ қилади. Бирор масъулиятли ишни бажаришдан олдин нимагадир қорнимиз оғриб қолади. Жуда муҳим масалани муҳокама қилаётганимизда нимагадир овозимиз чиқмай қолади...

Булар ҳаммаси психологияга боғлиқ эканлигини биламиз. Лекин шундай нарсалар борки, улар худди бизга боғлиқ эмасдай. Масалан, кўпинча муваффақиятсизликка учраймиз. Ишонган одамимиз бизни алдайди. Транспортдаги муаммолар туфайли жуда зарур учрашувга кечикамиз. Ўзимиз хоҳламаган вақтда шамоллаб қоламиз ва муаммоларни ҳал қилишни кейинга қолдирамиз. Бизга айнан ҳозир керак бўлган нарса йўқолиб қолади.

Тасодифий ва олдиндан айтиб бўлмайдиган воқеалар ҳам бир қанча муаммоларни келтириб чиқаради. Тасодифан бирор нарсани синдириб қўясиз ёки калитларингизни унутиб қолдирасиз. Кутилмаган меҳмонлар келиб қолишади ва ишларингизни кейинга қолдиришга мажбур бўласиз. Натижада бугун қилишингиз керак бўлган ишни бир ҳафтага кечиктирасиз ёки умуман қилмай қўясиз.

Ўзингизни яратиш дегани мана шу муаммолардан холос бўлиш деганидир. Бу нарсалар менга боғлиқ бўлмаса, улардан қандай қутуламан, - деб сўрарсиз. Ҳозир айтадиган гапим сизни ҳайрон қолдириши турган гап. Бу муаммоларнинг ҳаммаси ўзингизга боғлиқ. Бу муаммоларнинг ҳаммасини ўзингиз яратяпсиз. Ҳаётингизда рўй берган ҳар битта майда-чуйда воқеа ҳам сизнинг айбингиз билан содир бўлади. Албатта, буларни сиз онгли равишда яратмайсиз. Сиз қуйи онгингизга ҳаётингизни бутунлай топшириб қўйгансиз ва у сизнинг тақдирингизни бошқаряпти.

Бунга ишониш қийин. Лекин бунинг бари ҳақиқат!

Транспортдаги муаммо туфайли учрашувга кеч қолдингизми? Сиз 7-маршрутнинг ҳеч қачон ўз вақтида келмаслигини билмасмидингиз?

Сиз шунчаки ўзингиз яхши биладиган фактни ҳисобга олмадингиз ва тасодифга ишондингиз. Бу нарса сиз учун бу учрашув унча муҳим бўлмаганлиги ва бирор нарса бўлса сизни кутиб туришларига ишонганлигингизни билдиради. Сиз кечикиб борсангизу, сизни кутмасдан кетиб қолишган бўлса, демак, қуйи онгингиз бу нарса сизга керак эмас деб ҳисоблаган бўлади.

Бу эса сизнинг онгли равишда тузган режаларингизга қарши. Бундан фақат сизга ёмон. Демак сиз ўз ҳаётингизни бошқармаяпсиз. Қуйи онгингизнинг олдиндан айтиб бўлмайдиган интилишлари сизнинг иродангиз ва режаларингиздан устунроқдир.

Жуда зарур ҳужжатни йўқотиб қўйдингиз. Уни қидириб бутун уйни бир неча марта ағдар-тўнтар қилдингиз. Бир ҳафтадан кейин уни столингизнинг устидаги қоғозлар орасидан топасиз.

Бу қоғозни сиз жуда кўп марта кўргансиз. Лекин нимадир уни илғаб олишингизга қаршилик қилган. Сиз уни кўриб туриб худди кўрмагандай бўлгансиз. Қуйи онгингиз бу қоғоз керак бўладиган ишни сиз учун керак эмас деб ҳисоблаган ва уни кўришингизга қаршилик қилган

Сиз шамоллаб қолдингиз. Бунинг сабаби инфекция. Лекин бу инфекция доимо атрофингизда ва ҳатто ичингизда эдику. Сизнинг организмингиз олдин бошдан ўтказган хоҳлаган бир касаллик билан кураша олади. Агар сиз ОИТС билан касалланмаган бўлсангиз, албатта. Лекин у бирданига энг арзимаган инфекцияга ён беради. Бу нарса қачон рўй беришига ҳеч эътибор берганмисиз?

Буни ҳам сизнинг қуйи онгингиз ҳал қилади. Одатда, қачон касал бўлишингизни таҳлил қилсангиз, касаллик бирор қарор ёки шароитдан қочиш учун баҳона бўлган бўлиб чиқади. Шамоллашни енгиш учун бир кун керак бўлсада, у бир неча кун ва ҳатто ҳафта давом этади. Бир ҳафтага касаллик варақасини оласиз ва кейинги куни отдек бўлиб кетасиз.

Бу ҳолда ҳам касаллик сизнинг қуйи онгингиз томонидан чақирилган. Чунки бу унга фойдали бўлган. Кўпчилик ҳолларда касаллик мураккаб ҳаётгий муаммоларни ечиш усули бўлади ва уни ички психологик ҳолатингиз чақиради.

Касалланиш сизнинг ҳатто ҳаёлингизга ҳам келмаган эдику? Албатта, бу муаммоларни ҳал қилишнинг энг оддий ва болаларча усулидир. Бу касалликни ўша ичингиздаги ёш бола чақиряпти. Касалликларингизнинг 60-70 фоизи айнан мана шу сабабдан юзага келади.

Фақат ёш боладан фарқли равишда сизнинг организмингиз ҳақиқатан ҳам касалланади. Лекин бирор дуохон, экстрасенс ёки домла сизга бирор дуо ўқиб қўйса, касаллик организм уни сиқиб чиқариши учун керак бўладиган вақтда даф бўлади.

Болаларга улар соғлом вақтида кам эътибор берилиши кейинчалик улар жуда кўп касалланишларига олиб келади. Чунки у касалланганда отаси, онаси, бувисию бобоси унинг тепасида бўлишади ва у ўзига керакли

эътиборни тўлиқ ҳажмда олади. Ижобий рағбатлантириш туфайли бола ҳар сафар эътиборга муҳтож бўлганда ўзида касаллик чақиришга мойил бўлади ва муаммоларни ҳал қилишнинг бу усулига кўникиб қолади.

Бу ўта хавфли ҳолатдир. Чунки бола организмида касаллик асоратлари қолиши мумкин. Бундан ташқари у катта бўлганда ҳам эътиборга муҳтож бўлса яна касаллик чақиришда давом этади. Энди бу болаликдаги самарани бермайди ва катта кишига касаллигида катта эътибор берилмайди. Натижада фақат организмнинг қийналгани қолади.

Ўзимнинг бошимдан ўтган. Заводда слесар бўлиб ишлаб юрган пайтларим нимагадир чоршанба кундари касал бўлиб қолар эдим. Врачлар организмнинг умумий кучсизланиши деб ташхис қўйишган. Орадан кўп йиллар ўтганидан кейингина мен муваффақиятсизлар касали билан оғриганлигимни тушуниб етганман.

Ҳаётда муваффақиятли кишилар эса кўпинча жума куни кечқурунга қараб касалланишади. Шанба куни кризисни ўтказишади ва якшанба куни кечқурунга бориб отдай соғлом бўлишади.

Ишга қабул қилиш анкетасида “сиз одатда ҳафтанинг қайси куни касалланасиз?” деган саволни қўшилса, ишга олинаётганларнинг кўпчилигини муваффақиятли кишилар ташкил қилган ва ишлар олдинга силжиган бўлар эди. Лекин одамнинг ўзига ва ҳаётга қараши ўзгариши билан бу белги ҳам ўзгаради.

Яна битта муаммо бор. У ҳам бўлса ишонган одамларингизнинг сизни алдаб кетишлари. Бу ерда сизнинг айбингиз умуман йўқлиги ва алдоқчиларга барча айбни ағдариш мумкинлиги ҳақида хоҳлаганингизча баҳслашингиз мумкин.

Бу ҳолда ҳам ҳамма нарса сизга боғлиқ. Сизни ўзингиз виждонсизлиги бўйича танлаб олган одамларингиз алдашади. Сизнинг онгли равишда тузган режаларингизни қуйи онгингиз чиппакка чиқаришни истайди ва сиз шундай одамларга масъулиятли ишларни ишониб топширасиз. Бу одамлар сизни алдаб кетишади ва бу нарса сизни натижа учун жавобгарликни бўйнингизга олмаслигингизга ва виждонингиз олдида топ-тоза бўлишингизга олиб келади.

Масалан, мен биладиган тадбиркорни бир киши икки марта ўмариб кетди. Яна ўз қариндоши. Бундай бўлиши мумкин эмас деб ҳисоблайсизми? Бекорларни айтибсиз. Жуда бўлиши мумкин. У ўзи бошқаришни хоҳламаган корхонасига жиянини бош қилиб қўйганди. У бўлса барча нақд пулни чўнтакка уриб қочиб кетган. Анча пайтдан кейин мулойим мушукка ўхшаб, худди тазирина еган одамга ўхшаб қайтиб келган. Унга ишониш керак эмаслигини тадбиркорга бир неча киши айтишига қарамасдан, “Кўр хассасини бир марта йўқотади. Энди ундай қилмайди” деб унга иккинчи марта ишонч билдиради. Ўз корхонасининг директори қилиб қўяди. Айланма маблағ анча кўпайгунча жиян яхши, виждонан ишлайди. Кейин бўлса барча нақд пулларни чўнтакка уради ва бунинг устига ҳисобдаги барча пулларни бошқа фирмага ўтказиб, бир кунда ғойиб бўлади.

Бу нарса унинг бизнес билан шуғулланиш ҳақидаги онгли режалари қуйи онгидаги кўрсатмалар билан мос келмаслигини билдиради, ҳолос. Яъни мавжуд ҳолатни ўзгартириш учун у олдин ўз ичида чуқур жойлашган установакаларни ўзгартириши керак бўлади.

Яна бир мисол, битта врач танишим бор. У поликлиникада ишлайди. Ўзи жуда яхши мутахассис. Доимо поликлиникада топадиган пулининг камлиги ва участкани назорат қилиш жуда қийинлигидан нолиб юради. У касалхонага ўтиб ишлашни орзу қилади. Чунки у ерда жавобгарлик кам ва кўпроқ пул ишлаб топиш имконияти бор. Лекин у ўзига ёқмайдиган поликлиникада ишлаётган 11 йил давомида бирор марта яхшироқ ишни излаб бирор жойга мурожаат қилмаган. Ўзига ўхшаган муваффақиятсиз дўстларидан ёрдам беришни илтимос қилади. Ваҳоланки унинг ўзи билан ўқиган курсдошлари медицина соҳасида катта лавозимларда ўтиришибди. Бу эса у юрагининг тўрида ўзгаришлардан кўрқиши, ҳаммасини эски ҳолида қолдиришга интилиши ва бир нима бўлар дер деб ишонишини кўрсатади.

Ундан нимага ўзинг бориб касалхона бош врачлари билан гаплашиб кўрмайсан деб сўраганимда “Ҳаммаси фақат пулга боғлиқ. Пора бермасанг ишга олишмайди” деган жавобни олдим.

Хўш сизнинг аҳволингиз қандай? Сизда бундай муаммолар йўқми? Ҳаётингизни ўзгартириш учун нималар қилдингиз? Сиз ўзингиз хавас ёки ҳасад қиладиган одамлардек бўлиш учун уларчалик кўп уриндингизми? Йўқ! Сизнинг ҳозирги ҳолатингизга жамият, ота-онангиз, шароит сабаб эмас. Ҳаммасининг сабаби ўзингизнинг эринчоқлигингиздир. Сиз ўзингизни қийнадингиз, ўрганган шароитингизни ўзгартиргингиз келмайди, ҳолос.

Шундай қилиб, сиз ўзингиз билан ўз муваффақиятсизликларингиз ва муаммоларингиз манбасини олиб юрибсиз. Бу манба – сизнинг комплексларингиз ва болалик таассуротларингиздир. Одамнинг тақдирини унинг характери билан белгиланади. Характер бўлса унинг ҳаётининг биринчи йилларида шаклланади. Кейинчалик унга айрим ўзгартиришлар киритиш мумкин, ҳолос.

Шунинг учун биз етакчилик ва муваффақиятга эришиш усулларини ўрганишдан олдин шахсий муаммолардан қутулиш ҳақида гаплашамиз.

Одамнинг айтадиган сўзлари ва ишлатадиган иборалари ҳам унинг ким эканлигини яққол кўрсатиб туради. Одамни янги бирор нарсага уришиб кўриши, ҳаётини ўзгартиришига қаршилик қиладиган фикрларни минглаб кўрсатиш мумкин. Қуйида уларнинг бир нечтасини келтириб ўтаман.

“Яхши жойда ишлаш учун яхши ўқиш керак” – одамларни ёлланма ишчи қилиб тарбиялаш учун ишлатилади.

“Одамлар орасида обрўга эга бўлиш учун катта уйнинг ва дахшат машинанг бўлиши керак” – бу ўзини бой қилиб кўрсатишга ҳаракат қилиб, янада камбағаллик ботқоғига ботириш учун ишлатилади.

“Пулларингни банкка қўйсанг, фоизи билан кўпайтириб оласан”. Қўзғалмасдан турган пуллар инфляцияни янада ошириши ва инфляция сизнинг сақлаб қўйган пулларингизни еб қўйишини билмайдиганларнинг фикри.

“Бизнес қилиш учун катта пул керак” – одамларни бизнес қилишдан ва катта ютуқлардан тўхтатиб қолиш учун ишлатилади.

“Менинг буни қилишга билимим (уқувим, тажрибам, қобилиятим) етишмайди”, “Бу ишни қилишга мен ҳаддан ташқари ёшлик (қарилик) қиламан”, “Мени пул қизиқтирмайди”, “Бу ишларга менинг вақтим йўқ”, “Менга буни қилишга отам (онам, хотиним, эрим, акам...) рухсат бермайди”, “Олдин бошқалар қилиб кўришсин, уларда ўхшаса, кейин мен ҳам қиламан”, “Қиламан, фақат сал кейинроқ. Қулай шароит пайдо бўлганда” – булар сиз олдингизда турган имкониятдан фойдаланмаслигингиз учун кўрсатишингиз мумкин бўлган баҳоналарнинг фақат кичкинагина бир қисмидир. Агар сиз ҳам шу гапларни ва ибораларни амалда қўллаётган бўлсангиз, билингки, сиз ўзингизни камбағал бўлишга дастурлаяпсиз.

Агар сиз бой яшашни, ҳамма нарсангиз бадастур бўлишини ва шу билан биргаликда барча орзу-мақсадларингизни амалга оширган бахтли инсон бўлишни истасангиз, ушбу дастурларни ўзгартиришга ҳозирданок киришинг. Бунинг учун энг аввало турли баҳоналар қилиш ва бошқаларни ўзингизнинг муваффақиятсизлигингизда айблашни тўхтатиб, ўзингизга: “Мен қандай қилиб буни амалга оширишим мумкин?”, “Нима қилсам мен ҳам бой бўламан?”, “Бунинг учун менга нималар керак?” ва шунга ўхшаш ҳаракат қилишга ундайдиган саволларни беришингиз ҳамда ушбу саволларнинг жавобини қидира бошлашингиз керак бўлади.

Шу билан биргаликда ҳаётда камбағалларнинг эмас, айнан бойларнинг қоидалари бўйича ўйнашни ўрганишингиз керак. Агар шу пайтгача ўйинда юта олмаётган бўлсангиз, ўйин қоидасини ўзгартириш керак. Чунки яна олдин натижа бермаган усул билан ҳаракат қилиб, бошқача натижа кутиш беманиликдир.

## **Сабаб ва мақсад**

Энг аввало сиз ушбу бизнесни нима сабабдан бошламоқчи ёки нима сабабдан инвестиция фаолияти билан шуғулланмоқчи эканлигингизни аниқлаб олинг. Истаган бир нарсага инвестиция киритишингизга нимадир сабаб бўлади. Ушбу сабаб сиз учун нима? Катта пул топиш, оилангизни боқиш сабаб бўла олмайди. Бу сабаблар жуда жўн ва ишонарсиз. Унга бошқалар тугул, ҳатто, ўзингиз ҳам ишонмайсиз.

Сабаб сизда жойингиздан қўзғалишингизга, пайдо бўлган эҳтиёжни қондиришга тинмасдан ҳаракат қилишга иштиёқ пайдо қилсин ва сизни бунга мажбурласин. Ана шундай кучли сабабингиз бўлмаса, сиз ҳеч қачон бизнесга ёки бошқа бирор нарсага инвестиция қилишни бошламайсиз. Агар бошласангиз ҳам биринчи тўсиқ пайдо бўлиши билан ташлаб қўясиз. Шундай экан қанча вақтингиз кетишидан қатъий назар энг аввало сабабни аниқлаб олинг. Бунга иккинчи даражали иш деб қараманг. Агар сабаб аниқ бўлмаса, кейинги қўядиган қадамларингизнинг умуман аҳамияти йўқ.

Молиявий эркинликка, шахсий бизнесингизни йўлга қўйишга, инвестициялашни бошлашга сизнинг шахсий сабабингизни аниқлаш қуйидагича амалга оширилади.

Энг аввало ўзингизга: “Менинг молиявий эркин бўлишимга, шахсий бизнес бошлашимга интилишимнинг ҳақиқий сабаби нимада?” деган савол беринг. Бу саволнинг жавобини аниқлашингиз жуда муҳим.

Бу саволга жавоб қидираётганингизда қуйидаги саволлар ҳақида ҳам ўйлаб кўринг:

- Умуман ишламаслигингиз мумкин бўлганида нима қилардингиз?

- Ўз вақтингизни ўзингиз истаганингиздай сарфлашингиз мумкин бўлганида нима қилардингиз?

- Пул ҳақида умуман қайғуриш керак бўлмаганида ҳаётингиз қандай ўзгарарди?

Каллангизга келган ҳар қандай ғояни қоғозга ёзинг. Чунки бусиз ҳақиқий сабабингизни аниқлай олмайсиз. Кўпчилик одамлар бирор нарсага интилишларининг сабабини ташқаридан қидиришади. Улар мавжуд эҳтиёжларидан келиб чиқиб, нимадир қилишлари кераклиги ҳақида хулоса чиқаришади. Бу эса хато йўлдир. Чунки майда эҳтиёжлар ҳеч қачон тугамайди ва уларга ҳаддан ташқари катта эътибор қаратишингиз ўша эҳтиёжлар тўрига ўралиб қолишингизга ва улардан каттароқ бўлган ҳеч нимани амалга оширмаслигингизга олиб келади. Сизнинг ҳақиқий сабабингиз молиявий жиҳатдан эркин бўлганингизда, пул топиш учун ишлашингиз керак бўлмаганда нима қилишни исташингизда кўринади. Жуда кўпчилик одамларга бу саволнинг маъноси етиб борганидан кейин агар яшаш учун пул топишлари керак бўлмаганда ҳозирги қилаётган ишларини умуман қилмасликларини ва ўзларининг қалбининг тубида яшириниб ётган эзгу орзуларини амалга оширишга ҳаракат қилган бўлишларини айтишади.

Ана шу орзуларни аниқлаштириб олишингиз учун ўзингиздан яна сўранг: “Қаердадир қалбимнинг тубида менинг молиявий эркинликка эришишга интилишим илдизлари яширинган. У қаерда жойлашган ва нимадан иборат?”. Ўзингизнинг ичингизга қарашга урининг. Барча эзгу орзу-ниятларингиз, амалга оширишингиз сизга лаззат бағишлайдиган мақсадларингиз, сизнинг дунёга келишингиз ва унда яшашингизга маъно берадиган берадиган ишлар ҳақида ўйланг.

Яна барча фикрларингизни қоғозга ёзинг. Қандай фикр келишидан қатъий назар ёзишда давом этаверинг. Ҳатто улар сизга кулгули кўринса ҳам, аҳмоқона фикрлар бўлса ҳам ёзинг. Одатда, биринчи қарашда энг аҳмоқона бўлиб туюлган фикрлар ва орзулар сизнинг ҳаракатга келишингизга энг катта туртки беради.

Юқоридаги иккала саволнинг жавобларини ҳам қоғозга ёзиб бўлганингиздан кейин уларни бир қатор ўқиб чиқинг ва ўзингизга яна савол беринг: “Менинг молиявий эркинликка эришишга интилишимнинг энг чуқур ва асосий сабаби нимада?”

Ўзингиз аниқлаган ва қалбингиз буюрган сабабларни алоҳида қоғозга ёзинг.

Ушбу саволларни ўзингизга улар қалбингизнинг тубига етиб боргунича ва ўзингизнинг нимага деган саволингизга жавоб олгунингизча бераверинг. Жавобларингизни қайта ва қайта ёзишдан эринманг. Чунки сиз улкан бурилиш олдида турибсиз ва йўналишни тўғри олишингиз сизнинг кейинги ҳаётингизнинг қандай кечишини таъминлаб беради.

Юқорида мен молиявий эркинлик ҳақида ёздим ва кўпчиликнинг бунинг нима эканлигини тушунишлари қийин бўлади. Шунинг учун молиявий эркинлик нима эканлиги билан танишсак. Буни ҳар ким ҳар хил тушунади. Ким учундир бу миллион доллар, ким учундир ҳар ойда миллион сўм маош, яна ким учундир эса бу битма-туганмас ҳазинадир. Мана шундай турлича қарашлар туфайли ҳам одамлар бой бўлиш қандай бўлишини, молиявий эркинлик нималигини тушунишмайди. Қуйида *молиявий эркинлик формуласи* келтирилади:

***Сиз пул оқимини яратувчи активларни сотиб оласиз ёки яратасиз. Агар активларингиз келтирадиган пассив даромад сизнинг ойлик харажатларингизга тенг бўлса ёки ундан ошса, сиз молиявий эркинсиз. Активларингиз даромад келтиргани ва сиз учун ишлагани сабабли эркинсиз. Энди сиз пул учун ишлашингиз керак эмас.***

Пул оқими сизнинг бизнесингиз ёки бошқа ҳар қандай инвестициянингизнинг асосий кўрсаткичларидан биридир. Шундай экан сиз пул оқимини олдиндан аниқлай ва ҳисоблай олишингиз керак. Ҳар қандай инвестициядан келадиган пул оқими қуйидаги формула бўйича ҳисобланади:

***Даромад — харажатлар — кредит тўловлари = ПУЛ ОҚИМИ***

Пул оқими ижобий ёки салбий бўлиши мумкин. Сизнинг ҳар битта инвестициянингиз ижобий пул оқимини яратишига ҳаракат қилишингиз керак. Акс ҳолда сиз актив деб харид қилган нарсангиз ёки бошлаган ишингиз аслида пассив бўлиб чиқади.

Сизнинг инвестициянингизнинг иккинчи кўрсаткичи – бу *инвестиция қилинган капиталнинг фойдасидир*. Одатда, у бир йил учун аниқланади ва қуйидаги формуладан топилади ва фоизларда ҳисобланади:

***Йиллик пул оқими: Инвестиция қилинган маблағ суммаси = Инвестиция қилинган капиталнинг фойдаси (нақд пулга нақд пул)***

Бу кўрсаткич сизнинг сарфлаган маблағингизни қанча вақтда қайтариб олишингизни кўрсатади. Инвестиция қилишдан мақсад – даромад олиш бўлганидан кейин, унинг қанча вақтда сизга фойда бера бошлашини аниқ билишингиз керак. Агар натижа 10% чиқса, демак сарфлаган пулингизни 10

йилда қайтариб оласиз. Агар 200%лик натижа бўладиган бўлса, бу инвестиция 6 ойда ўзини қоплаб, кейин фақат фойдага ишлай бошлайди.

Бизнинг аниқлашимиз керак бўлган кейинги кўрсаткич – бу *бойлик кўрсаткичидир*. Чунки кўпчилик бой бўлишни ва тўқис яшашни орзу қилишади, лекин бунинг учун уларга қанча миқдорда пул керак бўлиши кераклигини билишмайди. Бу суммани жуда кўпчилик одамлар ҳаддан ташқари катта бўлиши ва уни ҳатто санаб чиқиш ҳам қийин бўлиши керак деб ҳисоблашади. Бу ҳам одамни эндигина бошламоқчи бўлган ишларини етиб бўлмас даражадаги ишни бошлаган деб ташлаб қўйишига сабаб бўлади.

Лекин бу бизнинг ўзимизни алдашимиз учун навбатдаги баҳонамиздан бошқа нарса эмас. Аслида бойлик пул билан эмас, вақт билан ўлчанади. Бу ерда пул сиз ўйлаганчалик катта аҳамиятга эга эмас. Диққат қилинг – бойлик кўрсаткичи:

***Бойлик кўрсаткичи – бу сизнинг ишламасдан ва яшаш тарзингизни ёмонлаштирмасдан туриб яшашигиз мумкин бўлган вақтдир***

Ўзингизнинг бойлик кўрсаткичингизни аниқлаш учун сиз юқорида келтирилган молиявий ҳисоботни тўлидиришингиз керак бўлади.

Фақат бу кўрсаткични аниқлашда сизнинг ўзингиз қилган актив ишингиз учун оладиган маошингиз ва мукофотларингиз ҳисобга олинмаслигини эсдан чиқармаслигингиз керак. Бу ерда сизнинг ҳозирда қўлингизда бўлган нақд пул, банкдаги омнатларингиз, сотиб олган қимматли қоғозларингиз, умуман олганда тезда сотиб пул қилиш мумкин бўлган ликвидли қимматликларингиз ҳамда сизнинг меҳнат фаолиятингизга тааллуқли бўлмаган даромадларингиз ҳисобга олинади. Ликвидли қимматликларга уй ва машина кирмайди, шунингдек қимматбаҳо тақинчоқлар ва шунга ўхшаш нарсаларни ҳам бу ерга қўшмасликни маслаҳат берамиз. Чунки бойлик кўрсаткичида яшаш тарзингизни ёмонлаштирмасдан деган шарт бор. Сиз ишламай қўйганингиздан кейин сизнинг яшаш сифатингиз пасаймасагина бу бойлик кўрсаткичи бўлади. Акс ҳолда у камбағаллик кўрсаткичига айланиб қолади.

Харажатларни ҳисоблашда қуйидаги пунктларни ҳам иложи борича ҳисобга олишга ҳаракат қилинг:

- Гаров (кредит) учун тўловлар
- Кўчмас мулк ва ер солиғи
- Таъмирлаш ишлари
- Суғурта пуллари
- Коммунал хизматлар, телефон, интернет, кабель ва IP телевидение
- Ижара тўловлари
- Машина кредити учун тўловлар
- Машинанинг харажатлари
- Транспорт харажатлари (поезд, актобус, такси)
- Уйда овқатланиш



- Кўчада овқатланиш
- Даволаниш
- Кўнгил очиш (концерт, театр, спорт ўйинлари ва бошқалар)
- Харидлар (кийим-кечак, уй-рўзғор моллари, компьютер, китоблар, косметика ва бошқалар)
- Газета ва журналларга обуна
- Саёҳат ва дам олиш
- Болаларга харажатлар
  - Энага
  - Таълим олиш
  - Кийим-кечак
  - Бошқа харажатлар
  - Спорт ва бошқа тўғараклар
- Спорт билан шуғулланиш
- Уй ҳайвонларига харажатлар (ем-хашак, ит ва мушукларнинг овқати)
- Таълим олиш
- Пуллик тўхташ жойлари
- Бошқа харажатлар

Энди бойлик кўрсаткичини аниқлашимиз мумкин:

<b>Омонатлар (ёки қўлингиздаги нақд пуллар)</b> <b>+ меҳнат фаолиятига боғлиқ бўлмаган даромад</b> <hr style="border: none; border-top: 1px dashed black;"/> <b>Ойлик харажатлар</b>	<b>= Бойлик кўрсаткичи</b>
--	----------------------------

Бойлик кўрсаткичи сиз ҳеч қаерда ишламасдан неча ой давомида яшашингиз мумкинлиги кўрсаткичидир. Яъни сиз ишламасдан ва яшаш тарзингизни ёмонлаштирмасдан неча ой яшай олишингизни билиб оласиз.

Агар бу формулада меҳнат *фаолиятига боғлиқ бўлмаган даромад* (*пассив даромад*) нолга тенг бўлса, бу шунчаки қанча вақт давомида яшай олишингизни билдирадиган молиявий эркинлигингиз формуласи бўлади.

Ушбу формуладан *омонатлар (ёки қўлингиздаги нақд пуллар)* ни олиб ташласак, бу сизнинг пул оқимингизни беради ва ушбу кўрсаткич 1 дан катта бўлиши сизнинг молиявий эркин эканлигингизни билдиради.

<b>Меҳнат фаолиятига боғлиқ бўлмаган даромад</b> <hr style="border: none; border-top: 1px dashed black;"/> <b>Ойлик харажатлар</b>	<b>&gt; 1</b>
---	---------------

Ушбу формула сизнинг мақсадингизни белгилаб беради. Сиз қайси соҳага инвестиция қилишингиздан қатъий назар (бизнес, кўчмас мулк,

қимматли қоғозлар ёки моддий активлар) ушбу қиймат 1 дан катта бўлишига эришишингиз керак. Ана шундагина сиз чекланмаган муддат давомида меҳнат қилишга мажбур бўлмаслигингиз ва ўзингизнинг олдингизга қўйган мақсадингизни амалга ошира олишингиз мумкин бўлади.

## Режа

Сизнинг кейинги қиладиган ишингиз айнан нима билан шуғулланмоқчи эканлигингизни ва буни қандай амалга оширмоқчи эканлигингизни аниқлаб олишдир.

Аввало мақсадингиз капиталнинг ўсишига қаратилганми ёки пул оқимидами эканлигини аниқлаб олинг. Чунки бу иккала стратегия умуман бир-бирига ўхшамайди. Буни сиз билан олдинроқ муҳокама қилган эдик.

Иккинчидан, инвестицияларнинг қайси тури билан шуғулланмоқчисиз? Бу бизнесми, кўчмас мулкми, қимматли қоғозларми ёки моддий активларми? Ушбу тўртта йўналишнинг ичида ҳам турли активлар гуруҳлари борлигини ҳам эсдан чиқарманг. Шунинг учун бирор йўналишни танлаганингиздан кейин унинг ичида ҳам мутахассислашишингиз керак бўлади. Чунки сиз бир вақтнинг ўзида жуда кўплаган объектларда ишлай олмайсиз ва бу уринишингиз сиз учун ачинарли яқун топиши мумкин.

Демак сиз ушбу йўналишнинг бирор объекти бўйича экспертга айланишингиз керак. Фақат мутахассислашишгина сизни турли муаммолардан асраши мумкин.

Буларни аниқлаб олганингиздан кейин сизнинг асосий мақсадингиз қачон амалга ошиши ва оралиқ мақсадларингизнинг қайси муддатларда бажарилишини аниқлаб олишингиз керак бўлади. Айтайлик, сизнинг олдингизга қўйган мақсадингиз молиявий мустақилликка эришиш бўлсин. Ўзингизнинг даромад ва харажатларингиздан келиб чиқиб, ойига 5 миллион сўм топишингиз сизнинг молиявий эркинлигингизни таъминлаб беришини хисоблаб топдингиз. Сиз ишламаган тақдирда ҳам ана шу 5 миллион сўм келадиган вақт қачон бўлади? 5 йилдан кейинми ёки 10 йилдан кейинми?

Агар бу вақтни 5 йил деб белгилаган бўлсангиз, 3 йилдан кейин даромадингиз қанча бўлиши керак, бир йилдан кейинчи? Сизнинг бир йилдан кейинги режалаштирган пассив даромадингизни олишингиз учун ушбу йилнинг ҳар бир ойида нималарни қилишингиз ва нималарга эришишингиз керак бўлади? Ойлик режаларингиз ҳал бўлганидан кейин бир ой давомида ушбу режани амалга ошириш учун ҳар бир ҳафта давомида нималарни амалга оширишингизни, кейин эса ҳар куни қиладиган ишингизни аниқлаб чиқишингиз керак бўлади.

Масалан, шундай бўлиши мумкинки, сиз ҳали бизнес тўғрисида ҳеч нарса билмайсиз. Бизнеснинг ўзи нима эканлигидан бошлаб анчагина нарсаларни ўрганиб чиқишингиз керак. Назарий маълумотларни ўрганиб чиқишингиз, тегишли бизнес тренинг ва семинарларда қатнашишингиз учун бир ярим ой вақт керак бўлиши мумкин. Бу ҳам бизнесни бошлашнинг

дастлабки босқичидир. Шундай экан сиз бир ярим ой давомида бошламоқчи бўлган бизнесингиз ва инвестициянгиз ҳақидаги барча маълумотларни йиғишингиз ва ўрганишингиз керак.

Албатта назарий маълумотларни ўрганиш билан иш битмайди. Шундан кейин сиз амалий тажриба тўплашни бошлашингиз керак бўлади. Бу тажрибани тўплаш учун нима қиласиз? Ўзингиз бирор кичикинагина янги иш бошлайсизми ёки мавжуд бизнесга кириб, ўша ерда тажриба орттирасизми? Сизнинг тажриба орттиришингиз қанча вақт давом этади ва қанча пулга тушади? Тажриба орттириш даврида даромад олиш ҳақида ҳали ўйламаса ҳам бўлади. Бу даврда сиз билим, кўникма ва тажриба орттириш билангина машғул бўласиз. Демак бу вақтда сизнинг яшашингизни таъминлайдиган бошқа бирор даромад манбаингиз бўлиши керак. Буниям режалаштириб қўйишингиз керак бўлади.

Бу даврда сизнинг қилган кичик инвестицияларингиз ўзининг биринчи натижаларини бера бошлаши керак. Улардан кўшимча даромад ола бошлашингиз билан бу даромадларни қайта инвестициялашга кирита бошлашингиз керак.

Шу тариқа тахминан биринчи йилингизда ҳали ҳеч қандай даромад олишингизни режалаштирмасангиз ҳам бўлади. Лекин кимга қанақа? Айримлар ҳатто биринчи кундан бошлаб пассив даромад олиш ҳақида ўйлай бошлашади ва бунинг уддасидан ҳам чиқишади. Режалаштириш албатта сизнинг реал ҳолатингиздан келиб чиқиши керак.

Демак, режа тузишингиз учун қуйидаги босқичлардан ўтишингиз керак бўлади:

1. Ўз мақсадингизни аниқланг
  2. Ўзингизга қуйидаги учта саволни беринг:
- Менинг асосий инвестициялаш воситам нима бўлади (бизнес, кўчмас мулк, қимматли қоғозлар)?
  - Ушбу воситалар гуруҳининг айнан қайси объектига бутун эътиборимни жамлайман?
  - Олдимга қўйган мақсадимни қачон амалга ошираман?

Жуда кўпчилик одамлар “Мен қачон етарлича пулим бўлса, ўшанда инвестициялашни ёки бизнесни бошлайман” дейишади. Бу билан улар ўзларининг ҳаракат қилмасликларини оқламоқчи бўлишади. Тўғрида пули бўлмаса нима ҳам қилиши мумкин? Лекин аслини олиб қараганда бу умуман ҳеч нима қилмаслик учун баҳонадан бошқа нарса эмас.

Хўш, сизчи? Сиз нима қилмоқчисиз? Ҳаётингизни ўзгартириш ва келажагингизни яратиш учун сабабингизни аниқлаш, мақсад қўйиш ва режа асосида ҳаракат қилишга тайёرمىсиз? Бу осон бўлади деб айта олмайман, лекин оладиган мукофотингиз қилган ҳаракатларингизга арзийди.

Агар сиз ҳалиям ҳаракат қилишга тайёр бўлсангиз, унда истаган бир орзуингизни амалга ошириш албатта пулга бориб тақалишини биласиз. Энди сизга пулни қаердан олиш мумкинлигини айтишим мумкин. Пулни сизнинг ўзингиз топасиз!!!

Бунинг учун пул билан муомала қилишнинг биринчи ва асосий қоидасини бир марта ва бутун умрга эслаб қолишингиз керак бўлади.

### **Энг аввало ўзингга тўла!!!**

Бу қоидани кўпчилик эшитган, лекин унга амал қилувчиларни бармоқ билан санаса бўлади. Чунки унга амал қилиш жуда қийин иш ва уни ҳамма ҳам тўғри тушунавермайди. Ўзига тўлаш – бу кийим-кечакка, зиёфатларга, турли тақинчоқларга, томошаларга ва бошқа қақир-қуқирларга пул сарфлаш керак дегани эмас. Кўпчилик буни худди шу маънода тушунади. Аслида унинг маъноси умуман бошқача.

Масалан, менинг ўзим топган пулимнинг 30 фоизини ҳар қандай ҳолатда ҳам алоҳида ажратиб қўяман. Турли хил ҳолатлар бўлиши мумкин. Мисол учун, ҳозир менинг қарзларим бўлиши, кредит тўлови вақти келган бўлиши, оиламга бирор нарса зарур бўлиб турган бўлиши мумкин. Бу муаммоларнинг барчаси иккинчи даражалидир. Чунки улар маълум вақт давомида кечиктириб туриш мумкин бўлган харажатлар сирасига киради. Албатта, мен қарзни тўламаслик, оилангизга керакли нарсани олиб бермаслик тарафдори эмасман. Лекин нима бўлганда ҳам биринчи бўлиб ўзингизга тўланг. Қолган харажатлар учун пулингиз қолмаган бўлса, **пул топишнинг йўлини қилинг**. Ёки келишиб олиб, уларни маълум вақтга кечиктиринг.

Менда худди шундай бўлади. Олдин келган даромаднинг 30%и ажратилади, қолган қисми эса харажатларга сарфланади. Хўш, бу 30% нимага сарфланади.

Улар бекорчи нарсаларга эмас, албатта, сизнинг молиявий келажагингизни таъминлаш учун сарфланиши керак. Бу пуллар учга тақсимланади. 10% инвестиция қилишга, 10% резерв омонатга, 10% хайрияга сарфланади.

Сиз ҳар қандай кутилмаган ҳолатга ҳам тайёр туришингиз керак бўлади. Шунинг учун доимо резерв пулингиз бўлиши керак. Сизнинг резервда турган пулларингиз кутилмаган ҳолат содир бўлиб, барча даромадларингиздан ажраган тақдирингизда ҳам камида 6 ой давомида яшашингиз учун етиши керак. Бу пулларга ана шундай кутилмаган ҳолат содир бўлмаса, ҳар қандай баҳона билан ҳам тегиниш мумкин эмас.

Инвестиция қилиш учун сарфланадиган пулни ўзингиз тушунганингиздек, айнан инвестициялар учун сарфлайман.

Хайрия учун сарфланадиган пул ҳақида гапирганимда жуда кўпчилик бунга ҳайрон бўлади. “Ўзимга пул етишмаётган бўлса, мен нимага бошқаларга хайрия қилишим керак?” Лекин халқимизда: “Садақа балони даф қилар” деган гап бор. Бундан ташқари “Олдин ўзингга, кейин ота-онангга, кейин қариндошларингга садақа қил. Улардан ҳам ортиб қолса бошқаларга садақа қил” дейилади ҳадисларда. Инвестиция учун ажратган қисмингиз – бу сизнинг ўзингизга қилган садақангиздир. Хайрияни эса ота-онангиздан

бошлашингиз керак. Ота билан онанинг фарзандидан мамнунлиги ва унинг отаси ва онаси бўлганлигидан фахрланишининг ўзиёқ сизнинг йўлларингизни очиб қўяди. Бу ҳар қандай муаммонинг олдини олиш ва бахт-омад эшикларининг сизнинг олдингизда доимо очиқ туришини таъминловчи калитдир. Айнан шунинг учун ҳам хайрия фаолияти билан шуғулланишингиз керак бўлади.

Албатта, сиз ўзингизнинг шароитингиздан келиб чиқиб, бу фоизларни бошқача тақсимлашингиз ҳам мумкин. Лекин инвестиция учун ҳар қандай ҳолатда ҳам 10% дан кам ажратмаслик керак. Ана шу оддийгина қоидага амал қилсангиз, ҳаракатсизлигингиз учун баҳона қидириб ўтиришингизга ҳожат қолмайди.

Бу принципни тушунтираётганимда айримлар жуда қийин аҳволдалигини ва бир тийин ҳам орттира олмаслигини айтишади. Бу одамлар учун қуйидаги кичкинагина машқни таклиф қиламан:

Ўтган йил давомида қанча даромад олдингиз? \_\_\_\_\_

Агар ўтган йил давомида даромадингизнинг 30% ини йиғиб борганингизда ҳозир сизнинг қўлингизда қанча пул бўлган бўларди?

Ўтган йилги даромадингиз  $\times 0,3 =$  \_\_\_\_\_

Ҳозир ойига қанча даромад оляпсиз? \_\_\_\_\_

Ушбу даромадни 12 га кўпайтиринг ва бир йилда оладиган даромадингизни чиқаринг \_\_\_\_\_

Ойлик даромадингиздан ташқари яна қандай қўшимча даромадлар ва мукофотлар олишингиз мумкин? \_\_\_\_\_

Шунда бу йилги умумий даромадингиз қанча бўлади? \_\_\_\_\_

Ана шу бир йил давомида сиз даромадингиздан 30% дан йиғиб борсангиз, ўзингиз учун тўлашга қанча пулингиз бўлади?

Умумий даромад  $\times 0,3 =$  \_\_\_\_\_

Ўзингизга биринчи тўлаш оқибатида йиғиладиган пул кичкина сумма бўлмаслигини ана шу оддийгина ҳисоб-китоблардан ҳам билиб олишингиз мумкин. Демак ўзингизга биринчи тўлаш сизнинг режангизда алоҳида ажралиб туриши керак.

## Жамғармаларнинг турлари

Пулларни қандай қилиб инфляциядан сақлаб қолиш мумкин?

**Жамғарма** – бу даромаднинг ҳозирги вақтда ишлатилмай турган қисмидир. Бу келажакдаги харажатлар учун сақлаб қўйилган пулдир. Жамғармалар ҳисобидан келажакдаги ишлаб чиқариш ва истеъмол эҳтиёжлари қондирилади. Жамғармалар фирмалар томонидан (кейинчалик уни ишлаб чиқаришни кенгайтириш учун, ишлаб чиқариш майдонларини кенгайтириш ва бошқаларга инвестиция қилиш учун), аҳоли томонидан (ер,

кўчмас мулк, узоқ муддат фойдаланиладиган буюмларни сотиб олиш ва инвестиция қилиш учун) йиғилади.

Истеъмол қилиш ва жамғариш ўзаро мустаҳкам алоқада бўлади ва бир хил факторларнинг таъсири остида шаклланади. Истеъмол мавжуд эҳтиёжларни қондириш учун, жамғариш эса келажакдаги эҳтиёжларни қондириш учун амалга оширилади. Мавжуд даромад ва истеъмолнинг ўзаро боғлиқлиги истеъмол функциясини ташкил қилади. Жамғарманинг олинadиган даромадга боғлиқлиги жамғарма функцияси деб аталади. Ушбу функцияларнинг иккаласи ҳам харажатлар ва кечиктирилган талабнинг динамикасини характерлайди. Башорат ҳиоб-китобларида динамикани аниқлаш учун истеъмолга ва жамғаришга мойиллик аниқланади.

Жамғармаларнинг энг кенг тарқалган турлари:

1. Банк депозитлари
2. Қимматбаҳо металлар
3. Валюта.

---

## Депозит, банк омонати

Депозит – (лотинча depositum – сақлашга берилган нарса) сўздан келиб чиқиб, қуйидагича маъноларда ишлатилади:

1. банкдаги пул жамғармалари (банк депозитлари);
2. кредит ташкилотига сақлаш учун берилadиган қимматли қоғозлар ва пул маблағлари;
3. турли ташкилотларга тўлов, тегишли тўловни амалга ошириш учун ўтказилadиган пул взнослари;
4. банк китобларидаги мижозларнинг банкка талабларини сақлайдиган ёки тасдиқлайдиган ёзувлар.

Шундай қилиб депозитга қимматбаҳо металлар, қимматли қоғозлар, истаган бошқа активларни қўйиш мумкин. Қимматли қоғозларнинг махсус сақлаш жойи депозитарий деб аталади.

**Депозит – бу жамғариш воситасидир.**

Ўз пулларини сақлаш (айрим ҳолларда кўпайтириш) истагида бўлган кишилар банкларда депозитлар, омонатлар ва бошқа молиявий воситалар борлигини билишлари керак. Бу банкка нимага керак? Менинг омонатимдан банкка нима фойда?

Жавоб қуйидагичадир, гап шундаки сизнинг банкка маълум фоизга қўйган омонатларингиз ва депозитларингиз банк учун фойдалидир. Чунки у сизнинг пулларингизни йиғиб олади ва ушбу пулларни юқорироқ фоиз эвазига қарзга беради. Бу жисмоний шахсларга, кичик, ўрта ва йирик бизнес корхоналарига берилadиган кредитлардир. Фоизлар орасидаги фарқ банкнинг фойдаси ҳисобланади, яъни банклар бу ерда молиявий даллол сифатида хизмат қилади.

Лекин нима бўлганда ҳам банк депозити пулингизни сақлаш учун хизмат қилишини, уни кўпайтириб бермаслигини эсдан чиқарманг.

## **Қандай депозитлар бўлади?**

Мамлакатимизда жуда кўплаган тижорат банклари мавжуд ва улар доимий равишда ўзларининг қандай фоизлар асосида омонатларни ва депозитларни қабул қилишлари ҳақида ахборотлар бериб боришади.

Банк депозитларининг бир нечта асосий турларини санаб ўтамыз:

- анъанавий
- қўшимча омонат киритиш имкониятли (истаган пайтда пул киритиш мумкин ва бунда фоизлар ҳисобланаверади)
- қўшимча омонат киритиш ва чиқариб олиш имкониятли (омонатга истаган пайтда қўйиш ва олиш имконияти бўлади, лекин бунда фоизлар ўз кучини йўқотмайди)
- кўп валютали (турли валюталарда омонат қўйиш мумкин)
- пластик картали ҳисоблар (пластик картадаси омонатлар).

Банк депозити энг консерватив ва таваккал қилишни истамайдиган миқдорларгагина тўғри келади.

2008 йил 28 ноябрда «Фуқароларнинг Ўзбекистон Республикаси тижорат банкларидаги омонатларини ҳимоялаш кафолатларини таъминлашга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги Фармон қабул қилинган. Унда омонатчиларнинг тижорат банкларининг депозит ҳисобварақларида жойлаштирилган пул маблағлари давлат томонидан пухта ҳимояланганлиги таъкидланган. Мазкур Фармонда белгиланган тартибга мувофиқ, тижорат банкларидаги депозит ҳисобварақларида омонатлар бўйича ҳақни, уларнинг миқдоридан қатъи назар, тўлиқ ҳажмда тўлаш кафолатланади. Давлатимиз раҳбарининг ташаббуси 2008 йил 18 декабрда Ўзбекистон Республикасининг Қонунчилик палатаси томонидан кўриб чиқилди. Бунинг натижасида Қонуннинг 10-моддасига фуқароларнинг тижорат банкларидаги омонатларини, уларнинг миқдоридан қатъи назар, тўлиқ кафолатлашни назарда тутадиган ўзгартириш қабул қилинди. Бу дегани сизнинг банкдаги омонатингиз миқдоридан қатъий назар давлат томонидан кафолатланади ва ҳар қандай ҳолатда ҳам сизга омонатингиз ва унинг фоизлари тўлаб берилади деганидир.

Банк депозити – бу ўзига хос сизнинг маблағларингизни йиғиш воситаси бўлиб, бир қатор устунликларга эга. Булар ичидан энг асосийси пулларнинг сақланиши (жисмоний ва иқтисодий нуқтаи назардан) ва фоиз даромадини олиш имкониятидир.

Сиз депозит очмоқчи бўлган банкингизда албатта омонатлар суғурталаган бўлиши керак.

Лекин омонат катта даромад келтирмаслигини эсдан чиқармаслигингиз ҳамда ўзингизнинг жамғармангиз портфелини турли валюталар, қимматбаҳо металллар, депозитлар билан диверсификация қилишингиз керак.

Бошқача айтганда банк омонати – бу миқдорлар банкка маълум фоизлар ва уларни ҳисоблаш формуласи асосида маълум муддатга берадиган пулдир. Кўпчилик одамлар омонатнинг фоиз ставкасини эшитиши билан дарҳол уни қайси формула билан ҳисобланиши ҳақида билмасданок омонатга пул

қўйишади. Бу эса энг катта хатолардан биридир. Чунки қандай ва қайси формула асосида фоизлар ҳисобланиши жуда катта роль ўйнайди.

Икки турдаги депозитлар мавжуд: муддатли омонатлар ва “талаб қилиб олингунча” омонатлар. “Талаб қилиб олингунча” омонатлар кўпчилик ҳолларда муддатли омонатларга ўхшаш бўлади, лекин уларнинг фоиз ставкаси жуда паст бўлади. Шунингдек омонатни қайтариб олиш шартлари ҳам фарқ қилади.

Муддатли омонатлар учта категорияга ажратилади:

- Қисқа муддатли депозитлар – одатда, 1-3 ойга тузилади;
- Ўрта муддатли депозитлар – 3-9 ойлик омонатлар;
- Узоқ муддатли депозитлар – омонатлар 9 ойдан зиёд муддатга

очилади.

Муддатли омонатларни барча фоизлари билан фақат уларнинг муддати тугагандан кейингина олиш мумкинлигини эсда сақланг. Агар сизга бирданига пул керак бўлиб қолса ва уни муддат тугамасдан олдин қайтариб олдингиз, банк пулни сизга фоизларсиз қайтариб беради.

Бугунги кунда банк депозити Ўзбекистонда энг кўп талаб қилинадиган инвестицион восита бўлиб қолмоқда. Тадқиқотчиларнинг таҳлилига кўра 2015 йилда сўмдаги фоизли омонатлар қўйишга барча аҳолининг 12%, чет эл валютасидаги омонатлар қўйишга 2% аҳоли қизиқишини кўрсатади.

---

## Фойдали омонатлар, омонат фоизлари

Банк омонати узоқ вақтлардан бери инвестиция қилиш учун энг осон бўлган молиявий восита бўлиб келмоқда.

Банкдаги фойдали омонат пулларни сақлаш ва уларни инфляциядан сақлаш имкониятини беради.

Омонатларнинг турларини кўриб чиқамиз:

Энг қулай ва оддий омонат (депозит) – бу талаб қилиб олингунча омонатдир. Ушбу омонатга истаган вақтда истаганча пул қўйиш ва олиш мумкин. Бундай омонатлар амалда ҳар битта банкда бўлади ва улар банк ишлайдиган валюталарнинг исталган бирида очилиши мумкин. Пулларни истаган вақтда олиш мумкин ва фоизлар ҳар куни ҳисоблаб борилади.

Ушбу омонатнинг энг катта минуси уларнинг жуда кичик фоиз ставкага, одатда, йиллик 1-2 фоиз, эгалигидир. Бундай омонатлар пулини уйда сақлашни истамайдиган ва пул исталган вақтда керак бўлиб қоладиган одамлар учун идеал тўғри келади.

Муддатли омонатлар, одатда, 3 ойдан 24 ойгача (айрим ҳолларда 36 ой) бўлган муддатга очилади ва муддат қанча узоқ бўлса, даромадлилик ҳам шунча юқори бўлади. Сўмдаги омонатларнинг фоиз ставкалари ўртача 6 дан 10 фоизгача бўлади, валютадаги омонатларники эса 6% дан кам (иқтисодиётнинг ҳолатидан келиб чиқиб) бўлади. Бундай омонатларнинг даромадлилиги унинг суммасига ҳам қарайди (сумма қанча катта бўлса, фоиз ҳам шунча кўп). Агар сиз омонатга қўйган маблағингизни муддат тугашидан



олдин оладиган бўлсангиз (муддат тугашига бир кун қолган бўлса ҳам), омонат бўйича ҳисобланган пуллар сизга берилмайди. Шунинг учун пулларни албатта омонат муддати тугагандан кейин олишга эътибор қаратинг. Агар омонат муддати тугаган ва пул ҳисобда қолган бўлса, банк омонат шартномасини янги шартлар асосида узайтиради. Шунинг учун депозит бўйича янги шартлар билан албатта танишиш керак.

Қисман маблағ олиш мумкин бўлган тўлдириладиган омонатлар.

Бундай депозитларни тўлдириш мумкин. Уларнинг шартномасида минимал бадал ва тўлдириш муддатлари кўрсатилади. Тўлдириладиган омонатларнинг фоиз ставкаси одатдаги муддатли депозитларникидан 1-2%га кам бўлади.

Шунингдек мультивалюта депозитлари ҳам мавжуд. Бундай омонатларда турли валюталарда пул сақлаш мумкин ва уларнинг ҳар бири учун алоҳида фоизлар ҳисобланади. Бу ерда, шунингдек, ҳар битта валюта бўйича камайтириш мумкин бўлмаган қолдиқ ўрнатилган. Ушбу қолдиқдан юқори суммани қайтариб олишингиз ёки банк курси бўйича бошқа валютага ўтказишингиз мумкин.

Банкда омонат очиш учун энг яхши вақт – бу байрамлар ва фасллар алмашилиши вақтидар. Бу вақтларда банклар махсус шартлар асосида омонатлар очишади. Масалан, “Наврўз”, “Маҳалла”, “Олтин куз” ёки шунга ўхшаш омонатлар. Ушбу омонатларнинг фоиз ставкаси ўзгариб туради ва улар бўйича банкдан маълумот олишингиз мумкин.

---

## Депозит бўйича фоизларни ҳисоблаш

Депозит бўйича фоизларни ҳисоблаш депозитнинг тури, очиладиган омонат муддатига ва бошқаларга боғлиқ бўлади.

Фоизлар ҳисобланади:

- фоизлар капитализацияси билан;
- фоизлар капитализациясиз;
- омонат муддати охирида;

Муддат бўйича (чорак, ой ва бошқалар охирида).

Фоизлар ҳисобланишини аниқ мисолда кўрсак ва асосий фарқларни аниқласак.

Омонат фоизлари муддатнинг охирида ҳисобланади ва асосий суммага қўшилади. Масалан, 10% ли бир йиллик омонат очилса ва унга 3 000 000 сўм қўйилса, бир йилдан кейин миқдор 3 300 000 сўм олади. Агар фоизлар ҳар ойда ҳисобланадиган бўлса, уни қуйидаги формула бўйича ҳисобланади:

$$(3\,000\,000 \times 0,1) / 12 = 25\,000$$

Бу ерда 3 000 000 сўм омонат суммаси, 0,1 – йиллик 10%, 25 000 сўм ойлик фоиз. Фоизларни ҳар ойда ҳисоблаш омонатчи ҳар ойда даромад олиб туришига имкон яратади. Омонат муддати тугагандан кейин омонатчи ўзининг 3 000 000 сўмини қайтариб олади.

Агар фоизлар кунлар бўйича ҳисобланса, қуйидаги формула ёрдамида ҳисобланади:

$$S=(P*I*t/K)/100$$

S – ҳисобланган фоизларнинг охириги суммаси

P – депозит суммаси

I – аниқ йиллик фоиз

t – фоизлар неча кун учун ҳисобланиши

K – (365/366) бир йилдаги кунлар сони

(3 000 000 \* 10 \* 184 / 365)/100 = 151 232 сўм

### **Омонатлар бўйича фоизларни капитализация қилиш. Мураккаб фоиз**

Агар сиз банк депозитига пул қўйишга қарор қабул қилган бўлсангиз, ушбу пуллар сизга шартнома амалда бўлган даврда керак бўлмаслигига амин бўлишингиз керак. Агар бундай имконият бўлса, яхшиси, пулларни фоизлари капитализация қилинадиган депозитга қўйганингиз маъқул. Фоизларни ҳисоблаш усули худди юқоридагидек бўлади. Фақат ундан фарқи фоизлар ҳар ойда ёки чоракда ҳисобланади ва омонатнинг асосий суммасига қўшиб борилади. Кейинги сафар фоизларни ҳисоблашда олдинги сафар қўшилган фоизлар ҳам ҳисобга олинади.

Масалан, сиз ҳар ойлик капитализация билан омонат очдингиз:

1-ой охирида:  $3\,000\,000 + (3\,000\,000 * 0,1) / 12 = 3\,025\,000$  сўм

2-ой охирида:  $3\,025\,000 + (3\,025\,000 * 0,1) / 12 = 3\,050\,208,33$  сўм

Банкка фоизи капитализация қилинадиган омонат қўйиш шартномасининг охирида омонатчи бу оддий муддатли омонат бўлгандагидан анча кўпроқ суммани олади. Аниқроқ айтадиган бўлсак, бу сумма бир йилдан кейин одатдаги 10% лик омонатдаги 3 300 000 сўм ўрнига 3 314 139,2 сўм бўлади.

Шунингдек истаган пайтда банк депозитига пул қўйиш мумкин бўлган фоизлари капитализация қилинадиган омонатлар ҳам мавжуд. Депозитда пул маблағлари қанча кўп бўлса ва улар қанчалик узок муддат депозитда бўлса, уларга шунчалик каттароқ фоизлар ҳисобланади ва омонат тугаши вақтида натижавий сумма ҳам шунча юқори бўлади.

Юқоридаги формула анча соддалаштирилган ва ҳар ойда фоизлари капитализация қилинадиган омонат қўйсангиз, тўғри бўлади. Фоизларни аниқлашнинг аниқроқ формуласи қуйида берилган:

$$S=(P*I*j/K)/100$$

Бу ерда

S – сизга ҳисобланган фоизлар суммаси

P – омонати суммаси (бу фоизлар қўшилгандан кейинги сумма бўлиши ҳам мумкин)

I – депозит бўйича фоизлар

j – фоизлар тўғри келадиган суткалар сони

K – бир йилдаги суткалар сони

Яна юқоридаги 3 000 000 сўм суммани оламиз ва уни бир ой учун ушбу формула бўйича ҳисоблаб топамиз:

$$(3\,000\,000 * 10 * 30 / 365) / 100 = 24\,657,5 \text{ сўм}$$

Кейинги ойдаги фоизларни аниқлаш учун ушбу суммани депозитга кўшиш керак бўлади:

$$((3\,000\,000 + 24\,657,5) * 10 * 30 / 365) / 100 = 25\,689 \text{ сўм}$$

Учинчи ойда ҳисоблаш учун энди 3050346 сўмдан келиб чиқилади. Юқоридаги ва пастдаги формула натижалари орасидаги фарқни ўзингиз кўриб турган бўлсангиз керак.

Қуйида Роберт Алленнинг “Кўплаган даромад манбалари” китобидан олинган жадвал келтирилган ва унда 1 долларнинг қачон миллион долларга айланиши акс эттирилган.

Фоиз ставкаси, %	Вақт, йил
0	Ўсишнинг иложи йўқ
3	468
5	284
10	145
15	99
20	75

Жадвалдан кўришиб турганидек 1 долларни 3% ставкада омонатга қўйсангиз, унинг 1 миллионга айланиши учун 468 йил керак бўлар экан. Ишонаверинг одамлар бунча яшашмайди ва бу ҳолат бизга тўғри келмайди.

Қуйида эса депозитга қунига 1 доллардан киритиб борилганда 1 миллион доллар қачон йиғилиши кўрсатилган.

Фоиз ставкаси, %	Вақт, йил
3	147
5	100
10	56
15	40
20	32

Бу ҳолатда сиз йиллик 10 фоиздан омонат қўйган бўлсангиз ва қунига 1 доллардан киритиб борган бўлсангиз, 56 йилдан кейин сизнинг қўлингизда миллион доллар пул бўлади. Бу ерда сиз билиб олишингиз керак бўлган нарса шундан иборатки, ушбу ҳолатда сиз ҳар қуни 1 доллардан киритиб боришингиз керак, ойига 30 доллар эмас. Ойига 30 доллар киритсангиз, ҳисоб-китоб умуман бошқача бўлади. Агар депозит ойлик капитализацияли бўладиган бўлса, қунига 1 доллардан киритиб боришнинг хожати ҳам бўлмайди, бу ҳолда сиз ойига 30 доллар киритганингиз маъқул. Бу мураккаб фоизнинг нима эканлигини тушуниб олишингизда ёрдам беради.

Альберт Эйнштейн мураккаб фоизни бекорга “одамзот тарихидаги энг буюк кашфиёт” деб, Ротшильд эса уни “дунёнинг саккизинчи мўжизаси” деб

атамаган. Лекин фоиз мураккаб деб аталишига қарамасдан унинг ишлаш принципи жуда оддийдир.

Лекин кунига 1 доллар ёки кунига 3000 сўм киритиб бориш жуда оғир иш эмаслигини тан олсангиз керак. Тўғри югур-югури кўп, лекин бу вақти келиб ўз мевасини беради ва бунга ўзингиз ишонч ҳосил қиласиз.

Агар сизни 50-60 йил қониқтирмаса, Роберт Алленнинг қуйидаги жадвалидан кунига янада кўпроқ киритиб бориб, жараёни тезлаштиришингиз мумкин.

Кундалик омонат, долл.	3%	5%	10%	15%	20%
1	147 йил	99 йил	56 йил	40 йил	32 йил
2	124	85	49	36	28
3	112	77	45	33	26
4	102	71	42	31	25
5	95	67	40	30	24
6	90	63	38	28	22
7	85	61	37	27	22
8	81	58	36	26	21
9	77	56	35	26	21
10	74	54	34	25	20

Жадвалдан кўришиб турибдики, ҳар кунлик 10%лик, капитализация билан кунига 10 доллардан киритиб борсангиз, унда 34 йилдан кейин қўлингизда миллион доллар бўлади.

Қуйидаги жадваллар эса 1 миллионда тўхташни истамаганлар учун хулоса чиқариш мақсадида берилган.

Йиллик 10%								
Кунига омонат, долл	5 йил	10 йил	15 йил	20 йил	30 йил	41 йил	45 йил	54 йил
1	3	6	13	25	75	200	300	1
2	5	12	25	50	150	400	600	2
3	8	18	38	75	225	600	900	3
4	10	24	50	100	300	800	1.2	4
5	13	30	63	125	375	1	1.5	5
6	15	36	75	150	450	1.2	1.8	6
7	18	42	88	175	525	1.4	2.1	7
8	20	48	100	200	600	1.6	2.4	8
9	23	54	113	225	675	1.8	2.7	9
10	25	60	125	250	750	2	3	10
11	28	66	138	275	825	2.2	3.3	11
12	30	72	150	300	900	2.4	3.6	12

13	33	78	163	325	975	2.6	3.9	13
14	35	84	175	350	1	2.8	4.2	14
15	38	90	188	375	1.1	3	4.5	15
16	40	96	200	400	1.2	3.2	4.8	16
17	43	102	213	425	1.3	3.4	5.1	17

Йиллик 15%								
Кунига омонат, долл	5 йил	10 йил	15 йил	20 йил	30 йил	41 йил	45 йил	54 йил
1	3	10	20	50	100	250	1	5
2	5	20	40	100	200	500	2	10
3	8	30	60	150	300	750	3	15
4	10	40	80	200	400	1	4	20
5	13	50	100	250	500	1.3	5	25
6	15	60	120	300	600	1.5	6	30
7	18	70	140	350	700	1.8	7	35
8	20	80	160	400	800	2	8	40
9	23	90	180	450	900	2.3	9	45
10	25	100	200	500	1	2.5	10	50
11	28	110	220	550	1.1	2.8	11	55
12	30	120	240	600	1.2	3	12	60
13	33	130	260	650	1.3	3.3	13	65
14	35	140	280	700	1.4	3.5	14	70
15	38	150	300	750	1.5	3.8	15	75
16	40	160	320	800	1.6	4	16	80
17	43	170	340	850	1.7	4.3	17	85
18	45	180	360	900	1.8	4.5	18	90
19	48	190	380	950	1.9	4.8	19	95
20	50	200	400	1	2	5	20	100

## Нима учун ва қандай пул жамғариш керак?

Одамларнинг пулни тежаш ва жамғаришига ҳалақит берадиган энг кенг тарқалган сабабларни кўриб чиқамиз.

### 1. Ойлик маошнинг пастлиги.

Кўпилик одамлар жуда кам ишлаб топаётганликлари сабабли пул жамғара олмасликларини айтишади. Шундай қилиб улар барча даромадларини кундалик “эҳтиёжларига” сарфлашади.

### 2. Молияга ҳурматсиз муносабат.

Бу энг оғир сабаблардан биридир. Биз ўз молиямизни қандай бошқаришимиз кераклиги ҳақида умуман тасаввурга ҳам эга эмасмиз,

чунки буни бизга мактабда ўргатишмаган! Албатта, биз биладиган айрим нарсалар бор, лекин амалда улар жуда камдир. Бирорта ҳам талаба шахсий молия, ишлаб топилган пулни сақлаб қолиш ва бошқаларни тўлиқлигича тушунмайди (ҳатто молия соҳасида ўқиётганлар ҳам). Лекин биз Ўзбекистон пахта етиштириш, олтин ва уран қазиб олиш бўйича дунёда етакчи мамлакатлардан бири эканлигини биламиз. Давлат мактаблари ва университетлари ўзгармайди. Шундай экан ўзингизнинг молиявий билимларингизни оширмоқчи бўлсангиз, бизнес адабиётларни, пуллар ва инвестициялар ҳақидаги мақолаларни ўқинг, семинар ва тренингларга қатнашинг.

### **3. Эринчоқлик.**

Одамзот ўз табиатига кўра эринчоқдир, бу унинг молиясига ҳам тааллуқлидир. Ишлаб топилган пулларни шунчаки сарфлаш мана шундан келиб чиқади. Бунинг натижаси нима бўлаётганини эса ҳамма кўриб турибди.

### **4. Истеъмолчилик.**

Ҳатто озроқ пул жамғарсангиз ҳам уларни тезда сарфлаб юборишга қизиқиш (васваса) пайдо бўлади ва, одатда, бу пуллар дабдаба, лаззатланиш ва шунга ўхшаган уларсиз ҳам осонгина кун кўриш мумкин бўлган нарсаларга сарфланади. Бу маркетинглар ва банкирларнинг ишидир ва бизлар уларнинг маҳсулотларини совуққон ҳисоб-китоб асосида эмас, балки ҳиссиётлар таъсирида сотиб оламиз. Натижада эса уйимиз кераксиз нарсалар билан тўлиб-тошади, чўнтакда пул йўқ ва қарзларимиз ортиб бораверади.

### **5. Интизомнинг йўқлиги.**

Нарсалар ва пулларни сақлаш ва уларни бошқариш жуда катта интизомни ва ўзидан кечишни талаб қилади. Муваффақиятга эришиш учун интизом энг керакли шартдир. Агар сиз сизнинг иштирокингизсиз ҳам пул оқими бериб турадиган активларга, яъни сизга пассив даромад бериб турувчи нарсаларга ўз жамғармангизни сарфлаш ва ўз пулларингизни нафақат сақлаб қолиш, балки уларни янада кўпайтиришни ҳам истасангиз интизомсиз ҳеч нимага эриша олмайиз. Бу ерда тежамкорликдан ташқари қатъият ҳам асосий ташкил қилувчилардан бири бўлади. Шундай экан ҳеч қачон таслим бўлсанг ва ўз пулларингизни ақл билан бошқаринг.

### **6. Молиявий жоҳиллик.**

Бу сизнинг пулларингизнинг у ойдан бу ойга еткази олмаслигингиз билан намоён бўладиган касалликдир. Сиз кўп ишлайсиз, лекин барибир молиявий эркинликка томон йўлингизни бошлашингиз учун етарлича маблағингиз йўқ. Молиявий жоҳиллик – бу ўзининг молиявий қийинчиликларига қарамасдан одамнинг ўз молиявий аҳволини яхшилаш учун ҳеч нима қилмаслигидир.

## **Пул жамғариш қоидалари**

Кўпчилик паст даромад олувчи кишилар ойликдан ойликкача яшашади, агар кутилмаган чиқимлар пайдо бўлса, қарзга ҳам ботиб кетишади. Ғарб одамлари учун бу одатий ҳолдир. Бу одат ўтган асрнинг 90-йилларидан кейин бизга ҳам кириб келди. Барча пулини сарфлаш – одамзотнинг одатидир.

Лекин бу одатни бошқа одат билан алмаштириш мумкин. Ҳар битта, ҳатто энг кичкина нарса сотиб олишдаги пулларингизни ҳам тежанг.

Пул жамғариш учун ҳам маълум билимлар ва чидам керак бўлади.

Масалан, сиз барча танишларингиздан кўпроқ пул ишлаб топишингиз мумкин, лекин сиз пул жамғаришни ва асосийси пул жамғариш қоидаларини билмасангиз, барча ҳаракатларингиз натижасиз бўлади.

Ушбу мақолада биз келажакда ўзимизнинг бой яшашимиз, инвестицияларни сотиб олиш ва пассив даромад манбаини яратиш учун пул жамғариш кўникмаларини эгаллаймиз.

Кўпчилик бизнес адабиётларида ҳар ойлик даромадингиздан 10% дан бошлаб жамғариб боришни масалаҳат беришади. Бу инвестициялар учун пул йиғиб бориш ва кейинчалик пассив даромад олиш учун керак.

Келинг, жамғариш техникаси билан тўлиқроқ ва босқичма-босқич танишиб борамиз. Тасаввур қиламиз, пулни жамғариш сизнинг келажакингизни таъминлаш учун қанчалик муҳим эканлигини ва умумий ҳолатда пул тежаш ҳақидаги тушунчаларингиз бор.

### **№1-қоида.**

Ўз пулларингизни айнан нимага сарфламоқчи эканлигингизни билишингиз. Агар сиз уларни қаерга сарфламоқчи эканлигингизни билсангиз, жамғарадиган пулларингиз бир неча мартага ошади.

Шунчаки “ҳар эҳтимолга қарши” пул жамғариш одам учун энг қийин ишлардан биридир. Сотиб оладиган инвестицияларингизни нима қилишингиз ҳақидаги тушунча жуда муҳимдир. Масалан, сиз инвестиция қилиш учун маълум суммани йиғдингиз ва кейин режалаштирган нарсангизни сотиб олишга озроқ етмаслиги маълум бўлиб қолди. Бу ҳолатда йиғилган барча пулларни ишлатиб юборишингиз хавфи жуда юқоридир. Лекин ушбу инвестицияни сотиб олиш учун минимал қанча миқдордаги сумма кераклиги олдиндан маълум бўлса, ушбу одам керакли суммани йиғиш ва ўзининг биринчи инвестициясини сотиб олиш учун чидашга психологик жихатдан тайёр бўлади.

Шунинг учун №1-қоида – бўлиши мумкин бўлган инвестиция объектлари (акция, бизнес, кўчмас мулк ва бошқалар) ҳақида кўпроқ маълумот йиғинг, сизга нима ёқиши, нимага кучингиз етиши, қаерда энг катта даромадлиликка эришишингизни аниқланг ва шундан кейингина пул жамғаришни бошланг.

### **№2-қоида**

Тепага қараб кичик қадамлар қўйинг. Секин юрсанг – узоққа борасан!

Масалан, сиз барча пулларингизни озиқ-овқатларга, чет эл саёҳатларига, кийим-кечакка сарфлайсиз ва бунда ўйни таъмирлатиш ва

мебалларни янгилашга пул жамғара олмаяпсиз. Бу ҳолатда сиз инвестиция учун пул жамғаришингиз жуда мушкул бўлади.

### **№3-қоида.**

Иложи борича кўпроқ жамғаринг.

Одатда, кўпчилик адабиётларда ойлик даромаднинг 10%ини жамғариб бориш кераклиги ҳақида гапирилади. Тўғри, бунда 10%нинг йўқолгани сизнинг кундалик ҳаётингизга унчалик катта таъсир қилмайди. Ушбу ҳолатни таҳлил қилиш учун ойлик жамғармангизни 12 га (бир йилдаги ойлар сонига) кўпайтиринг. Олинган сумма сизда зўр таассурот қолдирыптими? У сиз истаган инвестицияга етадими? Жавоб кўпинча салбий бўлади. Шунинг учун сизга иложи борича кўпроқ жамғариб боришни маслаҳат берамиз. Бу сизнинг даромаднингизнинг 30-70 фоизи бўлиши мумкин. Агар сизнинг кундалик эҳтиёжларингизга етмай қолаётган бўлса, тажрибангизни орттиринг, касбингизни ўзгартиринг ва умуман қандай қилиб кўпроқ пул ишлаб топиш мумкин бўладиган йўллارни қидиринг. Энди бўлса ҳисоблаб кўринг, ойлик даромаднингизнинг 50%ини жамғара бошласангиз, бу 10% дан 5 ой жамғарадиган пулингиздир. Агар сиз 50% пулингизни жамғарганингизда ҳам яшай оладиган бўлсангиз, нимага 10%дан жамғариш керак? Бунда сизга керакли инвестиция учун пул жамғариш вақти минимумга қадар қисқаради.

Агар сизнинг даромадларингиз кескин ошадиган бўлса, ҳаётингизни ҳам кескин ўзгартиришга шошилманг. Чунки сиз шу пайтгача камроқ даромад билан ҳам яшашга кўниккансиз ва бундан кейин ҳам худди шу ҳаёт тарзини давом эттира оласиз. Сиз ортиқча нарсаларга пул сарфлаш ўрнига депозитга қўядиган пулингизни 50% дан 70% гача оширишингиз мумкин.

### **№4-қоида.**

Пулни камроқ сарфлашга ҳаракат қилинг.

Одатда, одамларнинг зарарли одатлари жуда кўп бўлади: кимдир кунига бир неча пачка сигарета чекади, кимдир ичишни яхши кўради. Агар сиз улардан воз кечадиган бўлсангиз, сиз ўз соғлигингизни эҳтиёт қила бошлайсиз ва кундалик харажатларингизни камайтирасиз.

Барча даромад манбаларингизнинг ҳисоб-китобини юритиб боринг (депозит - ... сўм, Бизнес - ... сўм, маош - ... сўм ва ҳ.к.). Шунингдек бозорга боришдан олдин қилинадиган харажатлар рўйхатини тузиб олишингиз, ортиқча нарсаларни сотиб олишингиздан сақлайди. Айниқса сиз “оч қоринга” бозорга тушсангиз жуда кўп керакмас нарсаларни сотиб оласиз.

Шунга алоҳида эътибор кериш керакки, масалан, сиз сигаретадан воз кечганингиз натижасида пайдо бўлган ортиқча пулни албатта жамғарма депозитга қўйиш керак. Фақат бунда депозит мураккаб фоизли (капитализацияли) эканлигига алоҳида эътибор қаратинг. Агар уларни депозитга қўймасангиз харажатларнинг бошқа нарсалар ҳисобига ортиши юз беради ва зарарли одатингиздан қутулганингиз сизга ҳеч нима бермайди.

### **№5-қоида.**

Пулларни тежашни ҳар куни машқ қилинг.



Барча маҳсулотларни чегирма билан сотиб олишни одат қилинг. Бу уларнинг ёмонлигини билдирмайди.

Тежамкорлик ҳақидаги бирор мақол, матал, цитатани ёдлаб олинг ва уни доимо қайтариб юринг. Бу сизнинг миянгизда ўрнашиб қолиши керак ва керакли пайтда ўз натижасини беради.

Агар сиз йирик харид қилмоқчи бўлсангиз, уни бир ҳафта, ой, йилга кечиктиринг. Чунки сизнинг ҳисларингиз сизга ёмон хизмат қилиши ва ўйланмаган ҳаракатни амалга оширишингиз мумкин.

Агар сизнинг кредитингиз бўлган ва сиз уни ёпган бўлсангиз сизда кредитни ёпиш учун пулни тежаш одати қолади. Ушбу одатни тарк этманг ва тежалган пулларни ўзингизнинг депозит ҳисобингизга қўйиб боринг.

Барча харидларингизнинг чекларини ҳафтанинг охиригача сақланг. Ҳафта охирида барча харидларингизни таҳлил қилинг ва уларнинг қайсиларидан воз кечиш мумкинлигини ўйлаб кўринг. Ҳамиша керак бўлмаган харидлар топилади. Тежалган пулларни депозитга қўйинг.

#### **№6-қоида.**

Бутун эътиборингизни тежашга қаратманг.

Эсингизда бўлсин, тежамкорлик пул билан муносабатда энг муҳим кўникма, лекин шу билан биргаликда у бир нечта босқичлардан фақат биттасидир.

*Биринчи босқич* ишлаб топиш кўникмасидир.

*Иккинчи босқич* даромадингиз харажатларингиздан ортиқча бўлишидир. Фақат шу босқичдагина сизга тежаш ёрдам беради.

*Учинчи босқич* топган пулларингизни сақлаб қолиш ва иложи борича уларни кўпайтириш, яъни инвестициялашдир.

#### **№7-қоида.**

Кўп тежашга эмас, кўп йиғишга интилинг.

Кўпинча одамлар “қанчалик кўп тежасам, шунча кўп пул йиғаман” деб ўйлашади. Умуман олганда бу тўғри фикр. Лекин барибир тежашга бутун эътиборни қаратиш керак эмас. Даромадни ошириш ҳақида кўпроқ ўйлаш керак. Ўзингизга зарар берадиган қилиб тежаш керак эмас. Масалан, паст баҳоли маҳсулот сотиб олаётиб, олдин ишлатилган нарсани сотиб олиш керак эмас, яхшилаб қидирсангиз паст баҳодан жуда ажойиб, янги нарсаларни сотиб олиш мумкин бўлган магазинларни топишингиз мумкин.

Бу келтирилганлар тежашнинг умумий қоидаларининг фақат бир нечтаси эди. Бундан ташқари ҳеч қачон депозитга қўйилган пулларнинг сизга кўпайиб қайтишига умид қилманг. Депозитнинг мақсади пулларингизни сақлашдир, уни кўпайтиришнинг бошқа йўллари қидиринг.

## Валюта жамғариш қоидалари

Яқинларгача жамғармаларни қайси валютада сақлаш муаммоси мавжуд эмас эди. Асосийси жамғарилган пуллар ўз кадрини йўқотмаслиги учун

банкларнинг тўлайдиган фоизи инфляция даражасидан юқори бўлишининг ўзи етарли эди.

Бугунги кунда жамғармаларни сақлашнинг актуаллиги янада ошмоқда ва уни амалга ошириш йил сайин қийинлашиб ва мураккаблашиб бормоқда. Молиявий бозорларнинг ривожланиши билан пулларни жамғариш ва йиғиб бориш одамлар учун хавфли бўладиган факторлар пайдо бўла бошлади.

Банк депозитларининг ставкалари вақт ўтиши билан пасайиб боради ва бу мамлакат иқтисодиётининг ривожланиши билан боғлиқ қонуний ходисадир. Бу ҳолатда депозит учун валютани танлаш катта аҳамиятга эга бўлади. Чунки катта даромадли омонат танланади ва салбий сценарий юз берганда омонатдан оладиган фойдангиз нолга тенг бўлиши мумкин.

Ўз пулларингизни валютада сақлаш одамларни ўзига жалб қилувчи жамғарма усуллари билан биридир. Чунки сўмнинг қадри кескин тушиб кетаётган бугунги кунда пулларингизни валютада сақлаш аҳолининг жамғармаларини сақлаб қолиш ва уларни инфляция натижасида зарар кўришининг олдини олишда ёрдам беради.

Доллар – ўз тарихига эга бўлган валюта, лекин у ҳамisha ҳам турғун эмас. Кейинги йиллар давомида долларнинг нархи ё тушиб кетяпти, ё кўтарилиб. Бу эса сизнинг доллардаги жамғармаларингизга таъсир қилади. Олдин бизнинг одамлар доллардаги жамғармаларга жуда яхши муносабатда бўлишарди, лекин ҳозирда унга шубҳа билан қарашмоқда.

Айниқса, унга рақобатчи бўлган валюта евро пайдо бўлганидан кейин турғун валюта бўлмай қолди. Лекин сўмга бўлган ишончнинг умуман йўқлиги фонида у ҳозир ҳам маблағ сақлаш нуқтаи назаридан ўзининг актуаллигини сақлаб келмоқда. Лекин унга бўлган шубҳаланишлар ва ишончсизлик қанчалик катта бўлишига қарамасдан долларнинг қиймати кескин пасайиб кетмаяпти. Парадоксал жиҳати шундаки, молиявий аҳволнинг ёмонлашуви ёки икки мамлакат орасида уруш пайдо бўлиши ҳақидаги миш-мишлар тарқалиши билан доллар катта тезликда оша бошлайди. Доллар ўзига хос жамғариш валютасидир.

Пулларга муносабат ҳамisha индивидуалдир ва у ҳамisha аниқ мақсадлар ва кутилаётган натижага боғлиқдир. Шунинг учун бу борада универсал ечимлар бўлмайди. Шунинг учун ўзингиз учун оптимал ечим топиш ва тегишли валютани танлаш керак.

#### Мультивалютали жамғармалар

Жаҳондаги иқтисодий аҳвол ҳеч қайси бир валютанинг турғун бўлишини таъминлаб бера олмайди. Яхшиси жамғармаларни бир неча валютада сақлаш керак. Энг турғун ва кучли валюталардан портфель йиғиш керак. У қанчалик турғун ва кучли бўлса ҳам барча пулни битта валютада сақлаш керак эмас.

Бугунги кунда энг кўп талаб қилинадиган депозит омонати – бу бир йилга фоизлари ҳар ойда тўланадиган депозитдир. Банкнинг турига қараб, бундай депозитлар учун ставкалар қуйидагича фарқланади:

- ўзбек сўмида 5-9%
- АҚШ долларида 4-9%

- еврода 3-8%

Мультивалютали портфель шахсий ҳолатлар, мақсадлар ва жамғарма мақсадларини ҳисобга олган ҳолда тузилади. Мультивалютали жамғармаларнинг оптимал варианты – бу валюталарни тенг қисмларга ажратишдир. Яъни бир қисми долларда, унга тенг иккинчи қисми еврода, учинчи қисми швейцария франкида ва шунга ўхшашларда. Мисол учун сизнинг мақсадингиз шунчаки пулларингизни сақлаб қўйиш ва вақти келганида йиғилган пулларни олиб ишлатиш бўладиган бўлса, оптимал ечим учта валютада: доллар, евро ва сўмда сақлаш бўлиши мумкин. Чунки доллар ва евро ҳозирги кунда ягона энг таниқли ва маълум маънода турғун валюталар эмасдир. Агар сизнинг жамғармангиз катта бўладиган ва уни сақлаб қолиш керак бўлса, унда жамғармангизнинг бир қисмини фунт стерлингда ва бир қисмини швейцария франклариди сақлашингиз мумкин.

Энг асосийси бир валютадан бир неча валютага ўтганда зарар кўрмаслик ва фақат фойда кўриш учун рационал моделни танлаш керак. Шунингдек курс фарқини ҳам ҳисобга олиш керак, чунки валюталарни бошқасига алмаштиришда пулнинг бир қисмидан ажралишингиз мумкин. Бирор ҳаракатларни амалга оширишга шошилманг, сизнинг яхшилаб ўйлаб олишингиз учун вақтингиз бор.

Долларнинг бошқа валюталар олдидаги устунлиги.

Иккинчи жаҳон урушидан кейин АҚШ ҳукумати ва молиявий элита АҚШ долларини дунё валютасига айлантириш қарорига келишди. Бунинг учун долларнинг курси стабил бўлиши ва унинг ишончлилигини ошириш учун жуда кўп ҳаракат қилинди.

Чунки ўша пайтда “Жамғармаларни нимада сақлаш керак? Капитални қайси кўринишда жамғариш керак?” каби саволлар пайдо бўлганди. Ўша пайтдаги кўп учраётган молиявий инкирозлар улардан қочиш учун бошпана топишга мажбур қилаётган эди.

АҚШ ҳукумати ўз валютасини қўллаб қувватлаш учун бир қанча чораларни кўрди.

АҚШ доллари бир қанча сабаблар туфайли резерв валюта сифатида танланган эди:

- АҚШ иккинчи жаҳон урушидан энг кам зарар кўрганди (уруш унинг худудида бўлмаганди)

- АҚШ етарлича ҳарбий куч, ривожланган иқтисод ва молиявий институтга эга эди (бошқа мамлакатлар уришаётган пайтда АҚШ ўз иқтисодиётини ривожлантирди)

- АҚШда энг катта олтин захираси мавжуд эди (олтин қазиб чиқариш ошди).

Иккинчи жаҳон урушининг тугаши долларнинг ўсиши ва бошқа валюталардан устунлик қилишига олиб келди. Доллар устунликка эга бўлди ва унга нисбатан улкан талаб пайдо бўлди ва бу талаб ҳалигача ўсиб келмоқда.

Лекин ўз капиталингизни долларда сақлашнинг ҳам маълум таваккалчиликлари мавжуд. Доллар бугунги кунда АҚШ ҳукуматининг

обрўсидан бошқа ҳеч нима билан таъминланмаган. У худди совун кўпигига ўхшайди ва истаган пайтда ёрилиб кетиши мумкин.

Шунинг учун ҳам сиз валютадаги жамғармаларингизни диверсификациялашингиз ва унда турли валюталарнинг ҳамда қимматли металларнинг бўлишига эришишингиз керак.

## Қандай қилиб пулларни тўғри сарфлашни ўрганиш мумкин?

“Муаммо бизнинг қандай қилиб кўпроқ пул ишлаб топишни билмаганимизда эмас, балки бизнинг қандай қилиб камроқ сарфлашни билмаганимиздадир.”

Агар сезган бўлсангиз, қанчалик кўпроқ пул топа бошлашимиз билан шунчалик кўпроқ нарсалар керак бўла бошлайди ва кўпроқ сарф қила бошлаймиз.

Сизнинг ўзингизга ёққан моддий ва номоддий нарсаларни сотиб олишингизнинг ёмон томони йўқ. Ҳар қандай ҳолатда ҳам бу сизнинг жон-жаҳдингиз билан ишлашингизнинг асосий сабабику, тўғрими? Асосий муаммо сизнинг шахсий жамғарма ёки келажакка инвестиция қилиш учун маълум суммага эга бўлмасдан туриб ўз даромадингизнинг кўп қисмини сарфлашингиздан келиб чиқади.

Ҳаддан ташқари кўп пулни ўйланмасдан сарфлаш натижасида қандай муаммолар келиб чиқиши мумкин?

- **Пулларни ақл билан ишлатмаслик** сизнинг бутун умрингиз давомида эрта билан туриб ишга бориш ва кундалик харажатларингиз учун пул ишлаб топишга мажбур қиладиган қопқонга тушириши мумкин. Сиз 60-70 ёшингизгача ишлашга тайёр бўлсангиз ва буни хоҳласангиз бунинг сизга ҳеч қандай аҳамияти йўқ. Агар сиз пенсияга ёш чиқишни, бутун умр ишламасликни ва ҳаётдан лаззатланишни иложи бориचा эртароқ бошлашни истасангиз, унда ўз пулларингизни тўғри сарфлашни ўрганишингиз керак.

- Пулларни нотўғри сарфлаш салбий сценарийлар юзага келишига, масалан, молиявий инқироз юз бериши ёки сизнинг ишдан ажралишингиз ёки касаллик, инқироз ёки ҳалокатлар тарзидаги фавқулодда ҳолатлар юзага келиши мумкин. Ушбу ҳолатлар сизнинг назоратингиздан ташқаридаги ҳолатлардир ва сиз буларга молиявий жиҳатдан тайёр бўлмасангиз, улар сизнинг молиявий ташвишларингиз ва стрессларингиз манбаи бўлади.

- **Пулларни ақл билан ишлатмаслик** сизни молиявий эркин одам қилиб қўймайди. Агар сиз молиявий мустақил ва эркин одам бўлсангиз, бу сизни пул ҳақида ташвишланишдан ҳолос этади ва ҳаётдан қандай хоҳласангиз, шундай завқ олишингиз учун имконият яратади.

Камроқ пул сарфлаш усуллари

1. Барча харидларингизни энг кичигидан тортиб энг каттасигача ёзиб боринг.

Агар эътибор берган бўлсангиз, харидлар рўйхати бўлмаса, кўзингиз тушган ва сотиб олишни истаган барча нарсаларингизни сотиб олишни бошлашингизни сезган бўлсангиз керак. Кўпинча магазин ва бозорларни айланишдан қайтиб келаётиб, ўзингизга керак бўлмаган нарсани сотиб олганлигингизни тушуниб етасиз. Харидлар рўйхатни тузишингиз сизнинг ортиқча нарсаларни сотиб олишдан ҳолос қилади.

## 2. Харажатларни режалаштиринг.

Барча зарурий харажатлар, масалан, кредит тўлови, озиқ-овқатларга харажатлар, кийимга, хўжалик молларига, коммунал хизматларга, транспортга ва бошқаларга рўйхатини тузинг. Режалаштирилган харажатлар ва ўзингизнинг даромадларингизни таққосланг ва нималарда тежаш мумкинлигини аниқланг. Шунда сиз пулларингиз қаерга кетаётганлигини аниқ биласиз.

## 3. Шахсий бюджетни ўрнатинг ва талаб-эҳтиёжларингизни камайтиринг.

Ҳаддан ташқари кўп маблағ сарфламаслик учун бюджетни ўрнатинг ёки талаб-эҳтиёжларингиз учун қанча маблағ сарфлашингизни чегараланг. Эҳтиёжларга сиз уларсиз яшай олмайдиган нарсалар киради. Бу озиқ-овқатлар кундалик харажатлардир. Шунингдек сиз қиммат сумка, кийим, туфли ва бошқаларсиз ҳам бемалол яшашингиз мумкинлигини ҳам унутманг.

## 4. Пулларингизни банк ҳисобида сақланг.

Нақд пулларни ва пластик карточкадаги пулларни сарфлаш истаги банкдаги пулни сарфлашга нисбатан анча юқорироқ бўлади. Шунинг учун пулларингизнинг бир қисмини ҳар ойда депозитга қўйиб боринг. У ерда қанча пулни сақлаш ҳар кимнинг ўз шахсий ишидир. Лекин ҳар ойлик тушумдан камида 10%ни депозитга қўйиб бориш, мақсадга мувофиқдир. Ҳамиша эсингизда бўлсин, бу пуллар сиз учун ишлаши керак, сиз улар учун эмас. Маълум суммани йиғганингиздан кейин уларни сизга доимий пасив даромад келтирадиган активлар сотиб олиш учун ишлатишингиз керак.

## 5. Дисконт карталардан фойдаланинг.

Дисконт карталар ва турли чегирмалар пулингизнинг анчагина қисмини тежаш мумкин.

*“Ҳозир жуда кўпчилик одамлар ўзлари ишлаб топмаган пулларни, ўзларига керак бўлмаган нарсаларга, ўзларига ёқмайдиган одамларда таассурот пайдо қилиш учун сарфлашмоқда” – Уилл Смит.*

## 2-Боб. Бизнес

Демак сиз бизнесга инвестиция қилишга қарор қилдингиз. Шу ерда ишни нимадан бошлаш керак? Нималарга эътибор қаратиш керак? Кимга мурожаат қилиш керак? Қайси йўлдан борган маъқул? ва шунга ўхшаган бир қанча саволлар пайдо бўлади. Агар мана шу саволларнинг жавобини биладиган бўлсангиз, иш бошлашингиз анча осон кечади. Шундай экан ушбу саволларнинг жавобларини қидиришни бошлаймиз.

### Бизнес бошлаш имкониятлари

#### **Доимий ишингизни сақлаб қолган ҳолда бизнес ташкил қилинг**

Бу сизга бериладиган энг асосий маслаҳатлардан биттасидир. Чунки кўпчилик бизнес бошлаш учун ишни бошқа барча ишларидан воз кечишдан бошлайди ва катта қийинчиликларга учрайди. Ушбу фаолият билан шуғулланиш сизга қуйидаги имкониятларни беради:

1. Фирмаларнинг солиқ устунликлари.
2. В квадранти учун керак бўладиган кўникмалар ва қоидаларни ўрганиш учун вақтингиз бўлади.
3. Ўз ҳаётингизни назорат қилиш имконияти.
4. Фонд бозори кулаганда ҳам бизнеснинг активлиги сақланиб қолинади. Иқтисодиёт орқага кетганида ҳам кичик бизнес фаолиятини ҳеч нима бўлмагандай давом эттираверади.
5. Кичик корхоналар катта корхонага айланиши мумкин. Сизнинг интеллектуал мулкингиз бунга асос бўлиши мумкин.
6. Юқори фойда нормаси. Кириган инвестициянгизга 40-100 фоизлик фойда олишингиз эҳтимоли бор.
7. Бошлаш имконияти. Бизнесни сотиб олишингиз ёки ўзингиз қуришингиз мумкин.

**Ўз фирмангизни очишингиз энг қийин йўлдир, лекин у энг катта фойда беради.** Бизнесни танлашда бирор муаммони ҳал қилувчи ёки эҳтиёжни қондирувчи нарса ташкил қилаётганингизга эътибор қаратишингиз керак. Бизнес турини танлаганингиздан кейин қуйидаги қадамларни қўясиз:

- Бизнесингизга ном қўйинг.
- Молиялаш манбаларини қидиринг.
- Маслаҳатчиларни (бухгалтерия, солиқ, ҳуқуқ ва бошқа соҳа мутахассислари) топинг.
- Бизнес структурасини танланг ва шакллантиринг.
- Керакли лицензиялар ва рухсатномаларни олинг.
- Банк ҳисоби очтиринг.
- Интеллектуал мулкингизни ҳимоя қилинг.
- Бизнес-план тузинг. Жой танланг. Ишлаб чиқариш, сотиб олиш ва хизмат кўрсатиш процедураларини аниқланг – яъни хизмат ёки

маҳсулотни қандай ишлаб чиқарасиз, етказиб берасиз. Ҳисобга олиш, ҳужжатлаштириш ва ҳисобот топширишни олдиндан режалаштиринг.

Ў Баҳо стратегияси ҳақида қарор қабул қилинг. Ишчиларнинг эҳтиёжларини аниқланг. Маркетинг режасини ишлаб чиқинг. Ҳуқуқий масалаларни ҳал қилинг. Пул оқими бюджетини аниқ созланг.

Ў Офисни расмийлаштиринг. Хизматчиларни ёлланг. Бизнеснинг очилганлигини эълон қилинг.

**Бизнесни сотиб олинг.** Агар сиз бизнес куриш билан боғлиқ бош оғриқлардан қутулишни истасангиз, тайёр бизнесни сотиб олишингиз мумкин. Бунда қуйидаги ҳолатлар бўлиши мумкин:

Устунликлар:

- Ў Узоқ ва таваккал бошланғич давр бўлмайди.
- Ў Ҳамма системалар жойида.
- Ў Харидорларнинг шаклланган контингенти.
- Ў Нолдан бошлаганга қараганда тезроқ фойдага чиқиш имконияти.
- Ў Тадбиркорларнинг мавжуд ушбу бизнесга хайрихоҳлиги.

Камчиликлар:

- Яширин муаммони сотиб олиш хавфи.
- Сотувчининг олдин қилган хатоларининг кейинчалик юзага чиқиши.
- Ўтиш натижасида ходимлар билан бўлиши мумкин бўлган муаммолар.
- Сотувчи томонидан потенциал рақобат.
- Тадбиркорларнинг мавжуд ушбу бизнесга хайрихоҳ эмаслиги.

**Франшиза сотиб олинг.** Сиз тайёр бизнес системасини ва уни қўллаб-қувватлашни сотиб олишингиз мумкин. Бунда франшиза вариантларини кўриб чиқамиз.

Устунликлар:

- Ў Тажрибадан ўтган бизнес-системалар.
- Ў Лицензияланган савдо белгиси ва тан олинган брэнд.
- Ў Ходимларни ўқитиш дастури. Ишлаб чиқариш инструкциялари.
- Ў Спецификациялар, сифат стандартлари ва лойиҳалар.
- Ў Система ва ишлаб чиқаришни доимий қўллаб-қувватлаш.

Камчиликлар:

- Қимматлиги.
- Ишлаб чиқариш инструкцияларига амал қилиш шартлиги туфайли чегараланганлиги.

**Тармоқли Маркетинг тизимига кириш.** Сиз кириш арзон ва ўқитиш тизими мавжуд бўлган тармоқли маркетинг компаниясига киришингиз мумкин.

Устунликлар:

- Ў Минимал дастлабки чиқимлар.
- Ў Ҳар томонлама ўқитиш.
- Ў Кун бўйи ёки қисман бандлик асосида ишлашингиз мумкин.
- Ў Уйда ишлаш имконияти.
- Ў Миллий ёки халқаро савдо маркаси билан ишлаш.

- Ü Пассив ва қолдиқ даромад келтиради.
- Ü Коммуникатив ва етакчилик кўникмаларини ривожлантириш.
- Ü Заказларни автоматик қайта ишлаш ва тарқатиш тизимлари анъанавий бизнесни қуришдаги анчагина муаммоларнинг олдини олади.

Камчиликлар:

- Кичик кириш бадали мажбуриятларнинг кучсизлигини билдиради.
- Интизом кераклиги. Рад қилишлар билан тўқнаш келиш.

Қуйида бизнеснинг ана шу ва бошқа имкониятлари ҳамда уни ташкил қилиш кетма кетлиги ҳақида гаплашамиз. Энг аввало ўзингизнинг шахсий бизнесингизни ташкил қилиш босқичлари ҳақида гаплашсак.

## Бизнес-концепция

Ҳар қандай бизнесни бошлашдан олдин албатта уни нима учун қилаётганлигингизни аниқлаб олишингиз керак бўлади. Кейин бу фаолият билан боғлиқ бўлган хатарларни кўриб чиқишингиз керак. Бу муаммолар ҳал бўлгандан кейин бизнес режа ишлаб чиқиш талаб қилинади.

Бизнес режа тузиш кераклиги ҳақидаги фикр деярли 95 фоиз тадбиркорларнинг ҳаёлига ҳам келмайди. Чунки буни бекорга вақт кетказиш деб тушунишади. Мободо тузишса ҳам фақат кредит олиш учунгина тузишади. Кичик корхона очиш ва унинг ишларини юргизиш учун қоғоз қоралашнинг кераги йўқ ва бу ишларни фақат мияни ишлатиб қилиш мумкин деб ҳисоблашади.

Шунга қарамасдан мен айтишим мумкинки, бизнес режа энг аввало тадбиркорнинг ўзи учун керак бўлади. У лойиҳанинг истиқболини тасаввур қилиши учун керак бўлади. Бизнес режа бизнесингизнинг келажагини кўрсатувчи моделдир. Бу модел қанчалик майда-чуйдаларигача ишланганлиги, ҳар битта ҳолатнинг ўйланганлиги ва ҳар қандай шароитга мос ҳаракатлар мўлжалланганлиги сизнинг бу бизнеснинг келажагини қанчалик яққол тасаввур қилаётганлигингизни билдиради. Шароитни қанчалик яққол тасаввур қилсангиз, сиз учун кутилмаган ҳолатлар шунчалик камроқ бўлади ва бундай ҳолатлар содир бўлганда ўзингизни йўқотиб қўймасдан, тўғри қарорлар қабул қила олишингиз мумкин бўлади.

Бизнес режаларни тузиш бўйича жуда кўпчилик қўлланмалар мавжуд ва уларнинг кўпчилигининг келиб чиқиши чет мамлакатлардандир. Бу қўлланмалардан айнан сизнинг ёки бизнинг шароитимизда тўғри ишлашини ҳеч ким кафолатламайди. Шунинг учун ҳам уларга асосланмаслик керак. Ҳақиқий бизнесни бошлашдан олдин бизнес режани тузишда унинг хусусиятларига эътибор бериш ва унга ижодий ёндашиш керак.

Бундай моделни тузишнинг ўзига хос томонлари мавжуд. Уларга амал қилиш керак бўлади. Энг аввало сизнинг бўлғуси бизнесингизга асос бўладиган ғояни аниқлаштириб олиш керак.



Айтайлик, сиз ўзингизга бўлғуси бизнес соҳаси сифатида астрологияни танладингиз. Юлдузларга қараб фол кўриш маълум илмий асосларга эга бўлса ҳам барибир кўпчилик ҳолларда бу соҳа билан айнан қаллоблар шуғулланишади ва бу соҳа қаллобликдан бошқа нарса эмас. Лекин масаланинг бу томонларига эътибор бермасдан иқтисодий жиҳатдан бу бизнесни аниқлаштириб оламиз.

Мен бу ерда атайин деярли ҳеч ким танламайдиган бизнес йўналишини танладим. Чунки мавжуд, реал бизнеслардан бирортасини кўрсатса, кейинчалик “менинг бизнесимда бунақа эмас, бошқача бўлади” деган фикрлар пайдо бўлиши мумкин. Шунинг учун ушбу фиктив бизнес мисолида бизнес концепцияни тузишни ўрганамиз ва кейинчалик сиз у ердаги маълумотлар ўрнига ўзингизнинг маълумотларингизни қўйиб, ўз бизнесингизнинг режасини тузишингиз мумкин бўлади.

Энг аввало астрологияни ғоя сифатида кўриб чиқамиз. Сизнинг сотадиган маҳсулотингиз одамларнинг туғилган буржи ва буржларнинг ҳозирги жойлашишига қараб уларнинг келажагини айтиб беришдир. Бу жараёнда сиз мижозингизнинг ахборотга бўлган талабини қондирибгина қолмасдан унинг бошқалар билан мулоқотда бўлиш, эътиборда бўлиш талабларини қондирасиз ва унинг келажакда муваффақиятга эришишини ваъда берасиз. Шундай қилиб, сизнинг бизнесингизнинг ўзига хос томонлари ўзига эътибор қаратишни хоҳлаган ҳар битта мижозга кўп вақт ажратиш, қабулхонани бизнесингизга мос равишда безатишни ва сизнинг авторитетингизни кўтарувчи турли воситалардан фойдаланишни талаб қилади. Ана шулардан келиб чиқиб, сиз бир кун давомида хизмат кўрсатишингиз мумкин бўлган мижозлар сонини аниқлаб олишингиз мумкин. Ҳар битта мижозга 40 дақиқадан бир соатгача вақт сарфлашингиз мумкин. Демак, бир кунда 8-10 кишидан кўп қабул қила олмайсиз.

Шундан кейин ташкилий ишларни ва ресурсларни режалаштиришингиз керак бўлади. Астрологияда бу – жой, уни таъмирлатиш, алоқа воситалари, реклама ва ёрдамчидан иборат бўлиши мумкин. Буларнинг асосида сиз ишни бошлашингиздан олдин сарфлашингиз керак бўлган харажатларни (корхонани қайддан ўтказиш, жойни ижарага олиш, уни таъмирлатиш, мебеллар, алоқа воситалари билан таъминлаш, реклама учун дастлабки харажатлар ва бошқалар) ва даврий равишда қилинадиган харажатларни (ижара, алоқа учун, коммунал хизматлар учун, реклама учун, секретар, фаррошнинг ойлиги, солиқлар ва давлат тўловлари шаклидаги харажатлар) ҳисоблаб чиқишингиз мумкин.

Харажатларни ҳисоблаб чиқиш унчалик катта муаммо эмас. Уларни шароитдан келиб чиқиб, ёки бошқа корхоналарникига ўхшатиб ҳисоблаб чиқариш мумкин. Лекин энди сиз келгусида олишингиз мумкин бўлган фойдани ҳисоблаб чиқишингиз керак. Бу эса унчалик осон иш эмас. Энг аввало сиз ўзингизнинг хизматларингизга бўлган талабни унинг баҳоси, рақобат шароити, реклама ҳажмидан келиб чиқиб баҳолашингиз керак. Бунинг учун маркетинг тадқиқотлари ўтказиш керак бўлади. Бу тадқиқотларни шу иш билан шуғулланадиган фирмаларга топширишингиз

ёки кичик бизнес учун ўзингиз ўтказишингиз мумкин. Бунинг учун шу фаолият ёки унга яқинроқ бўлган фаолият билан шуғулланадиган бошқа шахслар билан мулоқотда бўлиш ва бу факторларнинг ҳар бири унинг бизнесига қандай таъсир қилишини сўрашингиз мумкин.

Бу факторларни кўриб чиқиб, хизматингиз учун белгилайдиган баҳоингиз ва реклама ҳажмини энг кўп фойда қоладиган қилиб белгилашингиз мумкин.

Ўз хизматларингиз учун қўядиган баҳоингизни бозор шароити ва рекламанинг қай даражада кучлилигидан келиб чиқиб танлайсиз. Айтайлик, хизмат ҳақини 20 000 сўм қилиб белгиласангиз, бир кунда сизнинг қабулингизга 6 та одам келади, агар 10 000 сўм қилиб белгиласангиз 25 киши, 40 000 сўм бўлганда эса 1-2 кишигина келишини маркетинг тадқиқотларидан аниқлашингиз. Агар 100 000 сўм қилиб қўйсангиз ҳафтада битта мижоз келиш эҳтимоли мавжуд. Сизнинг имкониятларингиздан келиб чиқиб, бир кунда 10 та мижоздан ортиқ кишига хизмат қила олмаганлигингиз сабабли баҳони 15 000 сўмдан туширмаганингиз маъқул. Сизнинг умумий фойдангиз бу ҳолда мижозларнинг сонини оладиган хизмат ҳақингизга кўпайтириб, топилади ва энг кўп фойда 15 000 сўм бўлганда олинади. Ҳар битта бизнесда бу қийматлар турлича бўлади ва сиз ўзингизнинг ҳолатингизда қайси қийматлар тўғри келишини аниқлашингиз керак бўлади. Кейинчалик сизнинг бу борадаги обрўйингиз оша бошлагандан кейин хизмат ҳақини янада кўтаришингиз мумкин бўлади.

Лекин биз ҳали рекламанинг сизнинг фаолиятингизга таъсирини кўриб чиқмадик. Сиз реклама учун харажатларни қанчалик кўп қила бошласангиз, келадиган мижозларнинг сони ошиб бораверади. Лекин сиз реклама харажатларини қанча қилганингизда оптимум даражага эришингизни аниқлашингиз керак бўлади. Масалан, реклама учун 500 000 сўм сарфлаганингизда ҳар куни 7 та мижоз келса ва 1,5 миллион сарфлаганингизда эса 15 та мижоз келадиган бўлса, даромадингиз максимал бўлиши учун мижозларни қабул қилишингиз имкониятингизни ҳам ҳисобга олган ҳолда 1 миллион сўм сарфлашингиз тўғри бўлади.

Албатта, бу ҳисоб-китоблар баҳо ва реклама боғлиқлигининг тахминий тасавурунигина беради. Чунки биз ишлаётган маълумотларнинг ўзига яраша хатоликлари мавжуд. Лекин сиз мана шу оддийгина мисол ёрдамида ҳам оптимал ҳолатда сизнинг фойдангиз зарарингиздан ортиқча бўладими, ёки қанча миқдорга ортиқча бўлади деган саволларга жавоб топишингизга ёрдам беради.

Кириминг харажатдан юқорилик қиймати фойда деб аталади. Бу – иктисодий фойдадир. Бу қийматларни билган ҳолда сиз бу лойиҳа учун қилган харажатларингиз қанча муддатда қопланишини ва фойдага ишлай бошлашини аниқлашингиз мумкин. Агар бу муддат ярим йилдан катта бўлса, хизмат кўрсатиш соҳасида бундай бизнес бошлашдан тийилиш керак. Чунки бозор анча тезроқ ўзгариши мумкин.

Ҳатто лойиҳани ўзини қоплаш вақти чидаса бўлгудек бўлганда ҳам (3-4 ой), сиз фойда ва чиқим нисбатининг ойлар давомида қандай ўзгариши

мумкинлигини кўришингиз керак. Бу нарса молиявий қийинчиликлар қайси вақтда юзага келиши мумкинлигини олдиндан билишга имкон яратади. Бу эса сизга қанча миқдорда нақд пулни захирада ушлаб туришингиз кераклигини кўрсатади.

Бунинг учун янги Excel файл яратасиз ва вертикал бўйича чиқим турларини, горизонтал бўйича бўлса даврни ёзасиз. Давр одатда ойларда белгиланади. Биринчи ойга ҳамма дастлабки чиқимларни киритасиз. Буларни қилганингиздан кейин яна иккита графа қўшинг: булар ойлик салдо (фойда-чиқим) ва кумулятив салдо (лойиҳанинг умумий натижаси). Кумулятив салдо бу ойнинг салдоси ва ўтган ойнинг кумулятив салдоси йиғиндисидан иборат бўлади. Энди бўлса фойда прогнози ва чиқимлар графаларини тўлдириб чиқинг.

№	Чиқим турлари	1 ой	2 ой	3 ой	4 ой	5 ой	6 ой
1	Қайддан ўтказиш	600000					
2	Офис ижараси	700000	700000	700000	700000	700000	700000
3	Таъмирлаш	2000000					
4	Мебеллар	1500000					
5	Алоқа воситалари	2000000					
6	Коммунал хизматлар	150000	150000	150000	150000	150000	150000
7	Реклама	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000	1000000
8	Солиқлар	800000	800000	800000	800000	800000	800000
9	Ёрдамчининг ойлиги	650000	650000	650000	650000	650000	650000
10	Бухгалтер	100000	100000	100000	100000	100000	100000
11	Юрист	50000	50000	50000	50000	50000	50000
12	Даромад	4000000	4000000	4000000	4000000	4000000	4000000
13	Умумий харажатлар	8550000	2450000	2450000	2450000	2450000	2450000
14	Ойлик сальдо	-4550000	1550000	1550000	1550000	1550000	1550000
15	<b>Умумий сальдо</b>	<b>-4550000</b>	<b>-3000000</b>	<b>-1450000</b>	<b>100000</b>	<b>1650000</b>	<b>3200000</b>

Бунда миқозлар сонининг фасллар бўйича ўзгаришини ҳам ҳисобга олишни унутманг. Масалан ёзда миқозларингизнинг кўпчилиги қўшни мамлакатларга кетиб қолиши натижасида миқозларнинг ўртача сони 2-3 марта камайиб кетиши мумкин. Юқоридаги жадвалда бу нарса ҳисобга олинмаган.

Энди сизнинг қўлингизда сизнинг фирмангизнинг молиявий аҳволи тўғрисидаги динамик жадвал бор. Унда сиз, агар башоратларингиз тўғри бўлса, қачон кумулятив салдо минусдан плюсга ўтишини кўришингиз мумкин. Яна сиз қачон сизда қўшимча инвестициялар ёки фойдаланиш учун етарли миқдорда пул бўлиши мумкинлигини ҳам кўришингиз мумкин. Бунда бу чиқимларнинг катталиги уларни сарфлаш вақтида ҳисобда мавжуд бўлган пулнинг миқдори билан эмас, балки кейинги ойларнинг кумулятив салдоси миқдори билан ўлчанади. У ҳеч қачон нолга тушиб қолмаслиги керак.

Яна шуни айтиш керакки бу чегара сиз лойихани ўз кучингиз билан, қарз олмасдан ривожлантирмоқчи бўлсангизгина ҳақиқийдир. Лекин бизнинг шароитимизда бу чегараланишга амал қилиш фойдадан ҳоли эмас. Кейинроқ биз молиявий менежмент соҳаси ҳақида ҳам тўхталамиз ва қандай қилиб иложи борича кўпроқ ташқи молиялашни киритиш, ундан оптимал фойдаланиш, таваккалчилик ва чиқимларни камайтириш, солиқ имтиёзларидан фойдаланиш ҳақида ҳам гаплашамиз.

Кейинги босқичда биз бизнес ғоямизнинг бошқа икир-чикирлари билан танишамиз. Олдинги босқичда биз баҳо ва рекламанинг фойдага таъсирини қисман кўриб чиққан эдик. Аслини олганда бу фақат маркетинг сиёсатининг фақат иккитагина қиррасидир. Ҳақиқатда бу сиёсат фойдага таъсир қиладиган жуда кўп факторларга боғлиқдир. Булар, жумладан: реклама структураси, имтиёз ва чегирмалар тизими, турли совғалар, мижозларни мотивлаш техникалари ва бошқалардир. Бу факторларнинг таъсирини осонгина ҳисоблаб топишнинг иложи йўқ. Лекин биз буни ҳисоблаб ўтирмаймиз ҳам. Унинг ўрнига биз мижозларни жалб қилиш, уларни ушлаб қолиш ва доимий мижозга айлантириш, ўз хизматларимиздан таборо кўпроқ фойдаланишларига мотивлаш усуллариининг барчасини ўйлаб топишимиз ва ёзиб чиқишимиз керак.

Ҳозирги замон бизнесида энг асосий элемент – бу мижоздир. Ҳамма хизматлар унинг талабларидан келиб чиқиб кўрсатилади. Агар сиз мижозга бир марта фол кўрсангиз ва уни тўрт томонинг қибла деб қўйиб юборсангиз, уни ўзингизга жалб қилиш учун рекламага сарфлаган маблағингизни ҳавога совурган ҳисобланасиз. Мижозни ушлаб қолиш, янгисини жалб қилишга нисбатан бир неча марта арзонга тушишини эсдан чиқарманг.

Мижоз билан ўзаро мулоқот вақтида унинг сизнинг фаолиятингиз билан яқин алоқада бўлган барча талабларини ўрганишингиз ва кўрсатиладиган хизматлар турини кўпайтиришингиз керак. Масалан кўпчилик мижозларга юлдузлар башоратидан ташқари қўлдаги чизиқлар бўйича фол кўриш ҳам керак бўлади. Бунинг учун тегишли йўналишдаги фаолият кўрсатувчи кишини ўзингизга ҳамкор ёки ёрдамчи қилиб олинг. Унга ўз мижозингизни, жойингизни ва номингизни бериш йўли билан ҳамкорингизнинг ишлаган пуллари билан ҳам ўз улушингизни оласиз.

Кейинчалик кўрсатиладиган хизматлар рўйхатини тиббий коррекция хизматлари билан кенгйтиришингиз мумкин бўлади. Бунинг учун тажрибада текширилган ва ҳеч қандай муаммолар келтириб чиқармайдиган воситалардан фойдаланишингиз керак бўлади. Буларга мисол қилиб турли доривор ўсимликлардан дамламалар ёки физиотерапевтик асбобларни келтириш мумкин. Бу воситаларнинг сизнинг обрўйингиз ва фолбинлик фониди қўлланилиши оддий психосоматик таъсир қилгандагидан каттароқ самара кўрсатишига олиб келади. Буларнинг ҳаммасига гипнозни ҳам қўшсангиз иссиқ-совуқ, кўз тегишидан ҳимоялаш, турли хил остеохондрозларни даволаш ва келажакни олдиндан башорат қилиш каби комплекс хизматларни кўрсатган бўласиз.

Албатта, кўрсатадиган хизматларингиз рўйхатини бошиданок бунча кўпайтиришнинг иложи бўлмаслиги мумкин. Чунки бунинг учун дастлабки маблағ, ташкилий ишлар ва сизнинг вақтингиз ва кучингиз етмай қолиши мумкин. Лекин бизнес мувозанатлашган ва ташкилий ишлар камайган вақтида уни ривожлантириш учун сизнинг режаларингиз тайёр бўлиши керак. Ўз бизнесингизнинг бир жойда тўхтаб қолмаслиги ва доимий ривожланишда бўлишини таъминлашингиз керак бўлади. Бу имкониятлар сизнинг бизнес режангизда акс этиши керак бўлади.

Сизнинг бизнесингиз ҳали жуда кичкина бўлишига қарамасдан унда сиздан бошқа яна бир нечта киши ишлайди. Шундай экан сиз корпоратив маданият ҳақида ҳам ўйлашингизга тўғри келади.

Бу нарсага менсимасдан қарамаслигингиз керак. Ҳамкорлар орасидаги ёки хўжайин ва ёрдамчи орасидаги ўзаро тушунмовчиликлар бизнесни йўққа чиқариши мумкин. Масалан, сиз соғлом ҳаёт тарзини тарғиб қилсангизу, раҳбарни сўраган мижозларга секретарингиз “Кечагидан кейин боши оғрияпти” деса, бу сиз учун антиреклама бўлади. Ёки серетаркангиз телефон қилганлардан тезроқ қутулишга уринса, анча мижозларни ва улар билан бирга пулларингизни ҳам йўқотасиз.

Корпоратив маданиятнинг йўқлиги ана шундай ёмон натижаларга олиб келиши мумкин.

Корпоратив маданиятни шакллантириш учун бирга ишлайдиган ходимларингиз ва ҳамкорларингизни йиғиб, бир пиёла чой устида асосий нарсаларни ва нималарга риоя қилишмаса, бирга ишлай олмаслигингизни уларга тушунтиришингиз керак бўлади. Масалан, мижознинг ҳар қандай талабини бажариш кераклиги ва унга хушмуомалада бўлиш кераклигини. Чунки сиздан воз кечган ҳар битта мижоз йўқотилган пуллар эканлигини ходимларингиз яхши тушунишлари керак. Демак бу нарса уларнинг маошларига ҳам таъсир қилади.

Бундан ташқари мажбурийлик чегаралари тушунчаларини ҳам уқтириш керак. Масалан, бирорта ходимингиз ишга чиқмади ва бу ҳақда огоҳлантиришни ҳам ўзига эп кўрмади. Демак, кейинги тушунтиришлар ҳисобга ўтмайди. Фаррошга “тоза” деганда нимани тушунишингиз, секретаркага бўлса “чой” деганда нимани тушунишингизни (бу жуда нозик масала, уни ҳар ким ҳар хил тушунади. Чунки биров учун жуда аччиқ чой бошқа учун қайнаган сув деб тушунилиши мумкин) уқтиришингиз керак.

Олдиндан ҳар битта ходимингиз билиши ва амал қилиш керак бўлган нарсаларни аниқлаштириб олишингиз ва буни уларга тушунтиришингиз керак. Акс ҳолда биринчи кунданок ҳар хил майда чуйда тушунмовчиликлар келиб чиқиши, кичкина жанжаллар пайдо бўлиши, уларни вақтида ҳал қилишнинг иложи йўқлиги натижасида улар катта жанжалларга айланиб кетиши мумкин.

Мижозларни қабул қиладиган хонангизнинг дизайни ва хизмат кўрсатиш жараёнининг қандай кечиши ҳам муҳим аҳамиятга эга. Масалан, деворларга буржларнинг ҳар хил ҳолатлари туширилган бўлиши, келган мижозга фол кўришни дарров бошламасдан, у билан дастлабки суҳбат

ўтказилиши, кейин асосий ёриткичларни ўчириб нимқоронғида асосий жараёнга киришиш кераклиги ва ҳақозолар.

Энди бўлса сиз ўз бизнесингиз учун мулкчиликнинг қандай шаклини танлашингиз кераклигини аниқлаб олишингиз керак. Яъни сизнинг юридик шахс сифатидаги мақомингиз аниқланиши керак. Қонун бир қанча турдаги юридик шахсларни ташкил қилиш имкониятини беради. Лекин уларнинг ҳар бирининг ўз афзалликлари ва камчиликлари мавжуд. Хусусий тадбиркор бўласизми ёки хусусий корхона ташкил қиласизми? Балки акциядорлик жамияти ташкил қиларсиз? Балки нодавлат нотижорат ташкилоти бўлар? Жамоа корхонасига нима дейсиз? Балки сизга жамоатчилик ташкилоти маъқул бўлар? Диний идорачи? Балки бирор давлат идораси таркибида кичикроқ бир бўлим ташкил қилсангиз фойдаси каттароқ бўлар? Юридик шахсни ўз шахрингизда ёки туманингизда қайддан ўтказасизми ёки уни чет эл ташкилоти сифатида қайд қилдирасизми? Балки офшорда ёки цивилизациялашган бирор давлатда жойлаштирасиз?

Корхона ташкил қилиш вариантлари жуда кўп ва уларнинг ҳар бирининг тагида нималар ётишини билишингиз керак бўлади. Бу борадаги маълумотларни кейинги бўлимлардан топасиз.

Энди бўлса ўз молиявий ишларингизни қандай юргизишни ўйлаб кўрадиган вақт келди. Бунда ўз фойдангизни ҳам камайтирмаслик ва давлат идораларининг қора рўйхатига тушиб қолмаслик ҳақида ўйлаш керак бўлади. Пулнинг ҳаммасини фақат касса орқали ўтказасизми? Ёки банкда ҳисоб очасизми? Қайси банкда ва нечта ҳисоб рақами очтирасиз? Қайси проводкаларни ўтказасиз? Мижозлар тўловларининг расмий аталиши қандай бўлади? Солиқ органлари ҳисоботида нималарни қўшасиз? Ишчиларга маош тўлайсизми ёки бошқача усуллар билан тўлаганингиз маъқулми?

Буларнинг ҳаммасини олдиндан ўйлаб кўриш керак бўлади. Агар булар ҳақида аниқ тасаввурга эга бўлмасангиз, тез орада ҳар хил тушунмовчиликлар келиб чиқади, штрафлар тўлай бошлайсиз ва турли давлат органларига ишингиз туша бошлайди. Молиявий фаолиятнинг барча икир-чикирлари бухгалтер томонидан эмас, айнан бизнеснинг хўжайини томонидан ўйлаб чиқилиши керак. Чунки бухгалтер солиқларни иложи борича камайтириш, штраф ва бошқа бош оғриқлардан қутулишдан хўжайинчалик манфаатдор эмас.

Ёлланма ходимлар билан ўзаро мулоқот ва ишлаш тартиби қандай бўлишини ҳам олдиндан ўйлаб кўришингиз керак. Энг аввало сизнинг улар билан ўзаро алоқаларингизни белгилаб берадиган шартнома шаклини ишлаб чиқишингиз керак. Сизни ишчилар ва ходимлар билан бўладиган ҳар хил муаммолардан химоя қиладиган ҳамма майда-чуйдалар ёзилган шартномадир. Агар буни олдиндан тайёрлаб қўйсангиз ва унга амал қилсангиз келгусида содир бўлиши мумкин бўлган муаммоларнинг олдини оласиз ва ортиқча чиқимлардан қутуласиз.

Ишчилар сизнинг фойдангиз учун бор кучлари билан ишлашлари учун уларга маошни қандай тўлашингизни ҳам ўйлаб кўришингиз керак. Масалан телефон кўнғироқларига жавоб беришга масъул ходимнинг маоши у жалб

қилган мижозлар сонига боғлиқ бўлса, у ҳар битта кўнғироқ қилувчини албатта сизнинг олдингизга бир кириб чиқишига эришишга ҳаракат қилади.

Энди бўлса сиз тузган дастлабки ўзгарувчан молиявий режага мана шу факторларнинг таъсирини кўриб чиқишингиз керак. Режани бундай деталлаштириш натижасида қандай янги имкониятлар пайдо бўлиши ҳақида ўйлаб кўринг.

Молиявий ишлар, расмийлаштириш, маркетинг, корпоратив маданият, мулкчилик шакли, ходимлар ва бошқа деталларни алоҳида кўриб чиққандан кейин, уларнинг барчасини бирга қараб чиқинг. Уларнинг бир-бирига таъсири қандай бўлиши ва бир-бирига қарама-қаршилик қилмаслигига эътибор беринг. Бизнесингизнинг ҳамма қирраларини бирлаштириб, ягона картина ҳосил бўлишига эришинг. Бошда ушбу ягона картинани ушлаган ҳолда олдинги ўтган ҳар бир босқични қайтадан бажариб чиқинг. Умумий картинага мос келмаган қирраларни олиб ташланг ва ўзингизнинг бизнес-концепциянгизни янгидан яратинг.

Агар концепцияда бирор тушунмовчиликлар бўлса, уларни ҳал қилишга ҳаракат қилинг.

Агар эътибор берган бўлсангиз, ушбу бизнес концепцияда биз юқорида кўриб чиққан бизнес ва инвестиция учбурчагидаги барча даражалар қамраб олинди ҳамда ягона тизим шаклида шакллантирилди. Энди бу концепцияга ҳам ўзингизнинг бошингизга ҳам бир кун дам беринг.

Бизнес концепциянгиз ҳақидаги фикрларингизни кейинги куни давом эттиринг. Кейин бу фикрларни бир чеккага йиғиштириб кўйинг ва уларга уч кундан кейин қайтинг, кейин бир ҳафтадан кейин, кейин икки, кейин бир ойдан сўнг уни қайта кўриб чиқинг. Шу бир ой давомида сизнинг бўлғуси бизнесингиз ҳақидаги ғоянгиз шаклланади ва ривожланади ҳамда охирги, тугалланган, оригинал бизнес концепция пайдо бўлади. Бу концепция билан сиз ишга шўнғишингиз мумкин. Кейинги масала уни амалиётга тадбиқ қилишда қолади.

## **БИЗНЕС-РЕЖАНИНГ ТАРКИБИЙ ҚИСМЛАРИ**

Бизнес концепциянгизни ишлаб чиқишингиз сизнинг ўзингиз ва бизнесингиз учун керак. Уни ўзингиз истаган тартибда ва шаклда ишлаб чиқишингиз мумкин. Бунда асосийси уни ўзингиз тушунишингиздир. Лекин мақсадингиз бизнес ғоянгизни кимгадир тақдимот қилиш, инвесторлар ёки кредиторлардан пул ундириш бўладиган бўлса, унда сиз талаб қилинган расмий шаклдаги бизнес-режа тузишингиз керак бўлади.

Бизнес - режани таркибий қисмлари бизнеснинг соҳаси, режанинг мақсадлари, инвестор талаблари ва бошқа омилларга боғлиқ. Масалан банклар, айрим халқаро ташкилотлар, масалан Бирлашган Миллатлар Ташкилоти Саноатни ривожлантириш дастури (UNID), Европа тараққиёт ва тикланиш банки (EBRD), Ривожланиш ва савдо бўйича БМТнинг

Конференцияси<sup>1</sup> бизнес-режанинг таркибий қисмлари бўйича ўзларинг тавсияномаларини ишлаб чиқишган. Лекин умумий қилиб айтганда бизнес-режа ишлаб чиқиш жараёни, қуйидаги муаммоларни ҳал этади:

- Ташкилотни келажакда барқарорлигини ва ҳаётийлик даражасини аниқлаб беради, тадбиркорлик фаолиятининг хавф-хатарларини камайтиради;
- Миқдорли ва сифатли кўрсаткичлар системаси кўринишида бизнес истиқболини аниқлайди;
- Инвесторларни диққатини қаратади ва қўллаб қуватлашини тامينлайди;
- Режалаштириш тажрибасини олишга кўмаклашади, ташкилотга истиқболли қарашни ривожлантиради.

## **Бизнес - режа бўлимлари**

Амалиётда қўллаб келинадиган бизнес -режанинг бўлимлари қуйидагилардан иборат:

- Титул варағи
- Махфийлигини таъминлаш меморандуми
- Мундарижа
- Бизнес тавсифи (Резюме)
- Ташкилот мақсади (Миссия)
- Маҳсулот/хизмат таърифи
- Ишлаб чиқариш доирасининг/циклнинг тавсифи
- Маркетинг режа
- Молия режаси
- Менеджмент

*оходимлар*

*окасал бўлиб қолганингизда ўрнингизни ким алмаштира олади?*

*оИш графиги/жадвали*

- Якуний хулоса.

## **Бўлимларни тўлиқ тавсифлаш**

### **Титул варағи:**

- Режа сарлавҳаси;
- Тайёрлаш муддати;
- Ким тамондан тайёрлаган, фирманинг тўлиқ номи ва манзили, тадбиркорнинг исми, фамилияси, унинг манзили, телефон рақами;
- Режа ким учун тайёрланган;
- Гоҳида титул варағига авторлик ҳуқуқи тўғрисида маълумот берилади.

## **Махфийлигини таъминлаш меморандуми**

---

<sup>1</sup> Бизнес режа бўйича қўлланмани ушбу манзилдан юклаб олишингиз мумкин [http://unctad.org/en/docs/iteia5\\_en.pdf](http://unctad.org/en/docs/iteia5_en.pdf) (инглиз тилида)



Ушбу қисмда махфийлигини таъминлаш бўйича маълумот киритилади.

### **Мундарижа**

Титул варағи ва резюмедан кейин асосий ўқиладиган қисм. Бизнес-режанинг мазмуни ҳақида тўлиқ ва аниқ маълумот бериши керак. Мундарижада майда-чуйда тафсилотлар берилмаслиги керак, лекин кичик сарлавҳалар ажралиб туриши ва албатта бет рақамлари берилиши керак.

### **Қисқа хулоса ёки Резюме**

Бизнес-режа ҳужжатларнинг бош қисмида келтирилади, лекин тайёрлаш жараёнида у охирида ёзилади. Унда тадбиркор ўйлаган асосий ҳолатлар, бизнес ғоя, хулосалар қисқа келтирилади.

Резюменинг таркиби 3 қисмдан иборат бўлиши керак :

- *Кириши:* лойиҳанинг мазмуни қисқача акс эттирувчи режа мақсадларини ўз ичига олади;
- *Асосий мазмун:* бизнес-режанинг муҳим элементлари ва унинг асосий қисмлари: фаолият тури, сўров даражаси, молиялаштириш манбалари ва жамланмаси .
- *Хулоса:* тадбиркорнинг келажакдаги ютуқлари омилларини жамлайди, тадбиркорнинг асосий ҳаракат усулларини ёритиб бериши мумкин,

Резюме қисқа бўлиб, бир бетга жойлашса яхши. Резюме ҳужжатини инвесторга "сотувчи", очкич қисми бўлиб, у шундай тузилиши керак-ки, у ўқувчида бизнес-режани ўқиш истагини ҳосил қилиши керак. Яъни резюме, потенциал инвесторлар талаби ва уларнинг фаолияти ўзига хос хусусиятларини инобатга олган ҳолда, сони билан эмас, сифати билан ўзига жалб этиши керак.

### **Бизнес-режада фирма мақсадларини аниқлаш**

Бизнес-режа тузилишдаги биринчи қадам фирма фаолиятининг мақсадларини аниқлашдан иборат. Агар фирма ўсишга йўналтирилган бўлса, унинг асосий мақсадлари қуйидагича бўлади:

- *савдо умумий хажмини...гача ёки ... марта кўпайтириш;*
- *фирма улушини мавжуд бозорларда ... гача ёки ... марта ошириш;*

Агар фирма ишлаб чиқариш хажмининг ўсиш суратларини инобатга олмаса, унинг асосий мақсадлари қуйидагилар билан боғлиқ бўлиши мумкин:

- *соф даромаднинг ўсиши билан;*
- *маҳсулот сифатини ошириши билан;*
- *ёрдамчи ва сервис хизматлар улушининг ўсиши билан.*

### **Хизматлар / маҳсулотлар таърифи**

Тадбиркор ҳам, унинг инвесторлари ҳам бозорга қандай хизматлар ва маҳсулотлар таклиф этиш режалаштираётганини аниқ билиши керак. Яъни бизнес-режа бўлажак тадбиркорнинг тўлиқ таърифини ўз ичига олиши керак. Товарга (маҳсулот, хизматга) таъриф беришда қўйидаги маълумот бўлиши керак:

- *маҳсулотнинг аниқ таърифи ва уни қўллаш усуллари. Бунда товар хусусиятлари потенциал харидорлар талаблари билан боғлиқ бўлиши керак.*
- *танланган товарни қўллаш тенденцияси (вақт ўтиши билан унинг истеъмоли ошиб борадими ёки камаядими, уни қўллашни янги имкониятлари мавжудми?) Ўз маҳсулотининг ҳаётлий циклини фирма қай кўринишда кўради?*
- *рақобатчилар томонидан таклиф этилаётган шундай маҳсулотлар, хизматлар диапозони қандай? Танланган товар рақобатчилар модели билан қиёслаганда ноёбликка эгами, бозор (истеъмолчи) ноёблик устиворлигини талаб этадими, маҳсулот ўзига хослигиничи?*
- *товарнинг ҳимоя даражаси қандай, яъни тадбиркор патентга, муаллифлик ҳуқуқига, рўйхатга олинган товар маркасига эгами?*

Агар товар сотилиш хусусиятларига кўра - даврий ёки мавсумий бўлса - буни алоҳида кўрсатиб ўтиш керак (*автомобил - даврий товар, болалар чанаси - мавсумий*).

### **Ишлаб чиқариш жараёнининг таърифи**

Бу бўлимни ёзишнинг асосий қоидаси шундан иборат: баён имкон қадар содда бўлиши керак ва техник жаргондан иложи борича камроқ фойдаланиш керак, чунки бу бўлимни асосан махсус муҳандислик маълумоти йўқ кишилар ўқийди. Шу билан биргаликда кредит берувчи ташкилот ходимларини қизиқтирмайди деб бўлмайди - бизнес-режада ишлаб чиқаришнинг асосий компонентлари баён этилган бўлиши керак. Ишлаб чиқаришнинг режаси техник таърифдан ташқари ишлаб чиқаришнинг иқтисодий харажатлари ҳисобини ҳам ўз ичига олиши керак. Бундан ташқари қўйидаги саволларга жавоб берилиши керак:

- *Ишлаб чиқариш ва технологияларнинг асосий методлари қандай?*
- *Ишлаб чиқариш процессининг умумий таркиби, товар ишлаб чиқариш бўйича операциялар жараёни қандай? Операцияларда устиворликка эришиш мумкинми? Ишлаб чиқариш жараён тизимини ишлаб чиқариш оқими схемалари ёрдамида кўрсатиш яхшироқ.*
- *Қандай хом ашё ва материаллар зарур? Фирманинг асосий ташкилотчилари ким? Уларнинг номи ва манзилини кўрсатиш лозим.*
- *Салбий омиллар (заиф жойлар) аниқланганми? Улар, у ёки бу операцияларга сарфланадиган вақт ёки таъминотчилар бўлиши мумкин.*

- *Ишлаб чиқаришни таъкил этиш учун қандай кучлар зарур? Корхонада ушбу кучлар мавжудми? Уларни кенгайтириш, малакасини ошириш режаси борми ва улар бизнес режа босқичлари билан боғлиқми?*
- *Корхона ишлаб чиқариш кўлами самарасига умид боғлаши мумкинми? Кўзда тутилмаган чиқимлар таркиби қандай?*
- *Ишлаб чиқариш операцияларини амалга ошираётганда кўзда тутилмаган вазиятлар ва уларни такрорланиши қанчалар тез-тез учрайди?*
- *Сифат назорати қандай амалга оширилади?*
- *Мавжуд ва зарур ускуналар рўйхати, уни танлаш қандай амалга оширилади?*
- *Ишлаб чиқариш қаерда жойлашади? Географик шароитлар ва жойлашган ўрнига кўра ишлаб чиқаришга бўлган талаблар қандай?*
- *Ишлаб чиқаришни юритиш учун бугун ва эртага зарур бўлган иш кучи қандай? Ишчилар малакаси ускуналар имконияти ва хусусиятларига мос келадими?*

### **Маркетинг режаси**

Муваффақият қозониш учун фирма ўз товарига самарали бозор яратиш керак. Бундай бозор яратишнинг асосий қадамларини бизнес-режанинг маркетинг бўлими ёритиб беради.

Шунчаки яхши маҳсулот яратиш, ёрқин техник инновацияни таклиф этиш камлик қилади. Ўз маҳсулотига тўлов қобилияти талабини яратиш, тўлай оладиган кишиларни жалб этиш ва маҳсулотга харидорларини забт этиш керак бўлади. Ўзбекистон тадбиркорларида маркетинга бўлган муносабат ҳозирча яхши шаклланмаган. Маркетинг фаолиятининг муҳим анъанавий элементлари орасида реклама устиворлик қилади. Бинобарин маркетинг режасини тузиш жуда зарур.

Бизнес-режанинг маркетинг бўлими куйидагилар учун керак:

- *Тадбиркор фирма маркетинг фаолияти стратегиясини, асосий мақсад ва вазибаларини тушуниши керак*
- *Фирма маркетинг бўлими ходимлари маҳсулотларининг ўз бозорини яратиш ва ўрганишда режадан йўриқнома сифатида фойдаланиш мумкин бўлсин;*
- *Инвесторлар бозорнинг етарлича истиқболга ва хажмлигига ишонч қозонсинлар.*

Маркетинг режаси маркетингнинг барча элементларини қамраб олиш ва куйидаги саволларга жавоб бериши лозим:

- *Корхона мўлжаллаган бозор тармоғидаги харидорларнинг асосий талаблари қандай? Ушбу бозорнинг асосий сегментлари қандай, яъни даромад даражаси, демографик белгилари, ўзини тутиш ҳолати бўйича харидорлар гуруҳи қандай? Корхона маркетингнинг элементларидан қай бирини назарда тутиб иш олиб бормоғи керак?*

- *Корхона мавжуд бозорнинг сегментида қандай ўринга даъвогар бўлиши мумкин? Бозорда ўз ўрнини аниқлагач, фирма рақибларини сиқиб чиқаришни кўзлайдими? Ўхшаш товарлар таклиф этадими ёки ўз ўрнини топишга ҳаракат қилади-ми?*
- *Фирма маҳсулотларига нарх ўрнатишда асосий методика қандай бўлади? Танланган нарх фирма учун қандай соф фойда келтиради?*
- *Фирма маҳсулот тарқатишининг қандай каналларини қўллайди? Улгуржи ёки чакана савдогарлар хизматидан фойдаланиладими, ёки воситачиларсиз тўғридан-тўғри истеъмолчига маҳсулот таклиф этадими? (масалан, фирма магазин-салонлари орқали сотиш). У ёки бу воситачиларни танлаш нима билан асосланган?*
- *Ўз маҳсулотини сотувини рағбатлаштириш учун фирма қандай чоралар қўллайди? Рағбатлаштириш усуллариининг қай бирини қўллашни назарда тутади? Маҳсулотларни савдосини кенгайтиришни кўтарилишини молиялаштириш учун бюджет қандай аниқланади? Жамоатчилик билан алоқа бўлиши ташиқил этиладими?*
- *Фирма ўз маҳсулотига техник кафолат тузилишини қўллайдими? Савдодан кейинги сервисни ташиқил этишини қандай режалаштиради?*

### **"Молиявий режа" нинг мақсади**

Ташкилот ва лойиҳа фаолиятини молиявий натижаларини, бирлаштириб акс эттирувчи бизнес режанинг қисми.

Молиявий режада олдинги йилларнинг молиявий маълумотларини кўрсатиш мақсадга мувофиқдир. Такдим этилаётган лойиҳалар учун асос бўлган барча тахминларни лўнда ва аниқ шаклда баён этиш зарур. Молиявий режада компания ривожланишининг мумкин бўлган оптимистик ва пессимистик сценарийларини кўрсатиб ўтиш мумкин.

Бизнес режанинг "Молиявий режа" қисмида ишни бажариш жадвали ва уни амалга ошириш учун талаб қилинадиган молиявий ресурсларни (режалаштирилган манбалар ва молиялаштириш схемаси, кредиторлар жавобгарлиги ва кафолат тизими, кредитларни тўлаш жадвали) ва сарф-харажатларнинг тўлиқ схемасини кўрсатиб ўтиш керак. Молиявий режага пул манбаларининг ҳаракати ҳақидаги ҳисобот, фойда ва камомад ҳақидаги ҳисобот, лойиҳанинг самарадорлиги кўрсаткичи (ички фойда нормаси, ўзини қоплаш муддати, рентабиллик меъёри, зарарсизлик нуқтаси) киритилади.

Молиявий режа қисмининг тузилишида қуйидаги маълумотлар бўлиши лозим:

- *Тайёрлов босқичи*
- *Асосий давр*
- *Киримлар ҳисоби*
- *Кредит билан боғлиқ хизматлар*
- *Солиқ тўловлари*
- *Бошқа киримлар ва тўловлар*
- *Реализация ҳажмларининг прогнози*

- *Даромад ва харажатлар ҳақидаги ҳисобот*
- *Пул маблағлари ҳаракатининг режаси*
- *Тахмин қилинаётган баланс*

## **Бошқарув**

Лойиҳанинг самарадорлиги компаниянинг топ-менежментига боғлиқ. Бу бўлимга асосий мутахассислар ва раҳбарият таркибини ташкил қилиш, корxonанинг ташкилий тузилиши ва лойиҳани амалга ошириш муддати, раҳбарият таркибини асослаш усуллари ёритилади.

Бу бўлимда корxonанинг асосий қатнашчиларини қисқача танитиш (тадбиркор, унинг ҳамкорлари, инвесторлар, директорлар кенгаши аъзолари, асосий вазифаларни бажарувчи ходимлар ва ҳ.к) ички алоқаларни кўрсатувчи корxonанинг ташкилий схемасини келтириш, корxона доирасида жавобгарлик ва маъсулиятларни кўрсатиш керак.

## **Безаги ва адабий услуби**

Бизнес-режанинг ютиғи мазмунигагина эмас, балки унинг безаги ва адабий услубига ҳам боғлиқ. Дидсиз безалган, саводсизларча тузилган, жуда мақтаб юборилган, ёки аксинча, жуда қисқа бизнес-режа кутилган натижани бермаслиги мумкин.

Бизнес-режалаштириш бўйича мутахассислар бизнес-режани тузиш ва безаш бўйича қуйидаги қоидаларга амал қилишни маслаҳат берадилар:

- *Таклифлар қисқа, лўнда, равон бўлиши керак. Сўзларни беҳуда сарфлаб "чиройли" ёзишга ҳожат йўқ, матнга хаддан ташқари кўп хис-туйғуларни қўшиш керак эмас. Кўп маъноли, ёйиқ фикрлардан фойдаланмасликка маслаҳат берилади. Ўқувчи академик илмий иншо тарзда ёзилган бизнес режани унча яхши қабул қилмайди.*
- *Техник жаргондан фойдаланишга ружу қўймаслик керак. Ўқувчи, муаллиф ёзаётган предметини яхши ўзлаштирмаган деган хулосага келиши мумкин. Аниқ ва тушунарли иборалар муаллифнинг ишини чуқур англашини билдиради.*
- *Бизнес-режа фақат ишга тааллуқли маълумотни ўз ичига олиши керак.*
- *Мазкур бизнес билан боғлиқ бўлмаган соҳалар ёки соф назарияга, экскурсларга киришиб кетмаслик лозим. Масалан, ўз маҳсулотининг даврий сотилиши ҳарактерини кўриб чиқаётиб ишчи даврий назарияни тўлалигича баён этиши шарт эмас.*
- *Бизнес-режада келтирилган ғоялар хаддан ташқари амбициоз (шухратпараст) бўлмаслиги керак. Бўлажак ютуқлар чегарасини, реклама мақсадида бўлса ҳам, реал бизнес имкониятларини ҳисобга олмасдан туриб, ошириб бўлмайди. Потенциал инвестор банклар, давлат, венчур компаниялар кўпинча ишнинг ҳақиқий аҳволи билан яхши таниш бўладилар. Айниқса фирманинг бозорда режалаштирилган улуши, ўсиш*

- келажаги ва бозор ҳақидаги маълумотлар аниқ ва яхши асосланган бўлиши керак.
- *Режа* ҳолатини аниқлашда фотосуратлар, диаграмма, жадваллар жуда яхши ёрдам беради. Бу манбалардан тўғри фойдаланиш бизнес-режа ҳақидаги таассуротни кучайтиради.
  - *Режанинг* аниқ таркибига ҳам эътибор қаратиш лозим. Материал қисқа, яхши ажратилган параграфларга бўлинган бўлиши керак. Бизнес режанинг ҳар хил қисмларини ифодалаш учун турли ранглар, шрифт намуналарини қўллаш мумкин. Яхши тузилган ва безатилган материал осон ўқилади ва диққат марказига тез тушади. Сизнинг бизнес-режангиз умумий фонда ажралиб туриши лозим.
  - *Бизнес-режанинг* муҳим фикрлар ва асосий хулосаларни алоҳида ажратиш керак.
  - *Бизнес-режанинг* асосий бўлимларини турли ҳажмли маълумотлар билан оғирлатилиши керак эмас. Агар қўшимча маълумот дарҳақиқат зарур бўлса, ишнинг моҳиятини очиб берса, уни бизнес-режадан чиқариб ташлаш шарт эмас. Бундай маълумотни яхшиси "Илова" қисмига киритиш керак, токи қўшимча маълумот олишни истовчи ўқувчилар топиб ўқисинлар.
  - *Бизнес-режа* устида ишлаш учун вақтни тўғри танлай билиши лозим, бу машғулот катта эътиборни талаб этади.
  - *Бизнес-режани* барча ишлар бир текис кетаётганда, жиддий муаммолар йўқлигида ёзиш керак.
  - *Бизнес режани тузишда корхона фаолиятини режалаштиришнинг турли усуллари мавжудлигини унутмаслик керак. Бизнес режанинг асосий бўлимларини белгилашда корхона ёки фирма фаолиятида ҳар хил ўзгаришлар юз бериши ва уларга фирма мослашиши лозимлиги ҳисобга олинishi керак.*
  - *Агар умумий* хажми 100 бетдан ошмаса, бизнес-режани мақбул деб аташ мумкин.
  - *Агар бизнес-режа* мавжуд корхонанинг диверсификацияси ва ривожланиш мақсадига тузилаётган бўлса, у асосий операциялар режалаштирилаётган ўзгаришлар натижасида зиён кўрмайдими деган саволга жавоб бериши керак.

## **БИЗНЕС РЕЖАНИНГ МАРКЕТИНГ ҚИСМИ. МАРКЕТИНГНИНГ ТАРКИБИЙ ҚИСМИ**

*Маркетинг — бу алмашинув орқали одам эҳтиёжи ва талабларини қондиришга қаратилган ҳаракатлардан бири.*

*Ф.Котлер*

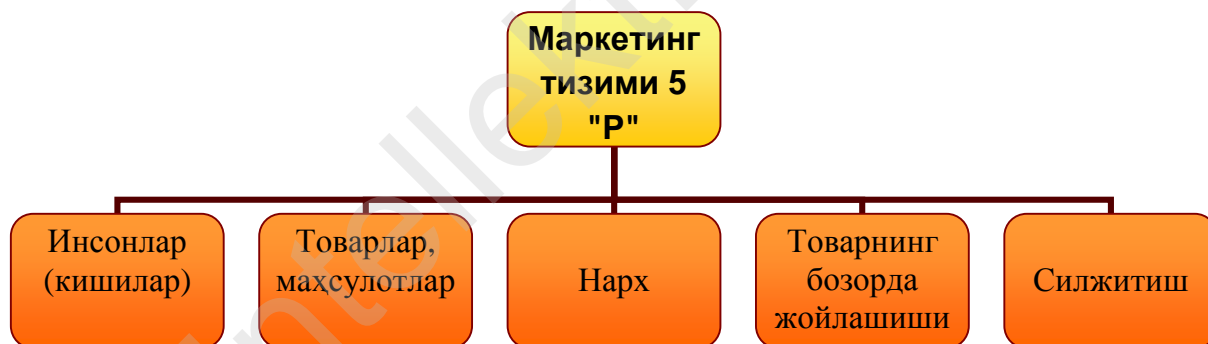
**Маркетинг тушунчаси**

*Маркетинг бу маълум кишилар ёки корхоналар мақсадларини қондириш ва айирбошлаш учун гоая/маҳсулот/хизматларга нарх қўйиш, уларни ўтказиш ва тақсимлаш жараёнини режаслаштириш ва амалга оширишни ўз ичига олган жараёндир.*

Маркетинг тизимида қўйилган мақсадга эришиш учун харидорлар ва бошқа субъектларга таъсир этиш учун маркетинг воситалари, яъни маркетинг усуллари йиғиндиси ва услубларини қўллаш зарурдир. Шундай воситалардан бири бу маркетинг-микс ёки маркетинг комплекси. Буларни маркетинг назариясига 1964 йилда биринчи бўлиб Гарвард бизнес мактаби профессори Борден киритган. Маркетологлар тайёрлаш тизимида маркетинг комплекси 4 "P" деб номланиб, у Маккарти томонидан 1960 йилда таклиф этилган. Ушбу моделда маркетингнинг тўртта асосий элементлари ажратиб кўрсатилган: товар (product), нарх (price), сотиш (place), реклама-рағбатлантириш (promotion).

Маркетинг фаолиятида эҳтиёж ва мухтожликни айирбошлаш орқали қондириш жараёнида албатта инсон иштирок этади. Шунинг учун юқорида кўрсатиб ўтилган маркетинг элементлари таркибига бешинчи "P" ҳам киритилиб, у кишилар (people) эканлиги алоҳида таъкидлаб ўтилади. Маркетинг-микс элементлари қуйидаги чизмада кўрсатилган.

5"P" модели маркетинг назариясини шаклланиши ва амалиётини ривожланишида илғор роль ўйнайди.



### **Ишлаб чиқарадиган маҳсулот тури**

Бизнес гоая аниқ ишлаб чиқариладиган маҳсулот тури ёки кўрсатиладиган хизматни белгилаб бериши керак. Унда

- *Унинг сатҳи, ҳаётийлиги;*
- *Бозор ҳолати;*
- *Тараққиёт тенденцияси;*
- *Шу соҳага оид бўлиши мумкин бўлган муаммолар -(ҳуқуқий, сиёсий);*
- *Рақобатчилар таҳлили;*
- *Бозордаги улуш ва бозор сизимини ўрганиб чиқиш керак.*

Янги товарни яратиш жараёни ўз ичига 8 босқични олади: ғоялар шаклланиши, ғоя ишлаб чиқиш ва текшириш, маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш, ишлаб чиқариш ва сотиш имкониятларини таҳлил қилиш, товарни яратиш, бозор шароитида синовдан ўтказиш ва тижорат ишлаб чиқаришини жадаллаштириш. Ҳар бир босқичнинг мақсади ғоя устидан ишлашни давом эттириш мақсадга мувофиқ ёки мувофиқ эмаслиги ҳақида қарор қабул қилишдан иборат. Фирма ўз ғоясини танлашда имкон қадар реал ҳаётга тадбиқ этилиши мумкин бўлган ғояни илгари суришга ҳаракат қилади.

Янги товарни яратиш янгилик ғоясини излаш билан бошланади. Бундай изланишлар мунтазам равишда олиб борилиши керак. Акс ҳолда фирма ўнлаб ғоялар топиши мумкин, лекин уларнинг кўпчилиги фирма фаолияти йўналиши нуктаи назаридан амалга ошмай қолиши мумкин.

Ғояларни шакллантириш фаолиятининг мақсади иложи борича кўпроқ ғоя яратишдан иборат бўлади. Кейинги босқичларнинг мақсади - бу ғояларни камайитиришдир. Бу борадаги биринчи қадам - бу ғояларни саралаб олиш. Саралаб олиш мақсади - яроқсиз ғояларни эртaroқ аниқлаб олиб, уларни бартараф этиш. Танлаб олинган ғояларни эса рўёбга чиқариш лозим.

### **Товарнинг типик ҳаётийлик даври/цикли**

Товарнинг типик ҳаётийлик даври/цикли қуйидагидан иборат:

- **Бозорга кириш босқичи** - товарнинг бозорга чиқиши жараёнида сотувнинг секинлик билан ўсиш даври. Босқич товарнинг тарқатилиши ва унинг савдога чиқарилиши билан бошланади. Товарнинг бозорга чиқарилиш тадбири узoқ муддатни талаб қилади ва бу даврда сотиш одатда жуда секин ўсади.
- **Ўсиш босқичи** - товарнинг бозорда тез қабул қилиниши ва даромадларнинг тез ўсиши. Агар янгилик бозор қизиқишини қондирса, сотиш сезиларли даражада ўсишни бошлайди. Дастлабки харидорлар товар сотиб олишни давом эттирадилар. Оддий истеъмолчилар, айниқса товар ҳақида илиқ фикрлар эшитишганда, дастлабки харидорларга эргашадилар. Очилаётган имкониятлар жалб қилиниши оқибатида бозорда янги рақобатчилар пайдо бўлади. Уларнинг бозорга сифатли товарлар таклиф этишлари бозорни кенгайтишига олиб келади.
- **Етуклик босқичи** - аксарият потенциал харидорларнинг товарни қабул қилишига эришиши билан сотиш суръатларининг сустлашиш даври. Маълум бир пайтда товар сотилишининг ўсиш суръатлари пасаяди - яъни, етуклик даври бошланади. Давомийлик нуктаи назаридан бу босқич олдинги босқичлардан узoқроқ давом этиб, маркетингни бошқариш соҳасида мураккаб вазифалар кўяди. Бозордаги кўпчилик товарлар етуклик босқичида бўлади ва ўз навбатида, маркетингни бошқариш асосан «етук» товарлар билан иш кўради.
- **Тушқунлик босқичи** - сотишнинг кескин тушиши ва даромадларнинг камайиши билан тавсифланувчи давр. Товарни сотиш охир-оқибат пастга кетади. Сотиш ноль нуктага тушиши мумкин ёки паст даражага тушиб, шу



даражада узоқ вақт давомида қолиши мумкин. Сотишнинг тушиши қатор сабаблар билан ифодаланади, хусусан, технологик ютуқлар, истеъмолчилар дидининг ўзгариши ва чет эллик ва ички рақобатчилар томонидан рақобатнинг кучайиши.

### **Товарнинг ўзига хос хусусиятлари**

Бунда сиз дастлаб маҳсулот/хизматни ўзига хос хусусиятлари, жумладан, сифати, чегирма, кўшимча хизмат, арзонлиги, янгича қадоклаш услубига эга эканлигига эътибор беришингиз лозим.

### **Харидорларингиз кимлар**

Ҳар қандай товар бирданига ҳамма харидорларга ёқиши қийин. Шунинг учун харидорларни бир нечта гуруҳларга (сегментларга) бўлиб уларга мос равишда алоҳида товарлар ва маркетинг комплексларини ишлаб чиқилади.

Бозорни сегментлашнинг қандайдир ягона методи мавжуд эмас. Бозор структурасини кўриб чиқишга фойдалироқ ёндашувни қидириб топиш уринишларида турли ўзгарувчи параметрлар асосида бозорни сегментлаш вариантларини, бир ёки бир нечасини бирдан синаб кўриш лозим.

Бозорни сегментлашда фойдаланиладиган асосий мезонлар:

- *Географик принцида: регион, шаҳар, аҳоли зичлиги, иқлим.*
- *Психографик принцида: ижтимоий синф, турмуш тарзи, шахс тури.*
- *Ҳулқ-атвор принцидида: харидни амалга ошириш сабаби, кўзланаётган манфаат, фойдаланувчи мақоми, истеъмол интензивлиги, боғланганлик даражаси, товарга муносабат.*
- *Демографик принцидида: ёши, жинси, оила ҳажми, даромадлар даражаси, машғулот типи, маълумоти, ирқи, миллати.*

Маркетинг сегментацияси сотувчи чиқиши лозим бўлган турли бозор сегментларини имкониятларини очиб беради. Бунда қуйидагиларни ҳал қилиш лозим:

- *Нечта сегментни қамраб олиш лозим.*
- *Қандай қилиб ўзи учун манфаатли сегментни аниқлаш.*

Бозорни сегментлаш - бу асосий услуб бўлиб, унинг ёрдамида корхона (фирма) бўлажак мижозлар (ёки бозорни) гуруҳларга ёки бозор сегментларига бўлади, бу бозорни барқарор сегментини ажратиш, товарни шу сегментнинг ўзига хос хусусиятларини мўлжалга олиб етказиб беришни ташкил қилишга имкон беради. Бундан ташқари, бозорни сегментлаш стратегияси сотиш услубларини белгилашни, унинг кучли ва кучсиз томонларини ҳисобга олиш ва шунинг билан корхона энг катта афзалликларини олиши мумкин бўлган ресурсларни жамлашни таъминлайди. Бу стратегиянинг икки йўли мавжуд

- *бозор товарлари (хизматлар, ишларни) ишлаб чиқарувчи бозор позициясини тадқиқ қилиш ва янги товарлар ва хизматларнинг ҳақиқий ва бўлажак харидорларини аниқлаш;*

- хариддорларнинг у ёки бу сегментини таърифловчи ўзгаришлар ҳақида дастлабки тушунчани ишлаб чиқиш, масалан, ижтимоий ҳолат, соҳа ва х.к.

## SWOT таҳлил

SWOT таҳлил - бу ташкилот ресурслари ҳолатини таҳлил қилиш ва баҳолаш воситаси. Бу каби таҳлилни ташкилот бўйича умумий тарзда ёки алоҳида муаммо ёки лойиҳа бўйича ҳам амалга ошириш мумкин.

Бу таҳлил тизимли мушоҳада қилиш, таққослаш, солиштириш, таҳлил ва синтезни амалга ошириш кўникмаларини ривожлантиради.

**SWOT** - таҳлил номланиши инглизча бош ҳарфлардан олинган:

- **Strengths** - кучли томони, корхонада ички ресурслар мавжудлиги назарда тутилади;
- **Weakness** - кучсиз (заиф) томони ёки ички муаммолар мавжудлиги;
- **Opportunities** - корхона ривожланиши учун ташқаридаги мавжуд имкониятлар;
- **Threats** - хавфлар, ташқи муҳитдаги мавжуд хавф-хатарлар.

<b>S</b> Кучли томони	<b>W</b> Кучсиз (заиф) томони
<b>O</b> Имкониятлар	<b>T</b> Хавфлар

## Рақобатчилар таҳлили

Компания истеъмолчилар талабларини қондиришда рақибларни ушбу йўналишдаги фаолиятини ҳисобга олиши ва улардан бир қадам олдинроқ юриши керак, агар буни уддасидан чиқмасалар муваффақиятга эришиш ҳақидаги ўйлари бефойдадир. Шунинг учун компаниялар рақобат устунлигини, яъни уларни рақиблардан ажратиб турувчи ва нархларни истеъмолчилар учун жозибдорроқ қилиб, ниманидир қўлга киритишга интиладилар. Рақобат устунлигини иккита усул билан яратиш мумкин. Булар:

- *Товарни аввалгисига қараганда анча арзон нархда таклиф қилиш.*
- *Истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини яхшироқ қондиришга қодир товарни таклиф этиш.*

Биринчи ёндашувда муваффақиятнинг калити харажатларни камайтиришдадир. Бу товарни ишлаб чиқариш ва сотиш компанияга унинг рақибларига қараганда арзонроққа тушади деганидир.

Иккинчи ёндашувни қўллаган компания ҳозирнинг ўзида мавжуд бўлган потенциал истеъмолчиларнинг талабларини таҳлил қилиб чиқиши ва улар учун етказиб бериш, хизмат кўрсатиш, услуб, ташқи кўриниш (имидж), ишончлилик каби омиллардан қайси бири катта аҳамиятга эга эканлигини

аниқлаши керак. Бундай ёндашув товарларни дифференциациялаш ёки бир компаниянинг товарига уни бошқа компаниянинг худди шундай товаридан ажратиб турувчи хусусиятларини бериш дейилади.

**Шарт - шароитларни ўзгариб туриши:** рақобатчиларнинг ишлаб чиқариши ва маркетингни такомиллашгаётганлиги, истеъмолчилар талабларининг ўзгараётганлиги (трансформациялашгаётгани) туфайли рақобатустунлигинияратиш қийин. Компания ўзининг етакчилик мавқеини сақлаш учун бозордан ва рақобатчилардан олдинда юриши, яъни бозорда вужудга келадиган талабни ҳамда рақиблар чиқара оладиган маҳсулотни олдиндан ҳисоб-китоб қила олиши керак бўлади.

Маҳсулот Рақобатчилар	Истеъмол хусусияти	Сифати	Нархи	Қадок	Кафолат	Бошқалар
Сизнинг маҳсулотингиз						
1. Рақобатчи маҳсулоти						
2. Рақобатчи маҳсулоти						

### Макро муҳит таҳлили



### Бозордаги улушингиз қандай

#### Сотиш канали

Сотиш канали сотувчи ҳамда истеъмолчи ўртасидаги ўзаро алоқа. Бу бевосита ҳамда билвосита амалга оширилади. Бевосита амалга оширилган

сотиш жараёнида маҳсулот-хизматларнинг нархи пастроқ, вақт кўп сарфланади. Билвосита амалга ошириладиган сотиш жараёнида эса воситачилар эвазига нарх ўсади, вақт эса тежалади.

Ишлаб чиқарувчи ва якуний истеъмолчилар ўртасидаги физик ва психологик масофа бўлиши мумкин ёки ишлаб чиқарувчи тўғридан-тўғри истеъмолчига товар сотиш имконияти бўлмаслиги мумкин. Шундай ҳолатларда талаб ва таклифнинг бирлаштиришда воситачиларнинг ўрни катта. Савдо тармоғи - товар ва хизматларни айирбошлаш жараёнида ҳамкорлар тамонидан индивидуал истеъмолчиларга товарни истеъмолга топшириш мақсадида шакллантирилган тизимдир.

Бундай ҳамкорларга ишлаб чиқарувчилар ва товарни якуний истеъмолчилари киради. Товар сотишнинг ҳар бир йўли айирбошлаш жараёнини амалга оширишда маълум бир вазифалар йиғиндисини бажаради.

Аниқроғи сотиш функциялари олти хил кўринишдаги фаолиятни бажарилишини ифодалайди:

- |                                   |                           |
|-----------------------------------|---------------------------|
| ■ етказиб бериш (транспортировка) | ■ ажратиш (сортировка)    |
| ■ тақсимлаш                       | ■ боғланиш (коммуникация) |
| ■ сақлаш                          | ■ ахборот бериш.          |

Ушбу таянчли функцияларни бажариш давомида, воситачилар ўзларининг харидорларга яқинликлари, қулай иш жадваллари, етказиб бериш тезлиги ва кафолат беришлари туфайли кўшимча хизмат кўрсатадилар.

Белгиланган функцияларнинг бажарилиши айирбошлаш жараёни катнашчилари ўртасида ўзаро қарама қарши йўналишда ҳаракатланувчи тижорат оқимларини юзага келтиради. Сотиш каналида бешта турли кўринишдаги оқимларни ажратиш мумкин:

- Эгалик ҳуқуқи оқими: товарга эгалик ҳуқуқининг бир шахсдан (ташкilotдан) бошқасига ўтиши
- Жисмоний оқим: ўз навбатида товарларнинг ишлаб чиқарувчидан воситачилар орқали якуний истеъмолчиларга жисмоний кўчиши
- Буюртмалар оқими: харидорлар ва воситачилардан тушувчи ва ишлаб чиқарувчиларга йўналтирувчи буюртмалар
- Молиявий оқим: якуний истеъмолчилардан ишлаб чиқарувчи ва воситачилар томон турли тўловлар ҳаракати
- Ахборотлар оқими: ушбу оқим икки йўналишда тарқатилади: бозор ҳақидаги маълумотлар ишлаб чиқарувчилар томон ҳаракат килса, ишлаб чиқарувчи ташаббуси билан таклиф қилинувчи товарлар ҳақидаги маълумотлар бозор томон ҳаракатланади.

Шундай қилиб, сотиш каналининг мавжудлиги айирбошлаш катнашчилари ўртасида функциялар ва оқимларни тақсимлашни кўзда

тутади. Тармоқни ташкил этишда асосий масала ушбу оқимлар ва функциялар мавжуд бўлиши кераклигида эмас, балки қатнашчилардан қайси бири уларни бажаришидадир.

Функциялар тақсимланишида кўпроқ хилма-хилликни турли бозорлар учун эмас, балки бир бозор доирасида ҳам кузатиш мумкин.

### **Нарх қўйиш тизимлари**

Соф рақобат бозорида фаолиятдан ташқари ҳолларда, фирмаларга яхши йўлга қўйилган ўз товарларига бошланғич нарх белгилаш методикасига эга бўлиш зарурдир.

Авваломбор фирма, товар ёрдамида у айнан қандай мақсадларга эришишга интилаётганлигини ҳал этиши лозим. Агар мақсадли бозорни танлаш ва бозордаги ўрни пухта ўйланган бўлса, унда нарх муаммосини ҳам қўшган ҳолда маркетинг комплексини шакллантиришга ёндашуви аниқдир. Чунки нархни шакллантириш стратегияси асосан бозордаги ўрнини белгилашга тегишли дастлабки қабул қилинган қарорлар билан аниқланади.

Худди шундай фирма бошқа мақсадларни ҳам кўзда тутиши мумкин. Қанчалик улар ҳақида тасаввур аниқ бўлса, шунчалик нарх белгилаш осон бўлади. Амалиётда кўп учровчи бундай мақсадларга мисол бўлиши мумкин: яшаб қолишни таъминлаш, жорий фойдани максималлаштириш, бозор ҳиссасини кўрсаткичлари бўйича етакчиликка эришиш, товар сифати кўрсаткичлари бўйича етакчиликни эгаллаш.

Яшаб қолишни таъминлаш бозорда ишлаб чиқарувчилар ҳаддан ташқари кўп бўлган ва кучли рақобат ҳукмрон бўлган ҳолларда ёки истеъмолчилар эҳтиёжлари кескин ўзгарган ҳолларда фирманинг асосий мақсади бўлиб қолади.

Кўплаб фирмалар жорий фойдани максималлаштиришга ҳаракат қилади. Улар нархни турли даражаларига мувофиқ талаб ва харажатларни баҳолашни амалга оширадилар ва шундай нархни танлашадики, бу нарх жорий фойда ва нақд пулни максимал тушумини ва харажатларнинг максимал қопланишини таъминлайди.

Фирма ўзига унинг товари бозорда таклиф қилинаётган барча товарлардан энг юқори сифатлиси бўлишига эришишни мақсад қилиб қўйган бўлиши мумкин. Одатда бу юқори сифатга эришишга ва қимматга тушувчи ИТТКИ ни ўтказишга харажатларни қоплаш учун товарга юқори нарх белгилашни талаб қилади.

Фирма томонидан белгиланган ҳар қандай нарх, у ёки бундай товарга бўлган талаб даражаси ўртасидаги боғлиқлик турлича бўлади. Одатдаги ҳолларда талаб нарх билан тесқари пропорционал боғлиқликда бўлади. Яъни қанчалик нарх юқори бўлса шунчалик талаб кам бўлади. Нуфузли товарларда эса аксинча бўлади. Нархни оширилиши талабнинг ошишига олиб келади.

Талабни ўлчаш учун уни турли нархларда баҳолашни амалга ошириш зарур. Шу йўл билан максимал даражадаги талабга эришиш мумкин бўлган нархни аниқлаш мумкин. Нархни пасайтириб борилиши ўз навбатида

талабни ошиб боришини таъминлайди. Лекин, нарх маълум бир даражага етганда талаб ўсиши тўхтаб, аксинча талаб камайиши бошлангани кузатилади. Бу товар нархининг ҳаддан ташқари пастлиги унинг сифатига шубҳа уйғотиши билан ифодаланади. Чунки кўплаб истеъмолчилар нархга сифат кўрсаткичидек қарайдилар. Сотувчи нарх белгилашда нархнинг фақат иқтисодий омилларини эмас, балки психологик омилларини ҳам ҳисобга олиши лозим.

*Мисол учун*, оддий бир омил — фирма нархни яхлит белгиламаслигининг ўзиёқ (мас. 2 минг 145 сўм) фирмага ва унинг товарларига ижобий муносабат пайдо қилиши мумкин. Чунки, биринчидан, харидорлар қайтим олишни хуш кўрадилар. Иккинчидан, бундай нарх харидорда «фирма нарх белгилашга жиддий ёндашади, харидорлар манфаатини ўйлайди» деган тасаввурлар пайдо қилади.

Мутахассисларнинг аниқлашича, нархга боғлиқ бўлмаган факторлар таъсири остида талаб эгрисининг шакли ўзгариши эмас, балки сурилиши юз беради. Яъни нарх ўзгармаган ҳолда талаб хажми ўзгаради.

Мутахассис талабни нарх ўзгаришига қай даражада сезгирлигини билиши зарур. Агар нархдаги унчалик катта бўлмаган ўзгариш остида талабда сезиларли даражада ўзгариш кузатилса у ҳолда талаб эластик талабдир. Ва аксинча нархдаги ўзгариш остида талаб деярли ўзгармаса демак талаб ноэластик талабдир. Талаб турини аниқлаш нарх белгилашда адашмасликни гаровидир. Рақобат даражаси юқори бўлган шароитда эса бу ўта муҳимдир.

### **Нарх белгилаш стратегиялари**

Фирма бошланғич нарх белгилайди, кейинчалик уни атроф муҳитдаги мавжуд турли факторлар ҳисобига ўзгартиради. Фирманинг нарх белгилаш муаммосига стратегик ёндашуви қисман товар ҳаётининг цикли этапларидан боғлиқ бўлади. Айниқса бозорга кириш босқичида катта талаблар қўйилади. Бозорга патент билан ҳимояланган янги товарни чиқараётган фирма унга нарх ўрнатишда «бозор қаймоғини олиш» стратегиясини ёки «бозорга мустаҳкам ўрнашиш» стратегиясини танлаши мумкин.

- Янги, патент билан ҳимояланган товар яратган кўплаб фирмалар, даставвал уларга «бозор қаймоғини олиш» учун юқори нарх белгилайдилар. Фирма шундай нарх белгилайдики, ушбу нархда янги товарни бозорни айрим сегментларигина қабул қила олади. Сотишнинг бошланғич тўлқини секинлашгач, янги нарх қониқтирувчи сегментга кириб бориш мақсадида, фирма нархни пасайтиради. Шу йўсинда ҳаракат қилиб, фирма бозорнинг турли сегментларидан максимал мумкин бўлган молиявий «қаймоқ» ларини олади.
- Бошқа фирмалар, аксинча, катта миқдордаги харидорларни жалб қилиш ва бозорнинг катта ҳиссасини эгаллаш ниятида ўз янги товарларига нисбатан паст нарх ўрнатадилар. Фирма товарга минимал мумкин бўлган нарх ўрнатади, бозорнинг катта ҳиссасини эгаллайди, ишлаб чиқариш

харажатларини қисқартиради ва уларни қисқартириши ҳисобига тобора нархни пасайтиришни давом эттиради.

Нарх ҳисоблаш - осон машғулот эмас, қачонки турли товарлар талаб ва харажатлар нуқтаи назаридан бир-бири билан боғлиқ ва рақобатли қаршилиқнинг турли даражаси билан дуч келадилар.

Фирма одатда алоҳида товар эмас, балки бутун товар ассортиментини яратади. Ассортиментнинг ҳар бир кейинги товари қандайдир қўшимча хусусиятларга эга бўлади. Раҳбарият турли товарларга нархни поғонали табақалаштириш ҳақида қарор қабул қилиши лозим. Ҳар бир даражадаги нархий поғонани ўрнатишда таннархдаги фарқланишларни, уларни хусусиятларини истеъмолчилар томонидан баҳоланиши фарқларини, шунингдек рақобатчилар нархларини ҳисобга олиш зарур. Ассортиментни икки товари нархлари ўртасидаги фарқ сезилмас бўлганда истеъмолчилар мукамалроғини, қулайроғини харид қиладилар, нархлардаги фарқ сезиларли бўлганда эса - унчалик мукамал эмасини харид қиладилар.

Кўплаб савдо соҳаларида сотувчилар ўз ассортименти товарларига нарх белгилашда аниқ ўрнатилган нархий мўлжаллардан фойдаланадилар.

*Масалан:* эркаклар кийими дўконида уч хил нарх даражасидаги костюмларни сотишлари мумкин - 15, 32 ва 41 минг сўмлик. Ушбу уч нархли мўлжал харидорлар онгида юқори, ўрта ва паст сифатдаги маҳсулот каби тасвирланади. Ҳатто учала нарх бир хил мутаносибликда оширилганда ҳам одамлар қоида бўйича костюмларни ўзларига маъқул бўлган нарх даражаси бўйича харид қилишни давом эттирадилар. Сотувчининг вазифаси - истеъмолчи томонидан ҳис қилинувчи, нархлардаги фарқни оқловчи товарларни сифат жиҳатидан фарқланишларини аниқлаш.

Кўплаб фирмалар асосий товар билан бир қаторда қатор тўлдирувчи ёки ёрдамчи маҳсулотларни таклиф қиладилар.

*Масалан:* автомобил харидори электрон ойна кўтаргичлар, ойналарни терлашини олдини олувчи мосламаларни буюртма қилиши мумкин. Бирок ушбу тўлдирувчи товарларга нарх белгилаш - қийин масаладир.

Автомобил компанияларига нимани стандарт жиҳоз сифатида автомобилнинг бошланғич нархига киритиш, нимани тўлдирувчи буюм каби таклиф қилишни ҳал қилиш зарур.

Қатор саноат тармоқларида асосий товар билан бирга фойдаланилувчи мажбурий тегишли жиҳозлар деб аталувчиларни ишлаб чиқарадилар. Бундай мажбурий жиҳозларга мисол қилиб устара лезвияси ёки фотоплёнкани келтириш мумкин. Асосий товарларга (устаралар ва фотоплёнкалар) ишлаб чиқарувчилар кўпинча паст нархлар белгилашади, мажбурий буюмларга эса юқори нарх ўрнатишади.

Гўштни қайта ишлаш, нефть маҳсулотлари ва бошқа кимёвий моддаларни ишлаб чиқариш, кўпинча турли хил қўшимча маҳсулотларни пайдо бўлиши билан боғлиқ. Агар бу қўшимча маҳсулотлар қимматли аҳамиятга эга бўлмаса, улардан қутулиш эса қимматга тушса, буларнинг барчаси асосий товарнинг нарх даражасида ўз ифодасини топади. Ишлаб

чиқарувчи ушбу қўшимча маҳсулотларни сотиш учун бозор топишга ҳаракат қилади ва кўпинча ҳар қандай нархни қабул қилишга рози бўлади, агар у маҳсулотларни сақлаш ва етказиб бериш бўйича харажатларни қоплайдиган бўлса. Бу унга асосий товарни нархини янада рақобатбардош қилиб пасайтиришга имкон беради.

### **Рекламадан фойдаланиш**

Коммуникатор олдида мавжуд коммуникация каналларини танлаш вазифаси туради. Яхлит ҳолда коммуникация каналлари икки кўринишда бўлади: шахсий коммуникация каналлари ва шахсий бўлмаган коммуникация каналлари.

Шахсий коммуникация каналларида бевосита бир бири билан муомалада бўлувчи икки ёки ундан ортиқ шахслар иштирок этишади. Шахсий коммуникация каналлари иштирокчилар учун шахсий мурожаат қилиш ва тесқари алоқалар ўрнатиш имконини бериши билан самаралидир.

Шахсий коммуникация каналларини қўшимча тарзда ташвиқот-тарғибот, эксперт баҳолаш ва ижтимоий маиший каналларга бўлиш мумкин.

Ташвиқот-тарғибот каналида мақсадли бозорда харидорлар билан алоқада бўлувчи фирманинг савдо персонали ходимлари иштирок этадилар.

Эксперт баҳолаш каналини зарурий билим ва кўникмаларга эга бўлган мустақил шахслар ташкил этадилар.

Ижтимоий-маиший каналнинг бош ҳаракатлантирувчи шахслари бўлиб, мақсадли харидорлар билан суҳбатда бўлувчи қўшнилар, ўртоқлар, оила аъзолари ва ҳамкасблар ҳисобланишади. Бу канал кўпчилик товар соҳаларида бир мунча фаолроқ ҳисобланади.

Қиймати юқори бўлган ва юқори таваккалчиликка эга бўлган товар категориялари бўйича харидларни амалга оширишда шахсий таъсир катта аҳамият касб этади. Автомобил ва йирик маиший электр асбобларини сотиб олувчилар оммавий ахборот воситалари манбаларига мурожаат қилиш билан чекланиб қолмасдан, балки шу соҳани билувчи шахсларнинг фикрларини билишга ҳам интиладилар. Биринчи навбатда, кўпчиликнинг назарига тушадиган товарларга нисбатан, шахсий таъсир муҳим ўрин тутаети.

Шахсий бўлмаган коммуникация каналлари - бу шахсий контакт (ўзаро алоқа) ва қайта алоқа мавжуд бўлмаган шароитда мурожаатни узатувчи (йўлловчи) ахборотларни тарқатиш воситасидир.

Реклама - маълум ҳақ эвазига ғоя, товар ёки хизматларни маълум хомий номидан илғари суриш, оммавий ахборот воситасида тақдим этиш шаклидир.

Реклама АҚШ индустрияси энг катта тармоқларидан биридир. Америка фирмалари ўз маҳсулотларини реклама қилишга млрд. долларлаб маблағ сарфлашади. Реклама истеъмолчига қаратилган ва уларнинг истеъмол бозоридаги хатти-ҳаракатлари ҳақида бир қарорга келишларига таъсир қилишга даъват этилганлиги сабабли реклама тақдим қиладиган хизматлар билан ва унинг ташкил этилиши билан танишиш фойдали бўлади.



Рекламанинг афзалликлари. Реклама истеъмолчилар ва иқтисодчилар манфаатларига хизмат қилади, чунки :

- У истеъмолчиларни товар бозоридаги нархлар, сўнгги янгиликлардан хабардор қилади.
- Реклама кўпинча нархлар пасайишига олиб келади. Реклама оммавий бозорни вужудга келтириб, маҳсулот таннархини пасайтириш имконини беради, бу эса ишлаб чиқарувчиларга харажатларни камайтиришда кўмаклашади. Бу тежамдан истеъмолчи фойдаланади.
- Реклама рақобатни рағбатлантиради, бундан истеъмолчилар ва бутун жамият ютади. Бир фирма рекламаси орқали тармокдаги бошқа барча корхоналар камида сифатнинг шу даражасига интилади.
- Рекламадан тушадиган даромад журналлар ва газеталар харажатларнинг катта қисмини, тижорат радиоси ва ТВнинг бутун қийматини қоплайди.
- Реклама истеъмол талабини рағбатлантириб, умуман иқтисодиётга фойда келтиради.
- Рекламанинг жамиятга кетирадиган зарари. Кўп кишилар реклама жамиятга фақат фойда келтиради, деган фикрда эмаслар; Рекламанинг камчиликларидан қуйидагиларни кўрсатиб ўтиш мумкин :
- Реклама кўпинча нотўғри ахборот бериб, харидорларни чалкаштиради.
- Реклама катта молиявий харажатларни талаб қилади, бу эса товарлар нархини оширади.
- Истеъмолчиларда уларга унча зарур бўлмаган товарларга пул сарфлаш мойиллигини келтириб чиқаради.
- Оммавий ахборот воситалари реклама берувчиларга қарам бўлиб қолади, бу эса уларнинг эркинлигини чеклайди.

**Реклама стратегияси.** Реклама стратегиясининг кенг тарқалган турлари қуйидагилардир: *чақириқлар (даъватлар), ақл-идроқка мурожаат ва ҳис-туйғуга мурожаат.*

*Даъватлар.* Бу реклама кўпинча маъноси кам ёки тамомила беъмано дабдабали гаплардан фойдаланади: «Агар сиз бирор босма маҳсулот чиқармоқчи бўлсангиз, «Шарқ»га мурожаат қилинг. «Шарқ»-матбаачилар сардори!» Бу гап ҳеч кимни алдай олмайди, «Шарқ» ҳеч қандай сардор эмас. Лекин бундай даъватлар ҳадеб такрорланаверса, харидорларга таъсир қилмай қолмайди, деган мўлжалга асосланади.

*Харидор ақл-идроқига мурожаат.* Истеъмолчини муайян маҳсулотни сотиб олишга ишонтириш учун реклама истеъмолчининг ақл-идроқига мурожаат қилади.

«Бизнинг печенье таркибида бошқа фирмаларникига қараганда калорияси 25% кам!» Бу-истеъмолчи ақл-идроқига мурожаат намунасидир. Соғлом овқат, оғриқ қолдирувчи ва бошқа кенг тарқалган дори-дармонлар рекламасида кўпинча ана шу усулдан фойдаланилади.

*Ҳис-туйғуга мурожаат.* Реклама истеъмолчи руҳиятига таъсир ўтказишга асосланган. Бу бир неча хил усул билан қилиниши мумкин :

*Қасамли тасдиқ.* Спорт товарлари ёки упа-эликни реклама қилувчи кино, рок ва спорт юлдузларидан фойдаланиш ана шу тоифага киради.

*Кўпчилик қаторидан қолмасликка даъват.* Реклама аксарият фуқаролар айна шу маҳсулотдан фойдаланилаётганига ишонтиради, ва инсон қатордан қолса, ўзини камситилгандек ҳис қилади. Ичимликлар ва автомобиллар рекламасида шу усулдан фойдаланилади.

*Омадбахилик.* Рекламанинг бу тоифаси фақат шу ашёлар ёрдамидагина ҳаётда ютуққа эришиш ва севикли одамни топиш мумкин деган фикрни сингдиради. Бахтиёр ошиқ-мошиқларнинг тиш пастасини реклама қилиши бунинг яққол мисолидир.

Сиз истеъмолчи сифатида ҳар куни эътиборингизни жалб қилиш иштиёқида бўлган чет эл компанияларининг рекламага зўр бераётганликларига дуч келасиз. Телевидение, радио ва газеталардаги реклама - товарлар жилвасини қалбингизга сингдириш йўлларининг айримлари ҳолос. Сиз бошқа усулларни ўйлаб топа оласизми? Кўп ҳолларда бу - маркетинг мутахассисларининг жиҳатлари, ҳис-туйғуларидан ажрата билиш ва шу асосида мазкур маҳсулотни сотиб олиш-олмасликни ҳал этиш керак.

Рекламадан фойдаланиш усул ва шакллари шунчалик серқирраки, унинг хусусий сифат жиҳатлари тўғрисида ягона хулосага келиш қийин.

Бироқ имкон қадар унинг қуйидаги жиҳатларини ажратиб кўрсатиш мумкин :

■ **Ижтимоий тавсиф.** Реклама коммуникацияларнинг ижтимоий шаклидир. Унинг ижтимоий табиати, товар қонуний ва умум эътироф этилишини тақозо этади. Товари харид қилиш жараёнида харидор ижтимоий фикр мотиви асосида ҳаракат қилади ва бу ҳолатда ижтимоий фикрга дуч келади.

■ **Моддийлаштиришга лаёқатлилиқ.** Реклама - бу сотувчига бир неча маротаба ўз мурожаатини такрорлаш имконини берувчи тасаввур ҳосил қилиш воситасидир.

■ **Бир вақтнинг ўзида у харидорга бир неча рақобатчиларнинг мурожаатларини ўзаро таққослаш имкониятини беради.** Сотувчи томонидан амалга оширилувчи кенг кўламли реклама унинг кўлами, оммавийлиги тўғрисида ўзига хос ижобий тарзда гувоҳлик беради.

■ **Шиддатлилиқ (тезкорлик).** Шрифт (ёзув), овоз ва рангдан дид билан фойдаланиш туфайли реклама фирма ва унинг товарларини самарали тақдим этиш имконини беради.

■ **Шахссизлик.** Реклама фирма сотувчиси билан муносабат каби шахсиятли бўлиши мумкин эмас. Реклама фақатгина монологга мойилдир.

Рекламадан товарнинг узоқ муддатли қатъий қиёфасини яратиш учун ҳам фойдаланиш мумкин.

Реклама - географик жиҳатдан турли ҳудудлардаги кўплаб харидорларни битта реклама контактига унчалик катта бўлмаган харажатлар ҳисобига самарали тарзда қамраб олиш усулидир.

Реклама дастурини ишлаб чиқиш жараёнида биринчи қадам бўлиб, реклама вазифаларининг қўйилиши ҳисобланади.

Бу вазифалар мақсадли бозорни танлаш, маркетингда қулай ўрин танлаш ва маркетинг мажмуи ҳақида илгари қабул қилинган қарорлардан келиб чиқиши мумкин.

Реклама олдида коммуникация ва сотиш соҳасида ҳал этилиши лозим бўлган кўплаб аниқ вазифаларни қўйишимиз мумкин. Уларни рекламанинг хабардор этишга, тасаввур ҳосил қилишга, эслатишга мўлжалланганлигидан келиб чиқиб таснифлаш мумкин.

- Реклама товарни бозорга олиб киришда, бирламчи талабни вужудга келтириш вазифасини ҳал этиш босқичида устун мавқега эга бўлади.
- Моддийлаштириш (тасаввур ҳосил қилиш) рекламаси ўсиш босқичида, фирма олдида танланма талабни шаклантириш вазифаси турган шароитда алоҳида аҳамият касб этади. Кўпинча бу турдаги рекламалар таққосланма реклама категориясига айланиб боради. Бу ҳолда товар бошқа худди шу турдаги товарлар билан солиштирилади ва унинг бошқа товарлардан устунлиги кўрсатиб берилади.
- Эслатма тавсифидаги реклама товар бозорининг етилганлик босқичида товар ҳақида истеъмолчига эслатиб ўтиш муҳимдир.

Бу ўринда баъзан мустақамловчи рекламадан истеъмолчилар тўғри қарор қабул қилганликларини исботлаш учун ҳам фойдаланилади.

Фирма, ўз рекламаси вазифаларини аниқлаштириб, ҳар бир алоҳида товар учун реклама бюджетини ишлаб чиқишга киришиши мумкин.

Раҳбарият реклама вазифалари ва реклама бюджетини аниқлаштириб бориб, рекламага умумий ижодий ёндашув, унинг ижодий стратегиясини ишлаб чиқиши лозим.

Ижодий ходимлар мурожаатнинг услуби, оҳанги, сўзларини излаб топишлари лозим.

Услубий ёндашувда ҳар қандай мурожат турли хил вариантларда ижро этилиши лозим.

- Табиий ҳолатдан нусха олиш. Оддий ҳолатларда товардан фойдаланувчи бир ёки бир неча персонажларни тақдим этиш.
- Турмуш тарзига урғу бериш. Маълум турмуш тарзида товар қай тарзда фойдаланишига урғу берилади.
- Ҳаёлий ҳолатни яратиш. Товар атрофида ёки ундан фойдаланиш жараёнида ҳаёлот дунёси яратилади.
- Қайфият ёки қиёфа яратиш. Товар атрофида чирой (гўзаллик), нозиклик каби қайфият ёки қиёфа яратилади.
- Мюзикл товар ҳақида кутилаётган бир ёки бир неча шахсларни ёки чизилган персонажларни кўрсатиш.
- Рамзий персонажлар (тасвирлар) дан фойдаланиш, товарни олқишловчи персонажларни яратиш.
- Техник ва касб тажрибасига урғу бериш. Фирманинг ушбу товарни ишлаб чиқаришдаги тажрибасини намоиш этиш.

- Илмий тавсифдаги маълумотлардан фойдаланиш. Товарнинг юқори самарадорликка эга эканлигини кўрсатувчи илмий маълумотлар киритилади.

- Товар фойдасига хизмат қилувчи маълумотлардан фойдаланиш.

Айни пайтда, коммуникатор ўз рекламаси учун мос келувчи оҳангни ҳам танлаши лозим. Эълон оҳанги - товарнинг юқори анъанавий сифатга эга эканлиги ҳақидаги қайноқ ҳиссиётларга йўғрилган янгиликларни хабар қилишдир.

Рекламадан ташқари маҳсулотни сотишни рағбатлантирувчилар:

- Шахсий сотиш - сотишни тугаллаш мақсадида, бир ёки бир неча салоҳиятли харидорлар билан суҳбат жараёнида товарни оғзаки таништириш.

Тарғибот - оммавий ахборот воситалари ёки сахна орқали товарга талабни рағбатлантириш мақсадида товар ҳақидаги муҳим тижорат ахборотларини бевосита тарқатиш.

Кенг истеъмол товарлари ишлаб чиқарувчи фирмалар қоидага кўра, маблағлар асосан рекламага ва фақат кейингина - сотишни рағбатлантиришга, шахсий сотувчи ташкил қилишга ва энг охирги ўринда тарғиботга сарфлайдилар. Саноат аҳамиятидаги товарлар ишлаб чиқарувчи фирмалар маблағларнинг асосий қисмини шахсий сотувни ташкил этишга ва шундан сўнг маблағларнинг қолган қисми сотиш, реклама ва ташвиқотни рағбатлантиришга ажратилади.

Рағбатлантириш воситаларини эффективлиги истеъмол бозорларида ва саноат аҳамиятидаги товарлар бозорида турличадир. Бу фарқлар расмда кўрсатилган.

**Мижозларга қандай кўшимча хизмат кўрсатиш турларини аниқлаш ёндашувлари**

**Бирламчи маълумотлар** тадбиркор томонидан махсус тўпланадиган маълумотлар бўлиб, улар анкета ўтказиш, сўров, кузатиш, тажриба ўтказиш, интервью орқали амалга оширилади.

**Иккиламчи маълумотлар** оммавий ахборот воситалари, статистик маълумотлар, каталогларда мавжуд бўлган ва махсус тадбиркор учун тўпланмаган маълумотлардир.

## **МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯСИНИНГ АСОСИЙ ТУРЛАРИ**

*Маркетинг стратегияси - дарахт пояси ҳисобланса, реклама бу дарахт шохчаларидир.*

**Ф.Котлер**

Фирма ўсиш стратегиясини уч босқичда олиб борган таҳлили асосида ишлаб чиқиши мумкин. *Биринчи босқичда* фирмада бўлган имкониятлар

(интенсив ўсиш имкониятлари) аниқлаб олинади. *Иккинчи босқичда* маркетинг тизимининг бошқа элементлари билан интеграциаллашув имконияти (интеграцион ўсиш имконияти) аниқланади. *Учинчи босқичда* соҳадан ташқарида очиладиган (диверсификацион ўсиш имкониятлари) имкониятлар аниқланади.

***I. ИНТЕНСИВ ЎСИШ.*** Фирма ишлаб чиқарган ҳозирги товар ва эгаллаб турган ҳозирги бозорлари имкониятлари тўлиғича ишлатмаган ҳолларда интенсив ўсиш ўзини оқлайди. Имкониятларни аниқлаш учун И.Ансофф бир қанча услубларни ишлаб чиқиб, уни «товар ва бозор ривожланиш сеткаси» деб атаган. Бу сетка куйидаги уч асосий интенсив ўсиш имкониятларини ажратиб кўрсатади:

■ ***Бозорга чуқурроқ кириб бориш.*** Ушбу услубнинг ўзига хос томони шундаки, агрессив маркетинг орқали мавжуд бозорларда ўз товарларининг сотилишини кўпайтириш.

Мисол: Бунинг учун «Престиж» компанияси (журнал):

◦ ўзининг мавжуд обуначиларини уларнинг дўстларига ҳам совға тариқасида обуна варағини тақдим этиб рағбатлантириш;

◦ обуналарга рақотабчиларига нисбатан паст баҳоли обуна таклиф этиб ёки ўз журнаlines турмуш тарзини тарғиб этувчи энг яхши нашр сифатида эътироф этиш йўли билан обуначиларни жалб қилишга ҳаракат қилиши лозим бўлади.

■ ***Бозор чегараларини кенгайтириш.*** Ушбу услубнинг ўзига хослиги фирма ўз сотиш хажмини мавжуд товарларини янги бозорга киритиш ҳисобига амалга оширади. Бунинг учун «Престиж»:

◦ ўз журнаlines янги географик бозорларда тарқатишни бошлаши;

◦ журналга мос равишдаги хусусиятларни бериб, уни обуначилар бозорининг янги сегментлари учун ҳам жозибадор қилиши;

◦ журнални шифохонанинг врач қабулхонаси ва саломатлик маркази каби ташкилот ва муассасаларга сотиш йўли билан бозорнинг янги сегментларини яратишга ҳаракат қилиши мумкин.

■ ***Маҳсулотни такомиллаштириш*** - мавжуд бозорлар учун янги такомиллаштирилган товарлар яратиш.

Бунинг учун «Престиж» :

◦ сиҳат-саломатлик муаммоларининг кўтарилиши билан ўсувчилар сотиб олувчи янги, олдингиларидан фарқланиб турадиган журналлар яратиш;

◦ ўз журнаlinesнинг минтақавий саломатлик муаммолари билан шуғулланадиган минтақа нашрини жорий этиш;

◦ ўқишдан кўра эшитишни афзал биладиган аудитория учун ойлик журнаlinesнинг кассета вариантини яратиш мумкин.

***II. ИНТЕГРАЦИОН ЎСИШ.*** Интеграцион ўсиш фирма учун кўшимча манфаат келтириши мумкин бўлган соҳа ичидаги олдинги ёки горизонтал ҳаракатланиш имконияти бўлган пайтда асқотиши мумкин.

- Регрессив интеграция фирма ўз таъминотчиларини ўзига кўшиб олиш ёки улар устидан қаттиқ назорат қилиш имкониятларини қўлга киритиш ҳаракатида намоён бўлади.
- Прогрессив интеграция фирманинг тақсимлаш тизимида бошқарувни ёки қаттиқ назорат қилишни қўлга киритиш ҳаракатларида намоён бўлади
- Горизонтал интеграция фирманинг бир қатор рақобатчи корхоналар устидан назоратни қўлга киритиш ёки кучайтириш ҳаракатида намоён бўлувчи услубдир.

**III. ДИВЕРСИФИКАЦИОН ЎСИШ.** Диверсификацион ўсиш фирма фаолият кўрсатаётган соҳада унчалик имкониятлар бўлмаганда ва ушбу соҳадан ташқари соҳаларда ўсиш имкониятлари мавжуд бўлганда муҳим ҳисобланади. Диверсификация деганда фирма учун тўғри дуч келган имкониятга ёпишиб олиш дегани эмас албатта.

Диверсификациянинг уч хил кўриниши мавжуд :

- Йўналтирилган диверсификация, яъни ўз номенклатурасини мавжуд товарларига ўхшаш товарлар билан тўлдириш. Бу мижозларнинг янги синфи дикқатини ўзига жалб қилади.
- Горизонтал диверсификация, яъни ўз ассортиментини ҳозир ишлаб чиқарилаётган буюмлар билан умуман боғланмаган, лекин мавжуд мижозларни қизиқтира оладиган товар ишлаб чиқариш.
- Конгломератив диверсификация, яъни фирма ассортиментини мавжуд ишлаб чиқариш технологияларга ҳам, мавжуд товар ва бозорларга ҳам ҳеч қандай алоқаси йўқ бўлган товарлар билан тўлдириш.

## Бизнесни институционаллаштириш шакллари

Тарихдан маълумки ҳозирда иқтисодиётда қўлланиладиган устав шакллари корхоналар учун махсус яратилмаган. Улар ўша вақтдаги давлатларда ижтимоий ва иқтисодий ғоялар жамиятга кириб келиши билан пайдо бўлган тарихий ва ижтимоий шароитларга мос равишда пайдо бўлишган. XIX асрнинг ўттизинчи йилларида Европада биринчи йирик ишлаб чиқариш корхоналари пайдо бўлганда уларни бошқариш тизими ўша пайтдаги ўз армияси ва административ аппаратига эга бўлган монархик давлат бошқариш тизимидан кўчирилган. Кейин эса республика ва демократияни нусхаловчи бошқариш шакллари пайдо бўлган. Аср охирида социализмнинг ривожланиб кетиши кооператив шакллари яратди.

Капитализм кооперация эгасига ўрта асрлар давлатларидаги суверенитет принципини киритди. Уни Иоганнес Бодинус ўзининг 1576 йида ёзилган “Республика ҳақида олти китоб” номли асарида шундай таърифлаган “Суверен (ҳукмдор) шундай одамки, у худодан бошқа ҳеч кимни ўзидан баланд ҳисобламайди”. Биринчи корхоналар асосига монарх ўз қўл

остидагиларнинг тақдирини ҳал қилиш ҳуқуқига эга ҳукмдор ва шунинг учун уларни ҳимоя қилишга мажбур принципи қўйилган. Корхона ва барча ишлаб чиқариш воситалари тадбиркорнинг мулкига айланган.

Корхоналар ўлчами унча катта бўлмаган ва ҳукмдор-капиталист корхонадаги муҳим масалаларнинг барчаси билан ўзи шуғуллана оладиган даражада бўлгунча Ғарбда авторитар капитализм ҳукм сурди. Техниканинг ривожланиши, меҳнат тақсимоти ва мутахассислашишнинг ошиб бориши капиталистнинг монархик бошқарувининг иложи йўқ бўлиб қолди ва “халқ демократияси” даражасигача демократлашиш жараёни содир бўлишига олиб келди. Унитар корхоналар ўрнига масъулияти чекланган ёпиқ жамиятлар (олигархиялар), кейин эса очик акциядорлик жамиятларининг демократив шакллари вужудга келди.

Бу структуралар доирасида ҳокимият борган сари кўпроқ даражада мулкдордан кетиб, ҳокимиятнинг технологик структурасини яратган менежментга ўта бошлади. Ўтган асрнинг охирига қараб Ғарб иқтисодиёти микро ва макро даражада институционал бўла борди.

Албатта корхоналар шакллариининг эволюцияси иқтисодиёт характерининг тез ўзгаришлари ортидан ета олмайди. Масалан, постиндустриал лойиҳалар анъанавий тижорат шакллари доирасига сиғмай қоляпти. Уларни институционаллаштириш учун борган сари нотижорат ва ҳатто жамоатчилик ташкилотлари шакллари мос бўлмоқда. Хизматларнинг бутун бошли соҳалари бугунги кунда фақат корхоналарни институционаллаштиришнинг нотижорат шаклидагина мавжуд бўлиши мумкин.

Сизнинг бизнесингиз қандай бўлишини аниқлаганингиздан, бизнес-режа ҳамда унинг аниқ лойиҳасини тузганингиздан кейин сиз бизнесингизни институционаллаштириш шаклини аниқлаб олишингиз керак бўлади. Бу дегани сиз юридик шахснинг қайддан ўтказилиш шаклини ва уни қаерда қайддан ўтказишни танлашингиз керак бўлади.

Одатда сизнинг маҳсулотингиз ишлаб чиқариладиган жойни назорат қиладиган ерда рўйхатдан ўтилади. Лекин бу фақат сиз индустриал ишлаб чиқариш билан шуғуллансангизгина шундай бўлиши керак. Постиндустриал компания учун сизнинг энг кўп мижозларингиз яшайдиган ҳудудни танлаганингиз маъқул. Лекин бугунги кунда бундан муҳимроқ критерий ўртага чиқмоқда. У ҳам бўлса сиз ўз бизнесингизни қайддан ўтказмоқчи қилмоқчи бўлган ҳудуднинг институционал муҳитидир. Масалан, Ўзбекистоннинг ўзининг ичида ҳам ҳозирнинг ўзида иккита иқтисодий ҳудуд ташкил қилинган. Булар Навоий ва Ангрен иқтисодий ҳудудларидир. Бизнесингизни ушбу ҳудудларда ташкил қилишингиз сизга солиқлардан анчагина фойда кўришингизга сабаб бўлади.

## Ўзбекистонда бизнеснинг ташкилий шакллари

Бугунги кунда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик иқтисодиёт ва жамият ривожини учун муҳим аҳамият касб этади. Тадбиркорлик фаолияти субъектлари (тадбиркорлик субъектлари) белгиланган тартибда рўйхатдан ўтган ҳамда тадбиркорлик фаолиятини амалга ошираётган юридик ва жисмоний шахслардан иборат. Тадбиркорлик субъектларини турли белгиларга кўра таснифланиши мумкин, масалан, мулк шаклига кўра акциядорлик, хусусий корхона, ёки ишчи сонига қараб, яқка тартибдаги тадбиркор, микро фирма, кичик корхона бўлиши мумкин.

Ўзбекистон юридик ва жисмоний шахслар аниқ бўлинади.

Биринчи марта кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларининг таснифлаши **"Тадбиркорлик фаолияти эркинлигининг кафолатлари тўғрисидаги"** қонунида белгилаб берилган. Ушбу қонуннинг 5 моддасига кўра, Ўзбекистонда кичик тадбиркорлик субъектлари қуйидагилардир:

- **яқка тартибдаги тадбиркорлар;**
- ишлаб чиқариш тармоқларидаги, банд бўлган ходимларининг ўртача йиллик сони кўпи билан йигирма киши, хизмат кўрсатиш соҳасидаги ва бошқа ноишлаб чиқариш тармоқларидаги, банд бўлган ходимларининг ўртача йиллик сони кўпи билан ўн киши, улгуржи ва чакана савдо ҳамда умумий овқатланиш тармоқларидаги, банд бўлган ходимларининг ўртача йиллик сони кўпи билан беш киши бўлган **микрофирмалар:**
- қуйидаги тармоқлардаги:
  - енгил ва озиқ-овқат саноатидаги, металлга ишлов бериш ва асбобсозлик, ёғочсозлик, мебель саноати ҳамда қурилиш материаллари саноатидаги, банд бўлган ходимларининг ўртача йиллик сони кўпи билан юз киши;
  - машинасозлик, металлургия, ёқилғи-энергетика ва кимё саноати, қишлоқ хўжалик маҳсулотларини ишлаб чиқариш ва қайта ишлаш, қурилиш ҳамда бошқа саноат-ишлаб чиқариш соҳаларидаги, банд бўлган ходимларининг ўртача йиллик сони кўпи билан эллик киши;
  - фан, илмий хизмат кўрсатиш, транспорт, алоқа, хизмат кўрсатиш соҳалари (суғурта компанияларидан ташқари), савдо ва умумий овқатланиш ҳамда бошқа ноишлаб чиқариш соҳаларидаги, банд бўлган ходимларининг ўртача йиллик сони кўпи билан йигирма беш киши бўлган кичик корхоналар.
- Кичик тадбиркорлик субъектлари ходимларининг ўртача йиллик сони қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда аниқланади. Бунда унитар (шўъба) корхоналарда, филиалларда ва ваколатхоналарда ишловчиларнинг сони ҳам ҳисобга олинади.

Фаолиятнинг бир неча турини амалга оширувчи (кўп тармоқли) юридик ва жисмоний шахслар йиллик айланма ҳажмида улуши энг кўп бўлган фаолият тури мезонлари бўйича кичик тадбиркорлик субъектларига киради.

- Кичик тадбиркорлик субъектлари учун қонун ҳужжатларида назарда тутилган имтиёзлар, кафолатлар ва ҳуқуқлар юқорида санабўтилган



тижоратташкилотларига

улартомониданваколатлиташкилотларга(давлатсолик,божхонахизматиорг  
анлари, давлат статистика органлари, банклар ва бошқаларга) имтиёзлар,  
кафолатлар ва ҳуқуқлар хусусиятидан келиб чиқиб, кичик тадбиркорлик  
субъектлари эканлиги ҳақида хабарнома тақдим этган ҳолда қилинган  
муружаатлар асосида берилади. Хабарноманинг тўғрилиги учун  
жавобгарлик хабарномани тақдим этган субъектлар зиммасига  
юклатилади. Микрофирма ва кичик корхона ходимларнинг белгиланган  
ўртача йиллик сонини ошириб юборган тақдирда, ошириб юборишга йўл  
қўйилган давр учун ва кейинги уч ойга улар қонун ҳужжатларида назарда  
тутилган имтиёзлар, кафолатлар ва ҳуқуқлардан маҳрум этилади. Ушбу  
қоида қуйидаги ҳолларда татбиқ этилмайди:

- микрофирма ва кичик корхона Ўзбекистон Республикаси касб-хунар  
коллежлари, академик лицейларининг ҳамда олий таълим  
муассасаларининг битирувчилари билан меҳнат шартномалари тузганда,  
банд бўлган ходимларнинг белгиланган ўртача йиллик сони кўпи билан 20  
фоиз оширилганда. Ходимлар сонининг оширилишига Ўзбекистон  
Республикаси касб-хунар коллежлари, академик лицейлари ва олий таълим  
муассасалари битирувчиларининг ўқишни тугаллаган кунидан бошлаб уч  
йилдан ортиқ вақт ўтмаган тақдирда йўл қўйилади;
- кичик корхона ўз уйида ишлаётган фуқаролар (касаначилар) билан меҳнат  
шартномалари тузганда, банд бўлган ходимларнинг белгиланган ўртача  
йиллик сони кўпи билан 30 фоиз оширилганда.

**Қонуннинг 6 моддасида якка тартибдаги тадбиркорликка  
қуйидагича тушунча берилган:**

- Якка тартибдаги тадбиркорлик - юридик шахс ташкил этмаган ҳолда  
жисмоний шахс (якка тартибдаги тадбиркор) томонидан тадбиркорлик  
фаолиятининг амалга оширилиши.
- Якка тартибдаги тадбиркорлик якка тартибдаги тадбиркор томонидан  
ходимларни ёллаш ҳуқуқисиз, мулк ҳуқуқи асосида ўзига тегишли бўлган  
мол-мулк негизида, шунингдек мол-мулкка эгалик қилиш ва (ёки) ундан  
фойдаланишга йўл қўядиган ўзга ашёвий ҳуқуқ туфайли ўзига тегишли  
бўлган мол-мулк негизида мустақил равишда амалга оширилади.
- Якка тартибдаги тадбиркорликни амалга ошириш учун эр-хотиндан бири  
эр-хотиннинг умумий биргаликдаги мол-мулкидан фойдаланадиган  
ҳолларда, агар қонунларда, никоҳ шартномасида ёки эр-хотин ўртасидаги  
ўзга келишувда бошқача қоида назарда тутилган бўлмаса, эрнинг  
(хотиннинг) розилиги талаб қилинади.

Тадбиркорлик фаолиятини юридик шахс тузиш орқали олиб борса ҳам  
бўлади. Тадбиркорлик субъекти юридик шахс мақоми билан, хўжалик  
ширкати ва жамияти, ишлаб чиқариш кооперативи, хусусий корхона,  
масъулияти чекланган ёки қўшимча масъулиятли жамият, унитар корхона,  
очиқ ёки ёпиқ турдаги акциядорлик жамияти, шунингдек, бошқа ташкилий-  
ҳуқуқий шаклларда тузилиши мумкин.

Ўзбекистонда мулк шаклига кўра юридик шахслар қуйидаги асосий ташкилий-ҳуқуқий шаклларда тузилади:

- Хусусий корхона;
- Масъулияти чекланган жамият;
  - Акциядорлар жамияти (очик ва ёпик)
  - Ишлаб чиқариш кооперативи
- Нодавлат нотижорат ташкилот
- Шўъба хўжалик жамияти
- Унитар корхона
- Деҳқон хўжалиги
- Фермер хўжалиги

Ташкилий-ҳуқуқий шаклларнинг ҳар бири ўз хусусиятларига эга.

### **Хусусий корхона**

"Хусусий корхона тўғрисида" Ўзбекистон Республикасининг Қонунига мувофиқ мулкдор ягона жисмоний шахс томонидан тузилган ва бошқариладиган тижоратчи ташкилот **хусусий корхона** деб эътироф этилади.

· Хусусий корхона ўз мулкида алоҳида мол-мулкка эга бўлади, ўз номидан мулкий ва шахсий номулкий ҳуқуқларга эга бўлиши ҳамда уларни амалга ошириши, мажбуриятларни бажариши, судда даъвогар ва жавобгар бўлиши мумкин.

· Хусусий корхона ўз мажбуриятлари бўйича ўзига қарашли бутун мол-мулк билан жавоб беради.

Хусусий корхона мулкдори корхонанинг мол-мулки етарли бўлмаган тақдирда хусусий корхонанинг мажбуриятлари бўйича ўзига қарашли мол-мулк билан қонун ҳужжатларига мувофиқ субсидиар жавобгар бўлади.

Юридик шахсларнинг фаолияти фуқаролик кодекси ва уларнинг ҳар бири ҳақидаги алоҳида қонунлар билан тартибга солинади. Булар: Акциядорлик жамиятлари ва акциядорларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида қонун, масъулияти чекланган ҳамда кўшимча масъулиятли жамиятлар тўғрисида қонун, қишлоқ хўжалиги кооперативи (ширкат хўжалиги) тўғрисида қонун, фермер хўжалиги тўғрисида қонун, кооперация тўғрисида, хўжалик ширкатлари тўғрисида қонун, нодавлат нотижорат ташкилотлар ҳақидаги қонунлардир. Фуқаролик кодексига биноан юридик шахс деб хўжалигида, оператив бошқарувида ва ўзининг алоҳида мол-мулки бўлган, ўз мажбуриятларига ушбу мулк билан жавобгар бўлган, ўз номидан мулкни сотиб олиш, мулкий ва номулкий ҳуқуқларга эга бўлган, жавобгарликка эга бўлган, судда даъвогар ва жавобгар бўла оладиган ташкилотга айтилади. Юридик шахслар мустақил баланс ва сметага эга бўлиши керак.

Юридик шахс адлия органларида давлат рўйхатидан ўтган вақтдан бошлаб ташкил қилинган ҳисобланади. Тадбиркорлик фаолияти билан

шуғулланиш ҳуқуқига эга бўлган тижорат ва нотижорат ташкилотлар регистратсион палаталарда рўйхатдан ўтишади.

Уставида тадбиркорлик фаолияти олиб бориш кўзда тутилмаган нотижорат ташкилотлари адлия бошқармасида рўйхатдан ўтади.

Таъсисчилар шўба корхоналари ва ташкилотларининг мулкига эгалик ҳуқуқига эгалар. Жамоатчилик ва диний ташкилотлар, хайрия фондлари, ассоциациялар ва бирлашмаларнинг мулкига унинг таъсисчиларининг ҳеч қандай эгалик ҳуқуқи йўқ.

Ўзбекистон ташкилотлар тижорат ва нотижорат ташкилотларга бўлинади. Тижорат ташкилотининг асосий белгиси унинг фаолиятидан фойда олишни кўзлашидир.

Нотижорат ташкилотлар эса фойда олишни мақсад қилишлари мумкин эмас ва олинган даромадни қатнашчилар орасида тақсимлай олмайдилар.

Тижорат ташкилотлари акциядорлик жамиятлари (очиқ ва ёпик), масъулияти чекланган жамият, тўлиқ ўртоқлик ва ишонч бўйича ширкат (коммандит ширкат), ишлаб чиқариш кооперативлари, давлат унитар корхоналари шаклида ташкил қилиниши мумкин.

Нотижорат ташкилотлар бўлган юридик шахслар истеъмолчилар кооперативлари, ташкилотнинг эгаси томонидан молияланадиган жамоатчилик ва диний ташкилотлар (бирлашмалар), хайрия ва бошқа фондлар, нодавлат нотижорат ташкилотлар шаклида ташкил қилиниши мумкин. Шунингдек нотижорат ташкилотлар юридик шахсларнинг ассоциациялари ва бирлашмалари тарзида ҳам ташкил қилиниши мумкин.

Назарий жиҳатдан Ўзбекистон Республикаси фуқаролик кодекси ташкилотларни тижорат ва нотижорат ташкилотларга ажратган. Лекин амалда нотижорат ташкилотлар тижорат ташкилотлари шуғулланган фаолиятлар билан шуғулланишлари мумкин.

Ягона чекланиш тадбиркорлик фаолиятининг ташкилот мақсадларига мос келишидир. Буни эса амалда турлича изоҳлаш мумкин.

Бизнесни юритиш шаклини танлаётиб тижорат ташкилотлари қонун билан таъқиқланмаган хоҳлаган бир тадбиркорлик тури билан шуғулланиши мумкинлиги, нотижорат ташкилотлари эса фақат унинг таъсис ҳужжатларида кўрсатилган фаолият тури билангина шуғулланиши мумкинлигини эсдан чиқармаслик керак. Бу чегараланишни уставда ташкилот ўз мақсадларини амалга ошириш учун “қонун билан таъқиқланмаган бошқа фаолият турлари билан шуғулланиши мумкин” лигини кўрсатиб, айланиб ўтиш мумкин.

Бизнесни юритишнинг шаклларида яна биттаси индивидуал меҳнат фаолиятидир. Якка тадбиркор жисмоний шахснинг тадбиркор сифатида рўйхатдан ўтганлиги ҳақидаги гувоҳномани олиши керак.

### **Акциядорлик жамияти (АЖ)**

Акциядорлик жамияти деб устав капитали маълум сондаги акцияларга ажратилган, акциядорлик жамияти қатнашчилари (акциядорлар) уларга тегишли акциялар қиймати доирасида жамиятнинг фаолияти билан боғлиқ

зарарлар кўриш таваккалчилигини қилувчи, жамиятнинг мажбуриятлари учун жавоб бермайдиган жамият тушунилади. Очiq акциядорлик жамиятларида акциядорлар акциялари билан бошқа акциядорларнинг розилигисиз келишувларни амалга оширишлари мумкин. Ёпиқ акциядорлик жамиятида акциялар олдиндан белгиланган шахслар ёки таъсисчилар орасида тақсимланади.

Акциядорлик жамияти битта шахс томонидан ташкил қилиниши ёки битта шахсдан иборат бўлиши ҳам мумкин.

Акциядорлик жамиятининг таъсис хужжати устав бўлади. Уставда куйидаги маълумотлар кўрсатилиши керак: жамиятнинг тўлиқ ва қисқартирилган фирма номи, унинг адреси, жамиятнинг тури – очiq ёки ёпиқ, жамият чиқарадиган акцияларининг сони, номинал қиймати, категориялари (одиий, имтиёзли), имтиёзли акцияларнинг типлари, ҳар битта категория ва типдаги акциялар эгаларининг ҳуқуқлари, жамиятнинг устав капитали миқдори, жамиятни бошқариш органлари структураси ва компетенцияси, улар томонидан қарорлар қабул қилиш тартиби, акциядорларнинг умумий йиғилишини чақириш ва ўтказиш тартиби, жумладан катта кўпчилик ёки бир овоздан қабул қилиниши керак бўлган қарорлар қабул қилиниши керак бўлган масалалар рўйхати, жамиятнинг филиаллари ва ваколатхоналари ҳақидаги маълумотлар, ёпиқ жамиятларда акцияларни сотиб олиш тартиби ва муддатлари, резерв фонднинг ўлчами.

Акциядорлик жамиятининг устав капитали акциядорлар томонидан сотиб олинган жамият акцияларининг номинал қийматидан иборат бўлади. Акциядорлик жамиятини таъсис қилишда унинг барча акциялари таъсисчилар орасида тақсимланиши шарт.

Очiq акциядорлик жамиятлари учун устав капиталининг минимал ўлчами қонун томонидан белгиланган меҳнатга ҳақ тўлашнинг минимал ўлчамининг минг баробари суммасида, ёпиқ АЖларда эса минимал ойликнинг 100 баробари суммасида белгиланган.

Очiq ва ёпиқ АЖларнинг фаолиятидаги энг ёқимсиз нарса – бу акциялар эмиссияларини регистрация қилиш зарурлигидир. Бу ортиқча чиқимлар ва ортиқча ҳаракатларга сабаб бўлади.

Акциядорлик жамиятнинг олий бошқарув органи унинг акциядорлари йиғилишидир.

Агар акциядорлар сони 30 тадан ортса, кузатув кенгаши тузиш керак. Жамиятнинг ижроия органи коллегиял (бошқарув, дирекция) ёки ягона шахс (директор, бош директор) бўлиши ҳам мумкин. У жамиятнинг жорий фаолиятига раҳбарлик қилади ва директорлар кенгашига ҳамда акциядорларнинг умумий йиғилишига ҳисобот беради. Уставда ҳамма бошқарув органларининг компетенциясини аниқ кўрсатиш керак.

Очiq АЖ ҳар йили йиллик ҳисобот, бухгалтерлик баланси, фойда ва зарарлар ҳисоботини очiq эълон қилиши керак. Қимматли қоғозларни чиқарадиган бўлса, АЖ уларнинг параметрларини эълон қилиши шарт.

## **Масъулияти чекланган жамият (МЧЖ)**

Масъулияти чекланган жамият деб бир ёки бир нечта шахслар томонидан таъсис этилган, устав капитали таъсис хужжатларида кўрсатилган тарзда улушларга бўлинган жамиятга айтилади. МЧЖ аъзолари унинг мажбуриятларига жавобгар эмаслар, жамиятнинг фаолияти билан боғлиқ зарарлар учун ўзларининг улушлари доирасида таваккал қиладилар. Жамият аъзолари 50 тадан ортиқ бўлиши мумкин эмас. Агар иштирокчилар сони бундан ортиб кетса, бир йил ичида уни акциядорлик жамияти ёки ишлаб чиқариш кооперативи деб қайта тузилиши керак.

МЧЖнинг таъсис хужжатлари унинг таъсисчилари томонидан имзоланган таъсис шартномаси ва улар томонидан таъсис қилинган уставдир. Агар жамият битта шахс томонидан таъсис қилинса, унинг таъсис хужжати устав бўлади.

МЧЖнинг устав капитали минимал ойликнинг 40 баробаридан кам бўлиши мумкин эмас. Қайдан ўтказиш вақтида устав капиталининг камида 30 фоизини тўлаш керак. Қолган қисми эса жамият фаолиятининг биринчи йили давомида тўланиши керак.

МЧЖнинг олий бошқарув органи унинг аъзоларининг умумий йиғилишидир. Ижроия органи (коллегиал ёки ягона шахс) унинг фаолияти бўйича жорий раҳбарликни амалга оширади ва унинг аъзоларининг умумий йиғилишига ҳисобот беради. Жамиятнинг директори унинг аъзоларидан биттаси бўлмаслиги ҳам мумкин. Жамиятнинг бошқариш органларининг компетенцияси ва улар томонидан қарорлар қабул қилиш тартиби жамият уставида кўрсатилади.

### **Қўшимча масъулиятли жамият**

Бир ёки бир неча шахс томонидан таъсис этилган, устав фонди (устав капитали) таъсис хужжатлари билан белгиланган миқдорлардаги улушларга бўлинган хўжалик жамияти қўшимча масъулиятли жамият деб ҳисобланади. Бундай жамиятнинг иштирокчилари жамият мажбуриятлари бўйича ўзига тегишли мол-мулклари билан ҳамма учун бир хил бўлган ва қўшган ҳиссалари қийматига нисбатан жамиятнинг таъсис хужжатларида белгиланадиган қаррали миқдорда солидар тарзда субсидиар жавобгар бўладилар. Аъзолардан биттаси банкрот бўлганда жамиятнинг мажбуриятлари бўйича унинг жавобгарлиги бошқа аъзоларга уларнинг улушларига пропорционал равишда тақсимланади. Ташкил қилиш ва фаолият олиб боришининг бошқа жиҳатлари МЧЖ га ўхшашдир.

### **Ишлаб чиқариш кооперативи**

Ишлаб чиқариш кооперативи (артель) деб фуқароларнинг уларнинг шахсий меҳнат ва бошқа турдаги иштирокидаги биргаликда ишлаб чиқариш ва бошқа хўжалик фаолиятини олиб бориш учун ўз ихтиёрлари билан бирлашуви ҳамда унинг аъзолари (қатнашчилари) нинг мулкий улуш

взносларини бирлаштиришига айтилади. Ишлаб чиқариш кооперативининг таъсис хужжатларида унинг фаолиятида юридик шахсларнинг иштирок қилиши кўзда тутилиши мумкин. Ишлаб чиқариш кооперативи тижорат ташкилоти ҳисобланади.

Ишлаб чиқариш кооперативининг аъзолари кооператив мажбуриятлари юзасидан субсидар жавобгарликка эгалар. Бу дегани кооператив аъзолари, агар кооперативнинг қарзларни узиш учун маблағи бўлмаса, унинг қарзлари учун ўз мол-мулклари билан жавобгар деганидир. Жавобгарлик ўлчами ва тартиби кооператив уставида кўрсатилиши керак.

Кооператив фақат унинг таъсисчиларининг қарори билан ташкил қилинади. Кооператив аъзолари бўлган фуқароларнинг сони уч кишидан кам бўлмаслиги, матлубот кооперативида (жамиятида) эса етти кишидан кам бўлмаслиги керак.

Ишлаб чиқариш кооперативининг таъсис хужжати унинг аъзоларининг умумий йиғилиши томонидан тасдиқланган устав бўлади. Кооператив уставида кооперативнинг фирма номи, унинг жойлашган жойи, кооператив аъзоларининг улуш взносларининг таркиби ва тартиби кўрсатилиши керак. кўрсатилган взносларни киритиш мажбуриятининг бузилишидаги жавобгарлик ва бошқа маълумотлар ишлаб чиқариш кооперативлари ҳақидаги қонунда кўрсатилган.

Кооперативнинг мулки кооператив устави асосида унинг аъзолари улушларига бўлинади. Улуш кооператив аъзосининг улуш взноси ва кооперативнинг тоза активларининг тегишли қисмидан (бўлинмас фонддан ташқари) иборат бўлади. Кооператив уставида унинг мулкининг маълум қисми устав мақсадларида ишлатиш учун бўлинмас фонд бўлишини кўрсатиш мумкин.

Кооператив аъзоси кооперативни давлат регистрациясидан ўтказилиш вақтида улушининг 30 фоизидан кам бўлмаган қисмини тўлаган бўлиши керак. Улуш взносининг қолган қисми кооператив регистрациядан ўтказилгандан кейин бир йил ичида тўланиши керак.

Кооперативнинг олий бошқарув органи унинг аъзоларининг умумий йиғилишидир.

Кооперативнинг ижроия органи бошқарув ёки раис бўлиши мумкин. Улар кооперативнинг жорий бошқарувини амалга оширишади ва кузатув кенгаши ҳамда аъзоларнинг умумий йиғилишига ҳисоб беришади. Кузатув кенгаши, кооператив бошқаруви ва унинг раиси фақат кооператив аъзоси бўлиши мумкин.

### **Нодавлат нотижорат ташкилот**

Нодавлат нотижорат ташкилоти — жисмоний ва (ёки) юридик шахслар томонидан ихтиёрийлик асосида ташкил этилган, даромад (фойда) олишни ўз фаолиятининг асосий мақсади қилиб олмаган ҳамда олинган даромадларни (фойдани) ўз қатнашчилари (аъзолари) ўртасида тақсимламайдиган ўзини ўзи бошқариш ташкилотидир.

Нодавлат нотижорат ташкилоти жисмоний ва юридик шахсларнинг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларини, бошқа демократик қадриятларни ҳимоя қилиш, ижтимоий, маданий ва маърифий мақсадларга эришиш, маънавий ва бошқа номоддий эҳтиёжларни қондириш, хайрия фаолиятини амалга ошириш учун ҳамда бошқа ижтимоий фойдали мақсадларда тузилади.

Нодавлат нотижорат ташкилотлари жамоат бирлашмаси, ижтимоий фонд, муассаса шаклида, шунингдек қонунларда назарда тутилган бошқа шаклда ташкил этилиши мумкин.

### **Жамоат бирлашмаси**

Маънавий ёки бошқа номоддий эҳтиёжларни қондириш учун ўз манфаатларининг муштараклиги асосида қонунда белгиланган тартибда бирлашган фуқароларнинг ихтиёрий бирлашмаси жамоат бирлашмаси деб эътироф этилади.

Жамоат бирлашмаси қатнашчилари мазкур бирлашмага мулк қилиб берган мол-мулкларига, шу жумладан аъзолик бадалларига бўлган ҳуқуқларини сақлаб қолмайдилар. Улар аъзо сифатида қатнашаётган жамоат бирлашмасининг мажбуриятлари бўйича жавоб бермайдилар, мазкур бирлашма эса ўз аъзоларининг мажбуриятлари бўйича жавоб бермайди.

### **Жамоат фонди**

Жисмоний ва (ёки) юридик шахслар томонидан ихтиёрий мулкий бадаллар қўшиш асосида ташкил этилган, хайрия, ижтимоий, маданий, маърифий ёки бошқа ижтимоий фойдали мақсадларни кўзлайдиган, аъзолиги бўлмаган нодавлат нотижорат ташкилоти жамоат фонди деб эътироф этилади.

Жамоат фондига унинг муассислари (муассиси) ёки васият қилувчи томонидан ўтказилган мол-мулк фонднинг мулкидир. Фонд муассислари (муассиси) ёки фонд васиятнома бўйича ташкил этилганида васиятномани ижро этувчи фонднинг мажбуриятлари бўйича жавоб бермайди, фонд эса муассисларнинг (муассиснинг) ёки васиятномани ижро этувчининг мажбуриятлари бўйича жавоб бермайди.

Жамоат фондининг мол-мулкидан фонд уставига белгиланган мақсад ва вазифаларни амалга ошириш ҳамда маъмурий харажатларни қоплаш учун фойдаланилади.

Жамоат фонди ҳар йили ўз фаолияти тўғрисида ҳисобот эълон қилиб бориши шарт.

### **Муассаса**

Ижтимоий, маданий ва бошқа нотижорат тусдаги вазифаларни амалга ошириш учун жисмоний ва (ёки) юридик шахслар томонидан тузилган нодавлат нотижорат ташкилоти муассаса деб эътироф этилади.

### **Халқаро нодавлат нотижорат ташкилоти**

Ўз уставига ва Ўзбекистон Республикасининг қонун ҳужжатларига мувофиқ Ўзбекистон Республикаси ҳудудида ҳамда битта ёки ундан кўпроқ чет эл давлати ҳудудида фаолият олиб бориши мумкин бўлган халқаро ташкилот халқаро нодавлат нотижорат ташкилоти деб ҳисобланади.

ННТнинг таъсис хужжати уставдир (агар у уюшма бўлса, таъсис шартномаси ва устав бўлади).

Нодавлат нотижорат ташкилотининг уставида қуйидагилар назарда тутилади: нодавлат нотижорат ташкилотининг номи, мақсад ва вазифалари, унинг ташкилий-ҳуқуқий шакли, у ўз фаолиятини амалга оширадиган ҳудуд; нодавлат нотижорат ташкилотининг тузилмаси ва раҳбар органлари, заруратга қараб унинг назорат-тафтиш органлари (ижтимоий фондлар учун — мажбурий) ёки аудиторларни (аудиторлик фирмаларини) жалб этишнинг мажбурийлиги; раҳбар органларнинг ваколат доираси ва уларни шакллантириш тартиби, уларнинг ваколат муддатлари, доимий асосда ишлайдиган раҳбар орган жойлашган ер; аъзолик белгиланган бирлашмалар учун — аъзо бўлиш ва аъзолқдан маҳрум бўлиш шартлари ва тартиби, аъзоларнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари; пул маблағлари ва бошқа мол-мулкни шакллантириш манбалари, нодавлат нотижорат ташкилоти ҳамда унинг таркибий бўлинмаларининг мол-мулкни бошқариш борасидаги ҳуқуқлари; қайта ташкил қилиш ва тугатиш тартиби; уставга ўзгартиришлар ва қўшимчалар киритиш тартиби.

Нодавлат нотижорат ташкилотининг уставида унинг рамзий белгилари тавсифи бўлиши мумкин.

Уставда нодавлат нотижорат ташкилотининг фаолиятига тааллуқли, қонун ҳужжатларига зид бўлмаган бошқа қоидалар ҳам назарда тутилиши мумкин.

Агар қонун ҳужжатларида бошқача қоида белгиланган бўлмаса, ўн саккиз ёшга тўлган жисмоний шахслар, шунингдек юридик шахсларнодавлат нотижорат ташкилотининг муассислари, қатнашчилари (аъзолари) бўлиши мумкин.

Ёшларнинг нодавлат нотижорат ташкилотига ўн тўрт ёшга тўлган шахслар, болаларнинг нодавлат нотижорат ташкилотига эса ўн ёшга тўлган шахслар аъзо бўлиши мумкин.

Нодавлат нотижорат ташкилотининг мол-мулкни шакллантириш манбалари қуйидагилардан иборат бўлиши мумкин: кириш ва аъзолик бадаллари, агар улар уставда назарда тутилган бўлса; муассислардан, қатнашчилардан (аъзолардан) бир маротаба ва мунтазам равишда келадиган тушумлар; ихтиёрий мулкӣ бадаллар ва эҳсонлар; тадбиркорлик фаолиятдан олинган, фақат устав мақсадлари учун ишлатиладиган даромадлар (фойда); қонунларда тақиқланмаган бошқа тушумлар.

Нодавлат нотижорат ташкилоти қонун билан тақиқланмаган ҳамда ўзининг таъсис ҳужжатларида назарда тутилган мақсадларга мувофиқ бўлган фаолиятнинг ҳар қандай турини амалга ошириши мумкин.

Нодавлат нотижорат ташкилоти қонун ҳужжатларига мувофиқ ўз устав мақсадларига мос келадиган доираларда тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланиши мумкин.

Нодавлат нотижорат ташкилоти ўз мажбуриятлари юзасидан қонунларга мувофиқ ундириш қаратилиши мумкин бўлган мол-мулки билан жавоб беради.



Нотижорат шаклларнинг тижорат шаклларида умумий устунлиги нотижорат ташкилотларида пулларнинг бир қисмини хайрия, аъзолик бадали ва бошқа тушумлар тарзида, қолган қисмини эса тадбиркорлик фаолияти натижасида олиш мумкинлигидадир. Лекин нотижорат ташкилотлари тадбиркорлик фаолияти юргизмаётган пайтдагина солиқ бўйича имтиёзларга эга бўлишади. Шунинг учун ҳам бу ерда тижорат операцияларини амалга оширишга эҳтиёткорлик билан ёндашиш керак бўлади.

### **Шўъба хўжалик жамияти**

Агар бир (асосий) хўжалик жамияти ёки ширкати иккинчи хўжалик жамиятининг устав фондида ундан устунлик мавқеига эга бўлган ҳолда иштирок этиши туфайли ёхуд улар ўртасида тузилган шартномага мувофиқ, ё бўлмаса бошқача тарзда иккинчи хўжалик жамияти томонидан қабул қилинадиган қарорларни белгилаб бериш имконига эга бўлса, ушбу иккинчи хўжалик жамияти **шўъба хўжалик жамияти** ҳисобланади.

### **Унитар корхона**

Ўзига бириктириб қўйилган мол-мулкка нисбатан мулкдор томонидан мулк ҳуқуқи берилмаган тижоратчи ташкилотунитар **корхона** ҳисобланади. Унитар корхонанинг мол-мулки бўлинмасдир ва у қўшилган ҳиссалар (улушлар, пайлар) бўйича, шу жумладан корхона ходимлари ўртасида ҳам, тақсимланиши мумкин эмас.

### **Дехқон хўжалиги**

**Дехқон хўжалиги тўғрисида Ўзбекистон Республикасининг N 604-1 Қонунига** мувофиқ **деҳқон хўжалиги** оилавий майда товар хўжалиги бўлиб, оила аъзоларининг шахсий меҳнати асосида, мерос қилиб қолдириладиган умрбод эгалик қилиш учун оила бошлиғига берилган томорқа ер участкасида кишлоқ хўжалиги маҳсулоти етиштиради ва реализация қилади.

Дехқон хўжалигидаги фаолият тадбиркорлик фаолияти жумласига қиради, ҳамда деҳқон хўжалиги аъзоларининг истагига кўра юридик шахс ташкил этган ҳолда ва юридик шахс ташкил этмасдан амалга оширилиши мумкин.

Дехқон хўжалиги ўз фаолиятида ёлланма меҳнатдан доимий асосда фойдаланиши мумкин эмас.

Қонунга кўра **деҳқон хўжалиги** аъзолари жумласига биргаликда яшаётган ва деҳқон хўжалигини биргаликда юритаётган оила бошлиғи, унинг хотини (эри), болалари, шу жумладан фарзандликка олинган болалари, тарбияга олган болалари, ота-оналари, меҳнатга қобилиятли ёшга етган бошқа қариндошлари қиради.

Дехқон хўжалиги бошлиғи юридик ва жисмоний шахслар билан ўзаро муносабатларда деҳқон хўжалиги номидан шу хўжалик бошлиғи иш қўради.

Дехқон хўжалиги бошлиғи қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда ер участкасига мерос қилиб қолдириладиган умрбод эгалик қилиш ҳуқуқи берилган оила бошлиғи ёки оиланинг муомалага лаёқатли аъзоларидан биридир.

Дехқон хўжалигининг бошлиғи вақтинча меҳнат қобилиятини йўқотган тақдирда ёки узоқ вақт бўлмаганда у ўз мажбуриятларини бажариш ваколатини шу хўжалик аъзоларидан бирига беришга ҳақлидир.

**Қонунинг 5-чи моддасига мувофиқ дехқон хўжалигини ташкил этиш тартиби қўйидагилардан иборат:**

Дехқон хўжалиги ихтиёрийлик асосида тузилади ҳамда фуқарога белгиланган тартибда ер участкаси берилганидан ва дехқон хўжалиги давлат рўйхатига олинганидан кейин ташкил этилган ҳисобланади.

Дехқон хўжалиги қишлоқ хўжалигига мўлжалланган ерларда ва дарахтлар билан қопланмаган ўрмон фонди ерларида, шунингдек захира ерларда ташкил этилади.

Дехқон хўжалигини юритиш учун ер участкасини олишга муҳтож бўлган фуқаролар яшаш жойидаги туман (шаҳар) хокимига оиласининг таркибини ва ер участкасининг мўлжалланган жойини кўрсатган ҳолда ариза беради.

Туман (шаҳар) хокими ер участкаларини бериш (реализация қилиш) масалаларини кўриб чиқувчи комиссиянинг ҳулосаси асосида дехқон хўжалигини юритиш учун фуқароларга ер участкалари бериш тўғрисида қарор қабул қилади ёки аризачига ер участкаси бериш бўйича асослантирилган рад жавобини юборади.

Туман (шаҳар) хокимининг ер участкаси беришни рад этиш тўғрисидаги қарори устидан судга ёки бўйсунув тартибида юқори турувчи органга, мансабдор шахсга шикоят қилиниши мумкин.

**Дехқон хўжалигини давлат рўйхатига олиш** қонунинг 6 моддасида кўрсатилган. Унга мувофиқ дехқон хўжалигини давлат рўйхатига олиш қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда амалга оширилади. Дехқон хўжалигига ер участкасига умрбод эгалик қилиш ҳуқуқини берувчи давлат ҳужжати ҳамда давлат рўйхатидан ўтказилганлик тўғрисидаги белгиланган намунадаги гувоҳнома берилади.

Агар давлат рўйхатига олиш белгиланган муддатда амалга оширилмаган ёки дехқон хўжалиги бошлиғи асоссиз деб ҳисоблайдиган сабабларга кўра рад этилган бўлса, хўжалик бошлиғи судга мурожаат қилиши мумкин.

Фуқаролар ўзини ўзи бошқариш органлари ҳар бир дехқон хўжалигини хўжалик китобига киритиб, унда дехқон хўжалигининг таркиби, хўжалик бошлиғи ёхуд унинг вазифасини бажарувчи шахс, шунингдек хўжаликнинг ташкилий-ҳуқуқий шакли (юридик шахс ташкил этган ҳолда ёки юридик шахс ташкил этмасдан) тўғрисидаги маълумотларни қайд этиб қўяди.

Дехқон хўжаликларини давлат рўйхатидан ўтказганлик учун давлат божи ундирилмайди.

## Фермер хўжалиги

**«Фермер хўжалиги тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Қонунига мувофиқ Фермер хўжалиги** ижарага берилган ер участкаларидан фойдаланган ҳолда қишлоқ хўжалиги товар ишлаб чиқариши билан шуғулланувчи, мустақил хўжалик юритувчи субъектдир.

**Фермер хўжалигининг бошлиғи** шу хўжаликнинг муассиси — фермердир. Ун саккиз ёшга тўлган, қишлоқ хўжалигида тегишли малака ёки иш тажрибасига эга бўлган Ўзбекистон Республикасининг фуқароси фермер бўлиши мумкин.

Бошқа юридик ва жисмоний шахслар билан муносабатларда фермер хўжалиги номидан ана шу хўжалик бошлиғи иш кўради. Фермер хўжалиги бошлиғининг ҳуқуқ ва мажбуриятларини бошқа шахсга ўтказиш тақиқланади, қонунда назарда тутилган ҳоллар бундан мустасно.

**Фермер хўжалигини ташкил этиш шартлари** қонунинг 5 моддаси белгилаб ўтилган. Унга кўра фермер хўжалиги қишлоқ хўжалигига мўлжалланган ерларда ва заҳира ерларда ташкил этилади.

Чорвачилик маҳсулоти етиштиришга ихтисослаштирилган фермер хўжалиги камида **30** шартли бош чорва моли бўлган тақдирда ташкил этилади. Фермер хўжалигига ижарага бериладиган ер участкаларининг энг кам ўлчами бир шартли бош чорва молга ҳисоблаганда Андижон, Наманган, Самарқанд, Тошкент, Фарғона ва Хоразм вилоятларидаги суғориладиган ерларда камида **0,3** гектарни, бошқа вилоятлар ва Қорақалпоғистон Республикасидаги суғориладиган ерларда камида **0,45** гектарни, суғорилмайдиган (лалмикор) ерларда эса камида **2** гектарни ташкил этади.

Дехқончилик маҳсулоти етиштиришга ихтисослаштирилган фермер хўжаликларига ижарага бериладиган ер участкаларининг энг кам ўлчами пахтачилик ва ғаллачилик учун камида **30** гектарни, боғдорчилик, ўзумчилик, сабзавотчилик ва бошқа экинларни етиштириш учун камида **5** гектарни ташкил этади.

Ер участкалари берилганда фермер хўжалиги ўз зиммасига қишлоқ хўжалик экинларининг ҳосилдорлиги (уч йил учун ўртача йиллик ҳосил ҳисобида) ернинг кадастр баҳосидан кам бўлмаслигини таъминлаш мажбуриятини олади. Бу мажбурият ер участкасини ижарага олиш шартномасида мустаҳкамлаб кўйилади.

**Фермер хўжалигини ташкил этиш тартиби** қуйидагича:

Фермер хўжалиги шу хўжалик бошлиғи томонидан ташкил этилади, у фермер хўжалигига тегишлича алоҳида мол-мулк ажратиб беради ва уставини тасдиқлайди.

Фермер хўжалиги ташкил этиш учун унинг бошлиғи белгиланган тартибда ер участкаси олиши керак.

Фермер хўжалигини давлат рўйхатига олиш. Фермер хўжалиги белгиланган тартибда давлат рўйхатига олинган пайтдан эътиборан ташкил этилган деб ҳисобланади. Фермер хўжалиги ваколатли орган томонидан давлат рўйхатига олинганидан кейин юридик шахс мақомини олади, банк

муассасасида ҳисоб-китоб варағи ва бошқа хил ҳисоб варақлар очишга, ўз номи ёзилган муҳрга эга бўлишга ҳақли.

Фермер хўжалиги ташкил этишнинг ушбу Қонунда белгиланган тартиби бузилган ёки хўжаликнинг устави қонунга мувофиқ бўлмаган тақдирда фермер хўжалигини давлат рўйхатига олиш рад этилиши мумкин.

Давлат рўйхатига олиш рад этилганлиги, шунингдек рўйхатга олиш муддатларининг бузилганлиги устидан судга шикоят қилиниши мумкин.

**Фермер хўжалигининг устави.** Фермер хўжалиги устав асосида фаолият кўрсатади. Фермер хўжалигининг намунавий устави Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан тасдиқланади.

**Қишлоқ хўжалиги кооперативлари (ширкат хўжаликлари) аъзолари томонидан фермер хўжалигини ташкил этиш хусусиятлари**

Қишлоқ хўжалиги кооперативларининг (ширкат хўжаликларининг) таркибидан чиқиш ва фермер хўжалигини мустақил юритиш истагини билдирган аъзолари Қонуннинг 11-моддасига мувофиқ ер участкасини ижарага олиш ҳуқуқига эга.

Тадбиркорлик субъектининг ташкилий-ҳуқуқий шаклини танлаш бизнеснинг тури ва унинг миқёси, шерикларнинг сони, мавжуд маблағлар миқдори ва бошқа омилларга боғлиқ.

## **КИЧИК БИЗНЕСНИ РЎЙХАТДАН ЎТКАЗИШ БОСҚИЧЛАРИ**

Тадбиркорлик фаолияти билан шуғилланишдан олдин бир нечта жараёндан ўтиш лозим. Аввалам бор давлат рўйхатидан ўтиш шарт. Бунинг учун қўйидаги босқичлардан ўтиш керак бўлади:

- Бизнес ғояни пухта таҳлил қилиш
- Иш бошлаш учун керак бўладиган ресурсларни аниқлаш
- Бизнесни юридик мақомини (шаклини) танлаш
- Ташкилотга ном танлаш ва статистика органларида ушбу номни тасдиқлатиб олиш
- Ташкилотни почта манзилини аниқлаш
- Ҳужжатларни тайёрлаш
- Юстиция органлари ёки хокимликлар ҳузуридаги Тадбиркорлик субъектларини руйхатга олиш инспекцияга мурожаат қилиш
- Мажбурий тўловларни тўлаш

### **Рўйхатга олиш қадамлари**

Тадбиркорлик субъектларини давлат рўйхатига олиш, тегишли равишда, юстиция органлари ёки туман (шаҳар)лар хокимликлари ҳузуридаги Тадбиркорлик субъектларини руйхатга олиш инспекциялари

томонидан бир вақтнинг ўзида уларни солиқ ва статистика органларида ҳисобга қўйган ҳолда амалга оширилади.

*Тадбиркорлик субъектларини юридик шахс сифатида давлат рўйхатидан ўтказиш учун тақдим этиладиган ҳужжатлар:*

1. Тадбиркорлик субъектларини юридик шахс сифатида давлат рўйхатидан ўтказиш учун рўйхатдан ўтказувчи органга ариза берувчи (таъсисчи ёки таъсисчилар томонидан Ўзбекистон Республикаси қонунчилигига мувофиқ ваколатланган шахс) ўзи келган ҳолда ёки почта алоқаси орқали мазкур Низомнинг 1-иловасида кўрсатилган шаклда ариза-хабарномани тақдим этади. Давлат рўйхатидан ўтказиш ҳақидаги ариза-хабарномага қуйидагилар илова қилинади:

2. Давлат тилидаги таъсис ҳужжатларининг белгиланган тартибда нотариал тасдиқланган икки асл нусхаси. Бунда давлат корхоналари негизида ташкил этилган акциядорлик жамиятлари учун таъсис ҳужжатларининг нотариал тасдиқланган бўлиши талаб этилмайди (юридик шахсни давлат рўйхатдан ўтказувчи органга тақдим этиладиган таъсис ҳужжатлари бўлиб устав ёки таъсис шартномаси ва устав ёки фақат таъсис шартномаси, бунда масъулияти чекланган ҳамда қўшимча масъулиятли жамиятлар учун - таъсис шартномаси ва устав, тўлиқ ва коммандит ширкатлар учун эса - фақат таъсис шартномаси, акциядорлик жамиятлари, хусусий корхоналар, фермер хўжаликлари ҳамда юридик шахс бўлган деҳқон хўжаликлари учун - фақат устав);

Давлат божининг ёки рўйхатдан ўтказиш йиғимининг белгиланган миқдори тўланганлиги ҳақидаги банк тўлов ҳужжати (деҳқон хўжаликлари, шунингдек давлат корхоналари негизида ташкил этиладиган акциядорлик жамиятларидан ташқари);

3. Бир хил ёки адаштириш даражасида ўхшаш бўлган фирма номи мавжуд эмаслиги ҳақидаги маълумотнома (интернет тармоғидаги [www.stat.uz](http://www.stat.uz) веб-сайтига кириб, фуқаро тўғридан-тўғри паспорт маълумотларини киргизган ҳолда фирма номини рўйхатдан ўтказиш);

4. Уч нусхада муҳр ва штамп эскизлари.

*Давлат рўйхатидан ўтказиш учун мазкур Низомнинг 10-бандида кўрсатилган ҳужжатларга қўшимча равишда қуйидаги ҳужжатлар тақдим этилади:*

I. Бозорлар учун - бозор ташкил қилишга ер участкаси ажратиб бериш тўғрисидаги Қорақалпоғистон Республикаси Вазирлар Кенгашининг, вилоятлар ва Тошкент шаҳар ҳокимликларининг қарори ҳамда бозорнинг устав фондига таъсис ҳужжатларида кўрсатилган миқдорнинг камида 30 фоизи киритилганлигини тасдиқловчи ҳужжат;

II. Хорижий инвестициялар иштирокидаги корхоналар ва хорижий сармоя иштирокидаги бошқа корхоналар учун:

1. Хорижий муассис туғрисида юридик шахс рўйхатдан ўтказилган жойдаги савдо реестридан олинган, агар Ўзбекистон Республикасининг халқаро шартномаларида бошқача қоида назарда тутилган бўлмаса,

Ўзбекистон Республикасининг консуллик муассасаси томонидан белгиланган тартибда легализация қилинган, булар мавжуд бўлмаган тақдирда, муассис рўйхатдан ўтказилган давлат Ташқи ишлар вазирлигида, мазкур мамлакатнинг Ўзбекистон Республикасидаги консуллик муассасасида ёки дипломатик ваколатхонасида легализация қилиниб, кейинчалик Ўзбекистон Республикаси Ташқи ишлар вазирлигининг Консуллик бошқармасида тасдиқланган кўчирма тақдим этилади. Хорижий муассис тўғрисида савдо реестридан кўчирмада хорижий юридик шахснинг номи, унинг жойлашган манзили, устав фонди миқдори, ташкилий-ҳуқуқий шакли, рўйхатдан ўтказилган санаси, фаолият кўрсатиш муддати ҳамда хорижий юридик шахс номидан имзо қўйиш ҳуқуқига эга бўлган шахс ҳақида маълумотлар кўрсатилиши керак. Ушбу кўчирма берилган пайтдан бошлаб 1 йил муддат ичида ҳақиқий ҳисобланади. Жисмоний шахс - норезидент ўз паспортининг нусхасини тақдим этади. Ушбу ҳужжатлар давлат тилига таржима қилинган, таржима белгиланган тартибда нотариал тасдиқланган ҳолда тақдим этилиши керак. Агар хорижий муассиснинг корхона (ташкилот) устав фондига улуши интеллектуал мулк бўлса, у ҳолда ариза берувчи қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда баҳоловчи томонидан тузилган баҳолаш тўғрисидаги ҳисоботни тақдим этиши керак;

2. Ҳар бир таъсисчи томонидан корхона устав фондидаги ўз улушининг 30 фоизини киритганлигини тасдиқловчи ҳужжатлар (вақтинчалик сўмлардаги ва валютадаги жамловчи ҳисоб рақамларига пул маблағлари киритилганлигини ҳақида банк маълумотномаси, мол-мулкни Ўзбекистон Республикаси ҳудудига олиб кирилганлигини тасдиқловчи божхона ҳужжати, мол-мулкни топшириш-қабул қилиш далолатномаси, киритилаётган мол-мулкка эгалик ҳуқуқини тасдиқловчи ҳужжат ва бошқалар);

III. Деҳқон хўжаликлари (юридик шахслар) ҳамда фермерхўжаликлари учун - туман хокимининг ер участкаси ажратиб бериш тўғрисидаги қарори нусхаси;

IV. Юридик шахсларни қўшиб юбориш, бўлиш, ажратиб чиқариш ёки ўзгартириш йўли билан қайта ташкил этиладиган тадбиркорлик субъектлари учун:

1. Қайта ташкил қилинаётган юридик шахсга маълум бўлган барча кредиторлар ёзма равишда хабардор этилганлигини ва оммавий ахборот воситаларида қайта ташкил этиш ҳақида ахборот эълон қилинганлигини тасдиқловчи ҳужжат;

2. Қайта ташкил этилаётган юридик шахсларнинг уларнинг барча кредиторлари ва қарздорларига, шу жумладан томонлар даъволашаётган мажбуриятларга нисбатан барча мажбуриятлари бўйича ҳуқуқий ворислик тўғрисидаги қоидалар кўрсатилган топшириш далолатномаси (қўшиб юборишда ва ўзгартиришда) ёки булиш баланси (булишда ва ажратиб чиқаришда);

3. Қайта ташкил қилинаётган юридик шахснинг рўйхатдан ўтказиш тўғрисидаги гувоҳномасининг асл нусхаси, муҳри ва штамп (юридик

шахсни кўшиб юбориш, бўлиш ва ўзгартириш йўли билан ташкил этилаётган тадбиркорлик субъектини рўйхатдан ўтказишда тақдим этилади).

4. Таъсисчилар тақдим этилган ҳужжатларнинг ҳаққонийлиги ва таъсис ҳужжатларининг Ўзбекистан Республикаси қонунчилигига мослиги учун жавобгардирлар.

## Қайддан ўтказиш

Келинг яхшиси Ўзбекистонда бизнесни институционаллаштиришни оддийгина мисол, якка тадбиркорни регистрация қилишин кўриб чиқамиз. Кейин эса сиз билан тадбиркорлик шакллари тўғрисидаги тушунчаларимизни кенгайтирамиз ва қайддан ўтиш процедуралари қандай йўлга кўйилганлигини кўриб чиқамиз.

Ўзбекистон Республикасининг Солиқ кодекси 18 моддасига кўра **якка тартибдаги тадбиркор** тадбиркорлик фаолиятини юридик шахс ташкил этмаган ҳолда, мустақил равишда, ўзига мулк ҳуқуқи асосида тегишли бўлган мол-мулк негизида, шунингдек мол-мулкка эгалик қилиш ва (ёки) ундан фойдаланишга йўл кўядиган ўзга ашёвий ҳуқуқ асосида амалга оширувчи **жисмоний шахсдир**.

Агарда сиз **оила аъзоларингиз** билан бирга фаолият юритмоқчи бўлсангиз, якка тартибдаги тадбиркор сифатида давлат рўйхатидан ўтиб, якка тартибдаги фаолиятнинг оилавий тадбиркорлик шаклида амалга оширишингиз, шунингдек **оила аъзоларингизни биргаликдаги тадбиркорлик фаолиятини амалга оширувчи, деб оила аъзолари** кўрсатиб ўтишингиз зарур.

Шу билан бир қаторда, оилавий тадбиркорлик субъектлари томонидан **доимий ходимлар** ёллашга йўл кўйилмайди.

Якка тартибдаги тадбиркорларни давлат рўйхатидан ўтказиш қуйидаги **иккита усулда** амалга оширилади:

**1 усул:** Жисмоний шахс томонидан ўз яшаш жойидаги Тадбиркорлик субъектларини рўйхатдан ўтказиш инспекциясига келган ҳолда ёки почта алоқаси орқали якка тадбиркорни давлат рўйхатидан ўтказиш ариза-хабарномаси тақдим этилади ва рўйхатдан ўтказувчи орган томонидан тадбиркорлик субъектларини давлат рўйхатидан ўтказиш уларни бир вақтда солиқ ва статистика органларида бевосита жалб этмаган ҳолда ҳисобга кўйиш орқали амалга оширилади.

2013 йил ноябр ойидан бошлаб, давлат рўйхатидан ўтиш Интернет орқали ҳам амалга ошириш мумкин.

Тадбиркорлик субъектларини электрон ҳужжатлар ёрдамида рўйхатга олиш Интерактив давлат хизматларининг ягона порталидаги фойдаланувчининг шахсий кабинети орқали амалга оширилади. Интернет орқали тақдим этилаётган ҳужжатларга аризачининг электрон рақамли имзоси кўйилган бўлиши лозим.

Якка тадбиркорни давлат рўйхатидан ўтказиш учун жисмоний шахс томонидан ўз яшаш жойидаги Инспекцияга келган ҳолда, почта алоқаси ёки Интернет орқали ариза-хабарнома тақдим этилади.

Ариза-хабарномага қуйидагилар илова қилинади:

- 3x4 см ўлчамдаги иккита фотосурат;
- давлат божининг белгиланган миқдори тўланганлиги ҳақидаги банк тўлов ҳужжати;
- икки нусхада муҳр ва штамп эскизлари (якка тадбиркор хоҳишига кўра);
- паспорт нусхаси.

Юридик шахс бўлмаган оилавий тадбиркорлик субъектини давлат рўйхатидан ўтказиш учун оилавий тадбиркорлик субъекти номидан иш кўрувчи жисмоний шахс ўз яшаш жойидаги Инспекцияга келган ҳолда, почта алоқаси ёки Интернет тармоғи орқали давлат рўйхатидан ўтказиш тўғрисида ариза-хабарнома тақдим этилади.

Давлат рўйхатидан ўтказиш тўғрисидаги ариза-хабарномага қуйидагилар илова қилинади:

- юридик шахс бўлмаган оилавий тадбиркорлик шаклида фаолиятни амалга оширувчи оила аъзоларининг 3 x 4 см ўлчамдаги иккитадан фотосурати;
- давлат божининг белгиланган миқдори тўланганлиги ҳақидаги банк тўлов ҳужжати;
- икки нусхада муҳр ва штамп эскизлари (юридик шахс бўлмаган оилавий тадбиркорлик субъектининг хоҳишига кўра);
- паспортлар нусхалари ва юридик шахс бўлмаган оилавий тадбиркорлик шаклида фаолиятни амалга оширувчи оила аъзоларининг қариндошлик даражасини тасдиқловчи бошқа ҳужжатлар.

Тадбиркорлик субъектларини давлат рўйхатидан ўтказилганлиги учун давлат божи ундирилади. Унинг ставкалари маҳаллий хокимият томонидан, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан белгилан чегара (максимал) ставкаларидан ошмаган ҳолда, ўрнатилади. Ҳозирги кунда давлат божи ставкаси **энг кам ойлик иш ҳақининг бир бараварини** ташкил этади.

Бориш қийин бўлган ва тоғли туманларда ташкил этиладиган тадбиркорлик субъектларидан давлат рўйхатидан ўтказилганлик учун давлат божи белгиланган ставканинг 20 фоизи миқдорида ундирилади.

Ариза-хабарнома, барча зарур ҳужжатлар илова қилинган ҳолда тақдим этилган пайтдан бошлаб, тадбиркорлик субъектини давлат рўйхатига олиб, унга давлат рўйхатига олинганлик тўғрисидаги гувоҳномани беришгача ўтадиган муддат кўпи билан **икки иш кунини** ташкил қилади.

Хабардор қилиш тартиби тақдим этилган ҳужжатлар асосида тадбиркорлик субъектларини давлат рўйхатидан ўтказиш, **тадбиркорлик субъектларини давлат рўйхатидан ўтказишнинг тезлаштирилган таомили** ҳисобланади.

Мазкур тартиб ер майдонлари ажратиб бериш, газ ва электр тармоқларига улаш тўғрисида, шунингдек лицензияланадиган фаолият



турлари бўйича қарор талаб этиладиган тадбиркорларни давлат рўйхатидан ўтказишга татбиқ этилмайди.

Шу билан бир қаторда, агарда сиз юридик шахс ташкил этмасдан, якка тадбиркорлар сифатида тижорат фаолияти учун мўлжалланган товарларни олиб келиш фаолиятини юритмоқчи бўлсангиз, бу тартиб билан эмас балки 2-чи усул билан давлат рўйхатидан ўтишингиз лозим бўлади. Бундай ҳолатда давлат рўйхатидан ўтказиш тартиби ва муддатлари Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2004 йил 2 сентябрдаги 413-сон қарори билан тасдиқланган Низом билан тартибга солинади (**2-чи усулга қаранг**).

Тадбиркорлик субъектларини давлат рўйхатига олиш учун назарда тутилган ҳужжатлар, Интернет тармоғи орқали бир нусхада тақдим қилиниши мумкин ва мурожаат этувчининг электрон рақамли имзоси билан имзоланади. Қоғозда расмийлаштирилган ва (ёки) берилган ҳужжатларни сканерланган шаклда тақдим этишга йўл қўйилади.

Рўйхатдан ўтказувчи орган томонидан талаб қилинган электрон ҳужжатлар мавжуд бўлган тақдирда, уларнинг асл нусхаларини мурожаат этувчи Интернет тармоғи орқали тақдим этишга ҳақли.

**2-чи усул.** Агарда тижорат фаолияти учун мўлжалланган товарларни олиб келиб тадбиркорлик билан шуғулланмоқчи бўлсангиз, давлат рўйхатидан ўтказиш яшаш жойингиздаги бўйича шахсан келган ҳолда Давлат солиқ инспекциясида шахсан келганиз ҳолда амалга оширилади.

Якка тадбиркорни давлат рўйхатидан ўтказиш учун жисмоний шахс яшайдиган жойидаги Давлат солиқ инспекциясида шахсан келиб ёки Интернет тармоғи орқали ариза тақдим этади.

Интернет тармоғи орқали давлат рўйхатидан ўтказиш учун тақдим этилган тақдирда улар ариза берувчининг электрон рақамли имзоси билан имзоланади. Қоғозларда расмийлаштирилган ва (ёки) берилган қилинган ҳужжатларни сканер қилинган шаклда тақдим этишингиз мумкин.

Аризага қўйидагилар илова қилинади:

- 3x4 ўлчамли тўртта фотосурат;
- давлат божи тўланганлигини тасдиқлайдиган тўлов ҳужжати;
- якка тартибдаги тадбиркорнинг яшаш жойи бўйича фуқароларнинг ўзини ўзи бошқариш органининг маълумотнома-тасдиқномаси;
- муҳр ва штамп эскизлари икки нусхада.

Ариза берилаётганда паспорт кўрсатилади. Агар, Интернет тармоғи орқали давлат рўйхатидан ўтказилса, паспорт кўрсатилмайди.

Якка тартибдаги тадбиркор давлат рўйхатидан ўтказилганлиги учун **энг кам ойлик иш ҳақининг бир баравари** миқдоридан давлат божи ундирилади. Қабул қилинган қарор натижасидан қатъий назар, давлат божи қайтарилмайди.

Давлат рўйхатидан ўтказиш ёки рўйхатдан ўтказиш рад этилиши сабаблари кўрсатилган қарор зарур ҳужжатлар илова қилинган ҳолда рўйхатдан ўтказиш тўғрисидаги ариза олинган кундан бошлаб, **уч кундан** кечикмай Давлат солиқ инспекцияси томонидан қабул қилинади.

Ариза берилгандан кейин етти кун мобайнида Давлат солиқ инспекцияси жисмоний шахсга кўйидагиларни тақдим этади:

- белгиланган шакл бўйича тижорат фаолияти учун мўлжалланган товарларни олиб келувчи юридик шахс бўлмаган якка тартибдаги тадбиркор давлат рўйхатидан ўтганлиги тўғрисидаги гувоҳномани ёки ёзма равишдаги сабаблари кўрсатилган рад жавобини;

- белгиланган шакл бўйича тижорат фаолияти учун мўлжалланган товарларни олиб келувчи юридик шахс бўлмаган якка тартибдаги тадбиркорнинг рўйхатдан ўтиш (рухсат берувчи) тартиб-қоидалардан ўтиши карточкасини;

- давлат солиқ инспекциясининг муҳри билан тасдиқланган муҳр ва штамп эскизининг бир нусхаси.

Якка тадбиркорга электрон шаклда бериладиган хужжатлар (тасдиқланган муҳр ва штамп эскизидан ташқари) давлат солиқ инспекцияси ваколатли шахсининг электрон рақамли имзоси билан имзоланади. Ариза берувчи, шунингдек ўз сўровига кўра қоғозларда расмийлаштирилган тегишли хужжатларни шахсан келиб олиши ҳам мумкин.

Ариза берувчи (якка тартибдаги тадбиркор) давлат рўйхатидан ўтказилган пайдан бошлаб бир ой мобайнида:

1) Ўзбекистон Республикаси Ташқи иқтисодий алоқалар, инвестициялар ва савдо вазирлигида ташқи иқтисодий алоқалар қатнашчиси сифатида рўйхатдан ўтиши;

2) божхона органларида ташқи иқтисодий алоқалар қатнашчиси сифатида рўйхатдан ўтиши;

3) тижорат банкида талаб қилиб олинadиган депозит ҳисоб рақами очиши шарт.

Шуни инобатга олиш лозимки, якка тартибдаги тадбиркор давлат рўйхатидан ўтганлиги тўғрисидаги гувоҳнома фақат рўйхатдан ўтиш (рухсат бериш) тартиботларидан ўтишнинг белгиланган тартибда расмийлаштирилган карточкаси мавжуд бўлган тақдирда, тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш учун асос ҳисобланади.

Карточка давлат рўйхатидан ўтказилган санадан бошлаб бир йил мобайнида, лекин ташқи иқтисодий алоқалар қатнашчисининг Ташқи иқтисодий алоқалар, инвестициялар ва савдо вазирлиги томонидан берилган гувоҳноманинг амал қилиш муддатидан кўп бўлмаган муддатда амал қилади.

Агар фаолият тури ўзгарса, якка тартибдаги тадбиркор тегишли давлат солиқ инспекциясига Давлат рўйхатидан ўтганлик тўғрисидаги гувоҳномани ва рўйхатдан ўтиш (рухсат бериш) тартиботларидан ўтиш карточкасини топшириши зарур.

### **Масъулияти чекланган жамиятни очиш мисолида рўйхатдан ўтиш тартиби**

Агар сиз якка тадбиркор бўлмасдан, биратўла юридик шахс мақомига эга бўлган корхона ташкил қилмоқчи бўлсангиз қуйидагича ҳаракат қиласиз.

Сиз ўз корхонангизнинг ташкилий ҳуқуқий шаклини масъулияти чекланган жамият (бундан буён - МЧЖ) шаклида танладингиз.

<b>I. БИРИНЧИ ҚАДАМ:</b>	<b>II. ИККИНЧИ ҚАДАМ:</b>	<b>III. УЧИНЧИ ҚАДАМ</b>
Давлат рўйхатидан ўтказишга тайёрлаш: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. МЧЖ номи</li> <li>2. Асосий фаолият тури</li> <li>3. МЧЖ устав фонди миқдори</li> <li>4. Таъсисчилар ва уларнинг улушлари</li> <li>5. Почта манзили</li> <li>6. Ижро органи</li> </ol>	Давлат рўйхатидан ўтказиш ҳаракатлари: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Тақдим этиладиган ҳужжатлар</li> <li>2. Рўйхатдан ўтказиш</li> <li>3. Техник шартларни олиш</li> </ol>	Давлат ҳисобига қўйиш учун ҳаракатлар: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Мухр ва штамп тайёрлаш</li> <li>2. Мансабдор шахсларнинг имзо намуналарини нотариал тасдиқлаш</li> <li>3. МЧЖ нинг банкда ҳисоб-рақамларини очиш</li> <li>4. Туман Давлат солиқ инспекциясида рўйхатга ўтиш</li> <li>5. Статистика бўлимида электрон ҳисобот топшириш учун руйхатдан ўтиш</li> <li>6. Ҳалқ банкидан рўйхатдан ўтиш</li> </ol>

### **Биринчи қадам**

МЧЖни давлат рўйхатига олиш Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2006 йил 24 майдаги ПҚ-357-сон қарори билан тасдиқланган "Тадбиркорлик субъектларини давлат рўйхатига олиш ва ҳисобга қўйишнинг хабардор қилиш тартиби тўғрисида"ги низомга мувофиқ амалга оширилади.

#### МЧЖ номи:

Биринчи навбатда ташкил этишни режалаштирган МЧЖ номини ягоналигини аниқлашингиз ва уни захиралашингиз, яъни банд қилишингиз зарур. Бунинг учун Статистика Қўмитаси сайтига кириб, унинг "Фирма номи (Фирменное наименование)" варағида МЧЖ учун танланган номларни ўзингизнинг паспорт реквизитларингиз ҳамда жойлашган ҳудудни кўрсатган ҳолда киритасиз. Жавоб 4 (тўрт) соатда маълум қилинади. Таклиф қилинган номлардан бири ягоналиги тасдиқланса ном 60 кун муддатга захирага олиниб, Сизга бу ҳақда 4 соатда маълум қилинади. Хабарни Сиз номни

захирашга берган аризангиз қабул қилинганда берилган ягона логин ва паролни киритган ҳолда аниқлайсиз. Агар Сиз белгиланган муддатда МЧЖ ни рўйхатдан ўтказмасангиз, МЧЖ номи бошқа шахсларга берилиши мумкин. Агар рад жавобини олсангиз, Сиз бир кунда бир марта ном захираш имкониятига эгасиз.

Асосий фаолият тури:

МЧЖ нинг асосий фаолиятини аниқлагач унинг Халқ хўжалиги тармоқларининг умумий таснифлагичи (ХХТУТ-ОКОНХ) даги кодини аниқлаш керак.

МЧЖ устав фонди миқдори:

Амалдаги қонун ҳужжатларига мувофиқ МЧЖ ташкил этиш учун энг кам устав фонди миқдори энг кам иш ҳақининг 40 бараварини ташкил этади. Буни Сиз жуда оддий формула, яъни энг кам иш ҳақи миқдори  $x \cdot 40 =$  устав фонди миқдори орқали аниқлашингиз мумкин. 2012 йил 01 августдан бошлаб корхонани давлат рўйхатидан ўтказишда олдиндан устав фондининг бир қисмини шакллантириш талаби бекор қилинди. Бироқ бу Сизни корхона устав фондини бир йил муддатда шакллантириш мажбуриятдан озод қилмайди.

Шу билан бирга халқ хўжалигининг айрим фаолият турлари учун қонун ҳужжатлари билан устав фондининг энг кам миқдорининг бирмунча юқори ставкалари ва шакллантириш шартлари мавжудлигини билишингиз лозим. Чунки туризм фаолияти учун энг кам иш ҳақининг 400 баравари, улгуржи савдо фаолияти 3500 баравари ва шундан 1200 баравари пул маблағлари билан шаклланиши зарурлиги тўғрисида талаблар мавжуд. Агар МЧЖ ни чет эл инвестицияси иштирокида ва адлия органларида рўйхатдан ўтишини истасангиз устав фонди миқдори камида 150 000 АҚШ доллари бўлиши керак. Шу сабабли Сиз амалга оширмакчи бўлган фаолиятингиз тури лицензия, ёки бошқа рухсат талаб қилишини олдиндан ўрганган ҳолда МЧЖ ташкил этишингиз зарурлигини талаб қилади. Бу Сизни вақтингизни ҳамда қўшимча харажатларингизни тежайди.

**МЧЖ ҳужжат топширилган кун билан 2 кун муддатда, асосий фаолият лицензия талаб қилса 7 кун муддатда давлат рўйхатидан ўтказилади.**

Таъсисчилар ва уларнинг улушлари:

МЧЖ таъсисчиси (иштирокчиси) бир ёки бир неча юридик ёки жисмоний шахслар бўлиши мумкин. Фақат уларнинг умумий миқдори 50 нафардан ошмаслиги лозим. Шунингдек, бир таъсисчи билан ташкил этилган юридик шахс яқка ўзи МЧЖ ташкил этиши мумкин эмас.

Таъсисчилар сони аниқлангач, уларнинг киритадиган ҳиссаси миқдори ва унинг устав фондидаги % миқдори аниқланади. Ушбу тақсимот таъсис баённомаси ва жамият тасдиқ ҳужжатларида акс эттирилиши зарур.

Улушни шакллантириш учун ҳисса кўчар ва кўчмас, интеллектуал (моддий ва номоддий) мулк, пул маблағлари, турли ҳуқуқлар кўринишида шаклланиши мумкин. Ҳисса мулк шаклида бўлганда у топшириш қабул

килиш далолатномаси билан, пул шаклида бўлса махсус очилган банк ҳисоб рақамида пул қўйиш йўли билан амалга оширилади. Интеллектуал мулк ва турли ҳуқуқлар ваколатли баҳоловчи орган томонидан тасдиқланиши зарур.

Почта манзили:

МЧЖ нинг унинг асосий реквизитларидан бири ҳисобланиб, у қайси худудда жойлашишини белгилайди. Амалдаги қонун ҳужжатларида юридик шахс манзили нотурар бинода бўлиши зарурлиги белгиланган. Бирок таъсисчи бўлган жисмоний шахс ўзининг рўйхатдан ўтган яшаш манзилини МЧЖ юридик манзили сифатида кўрсатиши мумкин. Юридик манзил учун шахсий, ижара ва фойдаланишга олинган нотурар жойлар кўрсатилиши мумкин.

Ижро органи:

МЧЖ ни очишингиз билан иш фаолиятини бошлаши учун ижро органини тайинлашингиз зарур. Ижро органи якка ёки коллегиял бўлиши мумкин. Бу Сизнинг танловингиз. Шунга кўра ижро органи тури ва унинг ваколатларини белгилашингиз лозим.

**Иккинчи қадам**

Сиз фирма номи, иштирокчилар таркиби, устав фонди миқдори, улушлар тақсимоти, юридик манзил, ижро органи ва қайси ташкилотдан давлат рўйхатидан ўтказиш бўйича қарор қилдингиз. Энди навбат МЧЖ ни давлат рўйхатидан ўтказиш учун ҳужжатларни тайёрлашга.

Тақдим этиладиган ҳужжатлар

Юқорида қайд этилган "Тадбиркорлик субъектларини давлат рўйхатига олиш ва ҳисобга қўйишнинг хабардор қилиш тартиби тўғрисида"ги низомга мувофиқ рўйхатга олиш органига қуйидаги ҳужжатлар тақдим этилиши керак:

1. Белгиланган шаклдаги ариза-хабарнома;
2. Давлат тилидаги таъсис ҳужжатлари: устав (якка иштирокчи) ёки таъсис шартномаси ва устав (икки ва ундан ортиқ иштирокчи) 2 асл нусхада. Агар корхона бир дона шахс томонидан очилса, таъсис шартномаси тақдим этилмайди.

Рўйхатга олишда ушбу ҳужжатларнинг нотариал тақдидлаш шарт эмаслиги учун, инспекция томонидан ҳужжатларни ипда тикиш ва варақлар сонини ёзиш сўралмоқда. Агар МЧЖ иштирокчилари таркибида чет эл жисмоний ёки юридик шахси бўлса таъсис ҳужжатлари нотариал тасдиқланиши зарур;

3. Энг кам ойлик иш ҳақининг 1 баробари миқдорида давлат божи тўланганлиги ҳақидаги банк тўлов ҳужжати (квитанцияси). Агар МЧЖ ни адлия органлари орқали рўйхатдан ўтказиш керак бўлса давлат божи миқдори энг кам иш ҳақининг 5 баравари ва 500 АҚШ доллари миқдорида;
4. МЧЖ номини статистика органлари томонидан ташкил этилган марказлаштирилган маълумотлар базасида захиранланганлигини тасдиқловчи ягона логин ва парол;

5. Мухр ва штамп эскизлари уч нусхада. Шу ўринда 2012 йил 01 августдан эътиборан янги корхоналарга мухр ва штамп олиш учун рухсат бериш талаби бекор қилинганлигини, ҳамда мухр ва штампни ясашиш учун корхонани давлат рўйхатидан ўтганлигини тасдиқловчи гувоҳнома ва таъсис ҳужжатларини мухр ясовчига етарли эканлигини маълум қиламиз;

Агар Сиз чет эл инвестицияси иштирокида корхона очмоқчи ва адлия органида рўйхатда ўтказмоқчи бўлсангиз чет эллик иштирокчининг санаси 1 йилдан ўтмаган:

Юридик шахснинг номи, юридик манзили ҳамда номидан қарор қабул қилишга ваколатли мансабдор шахслар тўғрисидаги маълумотларни ўз ичига олган савдо реестри кўчирмаси. Ушбу кўчирма ўрнатилган тартибда ЛЕГАЛИЗАЦИЯ қилинган ёки 2012 йил апрел ойидан эътиборан АПОСТИЛ билан тасдиқланган бўлиши керак;

Жисмоний шахс паспорти таржимаси нотариал тартибда тасдиқланган бўлиши керак.

Шу ўринда Сизнинг қўлингизда қуйидаги ҳужжатлар бўлиши маъқул ҳисобланади:

- МЧЖ ни таъсис этиш иштирокчи қарори (якка иштирокчи) ёки иштирокчиларнинг таъсис баённомаси (икки ва ундан ортиқ иштирокчи) бир асл нусха;
- Устав фондини 30% шаклланганини тасдиқловчи банк маълумотномаси ёки топшириш қабул қилиш далолатномаси.

#### Рўйхатдан ўтказиш

Барча ҳужжатлар тўлиқ ва тўғри топширилгач МЧЖ 2 кун муддатда инспекция томонидан рўйхатга олинади ва тадбиркорга қуйидаги ҳужжатлар берилади:

1. Рўйхатга олинганликни тасдиқловчи Гувоҳнома асл нусхаси;
2. Рўйхат олувчи мухри билан «рўйхатдан ўтказилган» белгиси қўйилган таъсис ҳужжатлари бир асл нусхадан;
3. Мухр ва штамп эскизи.

Рўйхатга олишни рад учун асос мавжуд бўлса, инспекция томонидан 3 иш соат ичида ариза берувчига маълум қилинади.

#### Техник шартларни олиш

Рўйхатга олиш ташкилотлари, хусусан туман ва шаҳар ҳокимликлари ҳузуридаги Тадбиркорларни рўйхатга олиш инспекциясида ягона ойна ташкил этилган.

У ерда Сиз рўйхатга олиш ёки рўйхатдан ўтгандан сўнг амалга оширувчи фаолиятингиз учун зарур ер майдони ажратилиши, зарур миқдордаги электр энергияси, газ, сув ва оқава сув бўйича тегишли ТЕХНИК ШАРТЛАРНИ олиш бўйича ҳамда улар асосида қурилишга рухсат олиш ва МЛТ (АПЗ) 1 ва 2 ларни олиш бўйича мурожаат қилишга ҳам ҳақлисиз. Ягона ойна ушбу ҳужжатларни ҳам Сизга қонунда белгиланган муддатда ҳал қилиб беришга мажбур. Бунда Сиз фақат қонунда белгиланган тўловларни амалга оширишга мажбурсиз ҳолос. Ягона ойна қўшимча тўлов талаб

қилишга ҳақли эмас ва бу Сизнинг анча қимматли вақтингиз тежалишини таъминлайди.

### **Учинчи қадам**

#### Мухр ва штамп тайёрлаш:

Мухр ва штамп тайёрлашга корхона гувоҳномаси ва таъсис ҳужжатларини кўрсатган ҳолда энг арзон ёки ўзингизга энг маъқул муҳр ва штамп тайёрловчи корхонага буюртма бериш йўли билан топширишингиз керак. Одатда муҳр ва штамп 2 ёки 4 соатда тайёрлаб берилади;

#### МЧЖ нинг банкда ҳисоб-рақамларини очиш:

Мансабдор шахсларнинг имзоси банкда тасдиқлаш (2012 йил 01 августдан имзо намуналарини нотариал тасдиқлаш бекор қилинди) ва банкда ҳисоб варақ очиш:

Бу учун Сиз ўзингизга энг маъқул бўлган банкка депозит ҳисоб рақам очиш тўғрисидаги махсус шаклдаги ариза (ариза шаклини банкнинг ўзида ҳам олиш мумкин. Шунингдек, Сиз икки ва уч ҳисоб рақам очиш истагида бўлсангиз ҳар бир валюта тури кўрсатилган АРИЗА ни алоҳида тақдим этасиз) билан мурожаат қилишингиз ва қуйидаги ҳужжатларни тақдим этишингиз шарт ҳолос:

1. Белгиланган тартибдаги юқорида қайд этилган АРИЗА;
2. Давлат рўйхатидан ўтганлик тўғрисидаги МЧЖ гувоҳномаси нусхаси;
3. Имзо ва муҳр намуналари тасдиқланган варақча икки асл нусхада (буни банкнинг ваколатли ходими олдида расмийлаштирасиз);
4. Таъсис ҳужжатлари: таъсис шартномаси ва устав нусхаси (чет эл инвестицияси иштирокидаги МЧЖ таъсис ҳужжатлари нусхаси нотариал тасдиқланиши керак);
5. МЧЖ нинг пул ҳисоб китоб ҳужжатларини имзолашга ваколатли шахснинг шахсини тасдиқловчи ҳужжати, ушбу ҳужжатдан банкнинг ўзи нусха олади.
6. Директор ва бош ҳисобчи (микрофирмаларда директорнинг ўзи.

Янги

корхоналарнинг ҳақиқатдан ҳам микрофирма бўлиш бўлмаслигига банк ходимидаги шубҳани тарқатиш учун, Сизда корхонангизнинг фаолият бошланишида микрофирма бўлиши, агар микрофирма шартларига мос келмай

қолса иккинчи имзони бошқа ходимга юклатишингиз тўғрисида кафолат хати беришингиз мумкин) тайинлаш бўйича қарор ва буйруқнинг асли;

7. Директор ва бош ҳисобчи (микрофирмаларда директорнинг ўзи) нинг паспорти;

**ДОИМО ЭСИНГИЗДА БЎЛСИН СИЗ КИЧИК БИЗНЕС СУБЪЕКТИ БЎЛСАНГИЗ, МИЛЛИЙ ВАЛЮТАДА ҲИСОБ ВАРАҚ ОЧИЛГАНДА СИЗДАН БАНК ҲАҚ ОЛМАЙДИ**

Туман Давлат солиқ инспекциясида рўйхатга ўтиш:

Банкда ҳисоб рақам очилгандан сўнг МЧЖ реквизитлари тўлиқ шаклланган ҳисобланади ва у энди юридик манзилига мувофиқ тегишли туман Давлат солиқ инспекцияси (бундан буён ДСИ) га рўйхатдан ўтиши зарур. Бу учун МЧЖ га Солиқ кодексининг 80 моддаси 2 қисмига мувофиқ у давлат рўйхатига олингандан сўнг 10 кун муддат берилади. Ушбу муддатда МЧЖ ДСИ га ҳисобга қўйиш тўғрисида АРИЗА (08 шакл) бериши ва унга давлат рўйхатидан ўтган гувоҳномаси нусхасини тақдим этиши керак. Одатда туман ДСИ лари қўшимча равишда Сизнинг МЧЖ га иш жилди очиш учун катта девонхона регистр папкаси ҳам беришни сўрайди. Ушбу папка билан бирга устав, таъсис шартномаси, гувоҳнома, директор ва бош ҳисобчининг паспорт нусхаларини тақдим этишингиз мақсадга мувофиқ.

Шу ўринда кўпгина МЧЖ лар бирмунча қулай бўлган ягона солиқ тўлови тизимига ўтишни истаган ҳолда, у учун ҳам рўйхатдан ўтгандан сўнг 10 кун муддатда ХАБАРНОМА бериш зарурлигини унутадилар. Янги ташкил этилган МЧЖ ни ягона солиқ тўлови тизимига ўтиши учун МЧЖ ни ДСИ га рўйхатга қўйиш билан бирга белгиланган тартибдаги ХАБАРНОМАНИ тақдим қилиш ушбу муаммони биратўла ҳал этади.

ДСИ билан ишлашни оперативлигини таъминлаш, ҳисобот даврида ортиқча қоғоз тўлдириш, навбатда турмасликнинг энг тўғри ечими тегишли ДСИ дан электрон калит олишдир. Ушбу калит Сизга ҳисоботларни ишхонангиздан турган ҳолда топшириш имкониятини беради. Кейинчалик ушбу калитдан статистика ҳисоботлари ва халқ банк реестрларини интернет орқали жўнатиш имкониятига эга бўласиз.

Бу учун сиз ушбу АРИЗА ни тўлдиришингиз ва ДСИ берган банк ҳисоб варағига энг кам иш ҳақининг 10% миқдориди ҳақ тўлашингиз лозим. Пул тўланган куннинг ўзида ДСИ вакиллари Сизга ушбу электрон калитни тақдим этади. Ариза, тўлов топшироқномаси нусхасини тақдим этсангиз сизнинг флешкангизга электрон калит ёзиб берилади.

Статистика бўлимида электрон ҳисобот топшириш учун рўйхатдан ўтиш:

Сиз давлат рўйхатидан ўтган вақтда рўйхатга олувчи статистика органларига Сиз ҳақингизда маълумот беради. Сиз статистика ҳисоботини топширишни енгиллаштириш мақсадида электрон ҳисобот топшириш учун мазкур АРИЗА ни тақдим этган ҳолда рўйхатдан ўтишингиз зарур.

Ҳалқ банкидан рўйхатдан ўтиш.

Сизда Шахсий жамғариб бориладиган пенсия фондига (ИНПС) тўлов мажбуриятлари бор. Тегишли Ҳалқ банкида рўйхатдан ўтиш учун хат, гувоҳнома ва ходимлар рўйхатини, паспорт ва ИНПС китобчаси нусхаларини тақдим этишингиз лозим. Ҳисоботларни Интернет орқали топшириш учун куйидаги АРИЗА ни топшириб, логин ва парол олиш имкониятига эгасиз. Логин одатда сизнинг СТИР (ИНН) рақамингиз.



## Лицензиялаш

Бирор фаолият турини танлашдан олдин бу фаолият билан шуғулланиш учун лицензиялашнинг талаблари қандай эканлиги ва бу фаолият билан умуман шуғулланиш керак ёки йўқлигини аниқлашингиз керак бўлади. Масалан, нодавлат таълими соҳасидаги фаолият билан шуғулланиш учун сизнинг бинога ҳуқуқингиз бўлиши, у ернинг санитар аҳволи ҳақида санитария-эпидемиология бошқармасидан, ёнгин хавфсизлиги бўйича ёнгинга қарши кураш бошқармасидан маълумотномалар олиш билан бирга ҳали бошламаган фаолиятингиз учун ўқитувчиларни ишга олишингиз ва улар ҳақида бор маълумотларни давлат тест марказига тақдим этишингиз керак. Шундан кейингина сизга лицензия бериш-бермаслик масаласини кўриб чиқишади. Лицензияни олгунча эса сиз ўқитувчиларни ёллашингиз мумкин эмас. Чунки ҳали бу фаолият билан шуғулланишингиз мумкин эмас. Бундай ҳолатда сиз ҳали ишга олмаган ўқитувчиларингизнинг ҳужжатларини лицензия олиш учун тақдим қилишингиз керак бўлади.

Лицензиялаш соҳасини давлат томонидан тартибга солишни Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳамда лицензияловчи органлар амалга оширади.

Лицензияловчи органлар турли фаолият турлари учун турли ташкилотлардир. Масалан, нодавлат таълим муассасаси очиш учун лицензия Давлат тест марказидан, хусусий даволаш амалиёти ёки фанмацевтика фаолияти учун, радиоэшиттиришларни ташкил қилиш учун Ахборот технологиялари ва коммуникацияларини ривожлантириш вазирлигидан лицензия олишингиз керак бўлади.

Ўзбекистон Республикасининг «Фаолиятнинг айрим турларини лицензиялаш тўғрисида»ги 25.05.2000 й. № 71-П сонли Қонуни фаолиятнинг айрим турларини лицензиялаш билан боғлиқ муносабатларни тартибга солади.

Фаолиятнинг лицензияланадиган турлари жумласига амалга оширилиши фуқароларнинг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларига, соғлиғига, жамоат хавфсизлигига зарар етказиши мумкин бўлган ҳамда тартибга солиб турилиши лицензиялашдан ташқари усуллар билан амалга оширилиши мумкин бўлмаган фаолият турлари киради.

Амалга оширилиши учун лицензия талаб қилинадиган фаолият турлари “Амалга оширилиши учун лицензиялар талаб қилинадиган фаолият турларининг рўйхати тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг 2001 йил 12 майдаги 222-П-сон қарорида келтирилган. Ушбу ҳужжатга мувофиқ, қуйидаги фаолият турлари фақат лицензия олиш орқали амалга оширилади:

- Қурол-яроғ ва унинг ўқ-дориларини, ҳимояланиш воситаларини, ҳарбий техникани, уларнингэхтиёт қисмлари, бутловчи қисмлари ва приборларини (агар улардан бошқа тармоқларда фойдаланилмаса),

- шунингдек уларни ишлаб чиқариш учун махсус материалларни ва махсус асбоб-ускунани яратиш, ишлаб чиқариш, таъмирлаш ва реализация қилиш.
- Портловчи ва захарли моддаларни, уларни қўллаган ҳолда материаллар ва маҳсулотларни, шунингдек портлатиш воситаларини яратиш, ишлаб чиқариш, ташиш, сақлаш ва реализация қилиш.
  - Жанговар захарловчи моддалардан ҳимояланиш воситаларини ишлаб чиқариш ва реализация қилиш.
  - Бўшаётган ҳарбий-техника воситаларини тугатиш (йўқ қилиб ташлаш, утилизация қилиш, кўмиб ташлаш) ва қайта ишлаш.
  - Ов ва спортга мўлжалланган ўқотар қуролни ҳамда унинг ўқ-дориларини, шунингдек тиғли қуролни (пичоқларнинг миллий турларидан ташқари) ишлаб чиқариш, таъмирлаш ва реализация қилиш.
  - Ёнғинга қарши автоматика воситаларини, кўриқлаш сигнализацияларини, ёнғиндан дарак берувчи ва ёнғиндан сақловчи сигнализацияларни лойиҳалаштириш, монтаж қилиш, созлаш, таъмирлаш ва уларга техник хизмат кўрсатиш.
  - Ионлаштирувчи нурланиш манбалари билан муомалада бўлинадиган соҳалардаги илмий-тадқиқот ва тажриба-конструкторлик ишлари, ионлаштирувчи нурланиш манбаларини лойиҳалаштириш, барпо этиш ва уларга хизмат кўрсатиш, улар учун технологик асбоб-ускуналар, радиациядан ҳимояланиш воситаларини ясаш ва тайёрлаш.
  - Ионлаштирувчи нурланиш манбаларини қазиб олиш, ишлаб чиқариш, тайёрлаш, қайта тайёрлаш, улардан фойдаланиш, уларни сақлаш, уларга хизмат кўрсатиш, уларни ташиш ҳамда зарарсизлантириш, утилизация қилиш ва кўмиб ташлаш.
  - Ахборотнинг криптографик ҳимоя воситаларини лойиҳалаштириш, тайёрлаш, ишлаб чиқариш, реализация қилиш, таъмирлаш ва улардан фойдаланиш.
  - Магистрал газ қувурлари, нефть қувурлари ва нефть маҳсулотлари қувурларини лойиҳалаштириш, қуриш, улардан фойдаланиш ва уларни таъмирлаш.
  - Ягона энергетика тизимига уланадиган стационар электр станцияларида электр энергияси ишлаб чиқариш.
  - Гиёҳвандлик воситалари, психотроп моддалар ва прекурсорларни олиб кириш (олиб чиқиш), сақлаш, реализация қилиш (бериш), тақсимлаш, ташиш, ишлаб чиқиш ва ишлаб чиқариш, тайёрлаш, йўқ қилиш, гиёҳвандлик воситалари, психотроп моддалар ва прекурсорлардан илмий ва ўқув мақсадларида, шунингдек ишлаб чиқариш эҳтиёжлари учун, шу жумладан тиббиётда ва ветеринарияда фойдаланиш.
  - Таркибида гиёҳванд моддалари бўлган ўсимликларни етиштириш.
  - Ветеринария фаолияти.
  - Тиббий фаолият.
  - Фармацевтика фаолияти.

- Кўприklar ва тоннелларни лойиҳалаштириш, куриш, улардан фойдаланиш ва уларни таъмирлаш.
- Мудофаа объектларини лойиҳалаштириш, куриш, улардан фойдаланиш ва уларни таъмирлаш.
- Хавфи юқори бўлган объектларни ҳамда потенциал хавфли ишлаб чиқаришларни лойиҳалаштириш, куриш ва улардан фойдаланиш.
- Архитектура-шаҳарсозлик ҳужжатларини яратиш.
- Қурилиш лойиҳаларининг экспертизасини ўтказиш.
- Баландликларда саноат альпинизми усулларида таъмирлаш, курилиш-монтаж ишларини бажариш.
- Маҳаллий ва халқаро йўналишлар бўйича темир йўл транспортида йўловчиларни ҳамда юкларни ташиш.
- Маҳаллий ва халқаро ҳаво йўналишлари бўйича йўловчиларни ҳамда юкларни ташиш.
- Аэропортлардаги ташиш ишларини бажарувчи ҳаво кемаларига хизмат кўрсатиш фаолияти.
- Авиация ишларини бажариш.
- Автомобиль транспортида йўловчиларни ва юкларни шаҳарда, шаҳар атрофида, шаҳарлараро ва халқаро йўналишлар бўйича ташиш.
- Йўловчилар ва юкларни дарё транспортида ташиш.
- Телекоммуникацияларнинг маҳаллий тармоқларини лойиҳалаштириш, куриш, улардан фойдаланиш ва уларга хизмат кўрсатиш.
- Телекоммуникацияларнинг шаҳарлараро тармоқларини лойиҳалаштириш, куриш, улардан фойдаланиш ва уларга хизмат кўрсатиш.
- Телекоммуникацияларнинг халқаро тармоқларини лойиҳалаштириш, куриш, улардан фойдаланиш ва уларга хизмат кўрсатиш.
- Кўчма радиотелефон алоқаси тармоқларини лойиҳалаштириш, куриш, улардан фойдаланиш ва уларга хизмат кўрсатиш.
- Шахсий радиочақирув тармоқларини лойиҳалаштириш, куриш, улардан фойдаланиш ва уларга хизмат кўрсатиш.
- Маълумотлар узатиш тармоқларини лойиҳалаштириш, куриш, улардан фойдаланиш ва уларга хизмат кўрсатиш.
- Телекўрсатувлар ва радиоэшиттиришларни тарқатиш (ўзатиш) тармоқларини лойиҳалаштириш, куриш, улардан фойдаланиш ва уларга хизмат кўрсатиш.
- Нефть, газ ҳамда газ конденсатини қазиб чиқариш, қайта ишлаш ва реализация қилиш.
- Қимматбаҳо ва нодир металлар, қимматбаҳо тошлар қазиб олиш.
- Нефть маҳсулотларини (автобензин, авиабензин, экстрабензин, дизель ёнилғиси, авиакеросин, мазут, печка қорамойи, нефтьбитуми, шунингдектехникмой ва мойлаш материалларини) реализация қилиш, заводда идишларга қадоқланганлари бундан мустасно.
- Этил спирти ва алкоғолли маҳсулот ишлаб чиқариш.

- Қимматбаҳо металллар ва тошлардан заргарлик буюмлари тайёрлаш.
- Банк фаолияти.
- Банклар томонидан, бошқа юридик ва жисмоний шахслар томонидан чет эл валютасида операциялар ўтказиш.
- Қимматли қоғозлар бланкаларини ишлаб чиқариш Қимматли қоғозлар бозорида профессионал фаолият Баҳолаш фаолияти.
- Суғурталовчилар ва суғурта брокерларининг суғурта фаолияти.
- Аудиторлик фаолияти.
- Гаровхоналар фаолияти.
- Кредит уюшмалари фаолияти.
- Лотереялар Адвокатлик фаолияти Божхона омбори таъсис этиш.
- Божсиз савдо дўконини таъсис этиш.
- Божхона режимида омборхона таъсис этиш — «эркин омборхона».
- Ўлчаш воситаларини тайёрлаш, реализация қилиш ва прокатга бериш.
- Геодезия ва картография фаолияти.
- Таркибида қимматбаҳо ва рангли металллар, қимматбаҳо тошлар бўлган иккиламчи ресурслар ва чиқитларни тайёрлаш ҳамда қайта ишлаш.
- Энергетика текширувлари ва экспертизалари ўтказиш.
- Ноширлик фаолияти.
- Нодавлат таълим муассасаларининг фаолияти.
- Диний таълим муассасаларининг фаолияти.
- Аудиовизуал асарларни тайёрлаш, дубляж қилиш ва экранда намойиш этиш Аудиовизуал асарларни, фонограммалар ва ЭҲМ учун яратилган дастурларни такрорлаш, сотиш, прокатга бериш.

Фонограммаларни тайёрлаш Ўзбекистон Республикасида ва ундан ташқарида гастроль-концерт фаолиятини амалга ошириш.

- Тўй, юбилей ва бошқа тантаналарда концерт хизмати кўрсатиш.
- Аудиовизуал асарлар, фонограммалар ва ЭҲМ учун яратилган дастурлар учун моддий жисмларни ишлаб чиқариш Биржа фаолияти.
- Туризм фаолияти.
- Улгуржи савдо Тамаки хом ашёсини ферментлаш ва тамаки маҳсулотлари ишлаб чиқариш.
- Микрокредит ташкилотлари фаолияти Пиротехника буюмларини (ҳарбий мақсаддаги маҳсулотлардан ташқари) яратиш, ишлаб чиқариш, ташиш, сақлаш, реализация қилиш, улардан фойдаланиш, уларни йўқ қилиш ва утилизация қилиш.
- Риэлторлик фаолияти

Лицензиянинг амал қилиши ҳар бир лицензияланадиган фаолият тури учун алоҳида берилади. Лицензия даъвогарининг аризасига мувофиқ лицензия лицензияланаётган фаолият турининг бир қисмига (қисмларига) берилиши мумкин.

Амалга оширилиши учун лицензия олинган фаолият тури фақат лицензияни олган юридик ёки жисмоний шахс томонидан амалга оширилиши мумкин. Лицензияларни ёки уларга доир ҳуқуқларни бошқа шахсларга бериш тақиқланади.

Амалга оширилиши учун лицензия берилган фаолият, агар лицензия талаблари ва шартларида бошқача қоида назарда тутилмаган бўлса, Ўзбекистон Республикасининг бутун ҳудудида амалга оширилиши мумкин.

Лицензиянинг амал қилиш муддати қоида тариқасида, чекланмайди.

Лицензия қонун ҳужжатларида назарда тутилган ҳолларда лицензия даъвогарининг аризасида кўрсатилган муддатга берилади. Қонун ҳужжатларида лицензиянинг чекланган амал қилиш муддати белгиланиши мумкин, лекин бу муддат беш йилдан кам бўлмаслиги лозим.

Лицензиянинг амал қилиш муддати тугагач, у лицензиатнинг аризасига биноан узайтирилиши мумкин. Лицензиянинг амал қилиш муддатини узайтириш тўғрисидаги ариза лицензияловчи органга лицензиянинг амал қилиш муддати тугашидан камида икки ой олдин берилиши лозим. Лицензиянинг амал қилиш муддатини узайтириш лицензияни берувчи учун назарда тутилган тартибда амалга оширилади.

Фаолиятнинг лицензияланадиган турини амалга оширишда риоя этиладиган лицензия талаблари ва шартлари фаолиятнинг айрим турларини лицензиялаш тўғрисидаги низомлар билан белгиланиб, улар қуйидаги нормаларни ўз ичига олиши лозим:

- лицензиатнинг қонун ҳужжатларига риоя этиши шартлиги тўғрисидаги;
- фаолиятнинг лицензияланадиган турини амалга оширишга даъвогар шахсларга қўйиладиган малака талаблари, жумладан махсус билимларга қўйиладиган талаблар тўғрисидаги;
- фаолиятнинг лицензияланадиган турини амалга оширишнинг махсус шартларига қўйиладиган талаблар, жумладан фойдаланиладиган моддий-техника базаси, асбоб-ускуналар, бошқа техник воситаларга қўйиладиган талаблар тўғрисидаги.

Фаолиятнинг айрим турларини лицензиялаш тўғрисидаги низомларда лицензияланаётган фаолият тури хусусида қўшимча лицензия талаблари ва шартлари назарда тутилиши мумкин.

### **Лицензия олиш тартиби**

Лицензия олиш учун лицензия даъвогари тегишли лицензияловчи органга қуйидагиларни тақдим этади:

- лицензия бериш тўғрисидаги ариза – унда: юридик шахс учун - юридик шахснинг номи ва ташкилий-ҳуқуқий шакли, жойлашган ери (почта манзили), банк муассасасининг номи ва банк муассасасидаги ҳисобварағи рақами; жисмоний шахс учун - фамилияси, исми ва отасининг исми, фуқаронинг шахсини тасдиқловчи ҳужжатнинг маълумотлари; юридик ёки жисмоний шахс амалга оширишни мўлжаллаган фаолиятнинг лицензияланаётган тури (унинг бир қисми),

шунингдек қонун ҳужжатларида назарда тутилган ҳолларда фаолиятнинг мазкур тури.

- юридик шахслар учун - юридик шахс давлат рўйхатидан ўтказилганлиги тўғрисидаги гувоҳноманинг нотариал тасдиқланган нусхаси; жисмоний шахслар учун - яққа тартибдаги тадбиркор давлат рўйхатидан ўтказилганлиги тўғрисидаги гувоҳноманинг нотариал тасдиқланган нусхаси;
- лицензияловчи орган лицензия даъвогарининг аризасини кўриб чиқиши учун лицензия даъвогари йиғим тўлаганлигини тасдиқловчи ҳужжат;
- фаолиятнинг айрим турига лицензия олиш учун қўйиладиган талаблар ва шартларни лицензия даъвогари бажариши мумкинлигини тасдиқловчи ҳамда қонун ҳужжатларида белгилаб қўйиладиган бошқа ҳужжатлар.

Ҳужжатлар лицензия даъвогари томонидан лицензияловчи органга бевосита ёки почта алоқаси воситалари орқали, улар олингани ҳақидаги тасдиқни олган ҳолда, етказиб берилади.

Лицензия олиш учун тегишли лицензияловчи органга юборилган ҳужжатлар рўйхат бўйича қабул қилиниб, рўйхатнинг нусхаси мазкур орган томонидан ҳужжатлар қабул қилиб олинган сана кўрсатилган ҳолда аризачига юборилади (топширилади).

Лицензия даъвогарининг аризасини кўриб чиққанлик учун йиғим миқдори ҳар бир лицензияланадиган фаолият тури бўйича Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан белгиланади. Бунда йиғимнинг энг кўп миқдори қонун ҳужжатларида белгиланган энг кам ойлик иш ҳақининг беш бараваридан ошиб кетиши мумкин эмас.

Лицензия даъвогарларининг аризаларини кўриб чиққанлик учун йиғим суммалари лицензияловчи орган ҳисобварағига ўтказилади.

Лицензия даъвогари берган аризадан воз кечган тақдирда тўланган йиғим суммаси қайтарилмайди.

Лицензия даъвогарининг аризасини барча зарур ҳужжатлар билан бирга олган кундан эътиборан ўттиз кундан ошмаган муддат ичида лицензияловчи орган намунавий (оддий) лицензия бериш ҳақида ёки беришни рад этиш тўғрисида қарор қабул қилади.

Намунавий (оддий) лицензия бериш ҳақида ёки беришни рад этиш тўғрисида қарор қабул қилишнинг энг кам муддатлари фаолиятнинг айрим турларини лицензиялаш тўғрисидаги низомларда белгилаб қўйилиши мумкин.

Лицензияловчи орган, зарур ҳолда, ўз маблағлари ҳисобидан тегишли хулосаларни тайёрлаш учун экспертларни шартнома асосида жалб этишга ҳақли.

Лицензияловчи орган лицензия даъвогарини қабул қилинган қарор тўғрисида мазкур орган тегишли қарорни қабул қилганидан кейин уч кун ичида хабардор қилиши шарт.

Лицензия бериш тўғрисида қарор қабул қилингани ҳақидаги хабарнома лицензия даъвогарига ёзма шаклда банк ҳисобварағи реквизитлари ва давлат божини тўлаш муддати кўрсатилган ҳолда юборилади (топширилади).

Лицензия беришни рад этиш ҳақидаги хабарнома лицензия даъвогарига ёзма шаклда, рад этишнинг сабаблари ва лицензия даъвогари кўрсатилган сабабларни бартараф қилиб, ҳужжатларни кўриб чиқиш учун такрор тақдим этиши мумкин бўлган муддат кўрсатилган ҳолда юборилади (топширилади).

Лицензия даъвогари лицензия бериш рад этилиши учун асос бўлган сабабларни бартараф этган тақдирда, лицензия даъвогарининг аризасини барча зарур ҳужжатлар билан бирга олган кундан эътиборан ўн кундан ошмаган муддат ичида лицензияловчи орган ҳужжатларни қайта кўриб чиқади. Лицензия даъвогарларининг аризаларини қайта кўриб чиққанлик учун йиғим ундирилмайди. Лицензия беришни рад этиш ҳақидаги хабарномада кўрсатилган муддат ўтгач, берилган ариза — янгидан берилган деб ҳисобланади.

Лицензия даъвогари давлат божи тўланганлигини тасдиқловчи ҳужжатни тақдим этган тақдирда ҳамда у лицензия шартномасини имзолаганидан кейин лицензия берилади.

Агар лицензиат унга лицензия бериш тўғрисидаги қарор қабул қилингани ҳақидаги хабарнома юборилган (топширилган) пайдан эътиборан уч ой ичида лицензияловчи органга лицензия берганлик учун давлат божи тўланганлигини тасдиқловчи ҳужжатни тақдим этмаган ёки лицензия шартномасини имзоламаган бўлса, лицензияловчи орган мазкур лицензияни бекор қилишга ҳақли.

Сўнг лицензия шартномаси тузилади. Лицензия шартномаси лицензияловчи орган ва лицензиатнинг ўзаро ҳуқуқлари ва мажбуриятларини белгиловчи ҳужжатдир.

Лицензия шартномаси қуйидагиларни ўз ичига олган бўлиши лозим:

- шартномани имзолаган шахсларнинг фамилияси, исми ва отасининг исми, лавозими;
- тарафларнинг реквизитлари;
- амалга оширилиши учун лицензия берилаётган фаолият турининг номи;
- лицензиатга қўйиладиган лицензия талаблари ва шартлари;
- чекланган амал қилиш муддатига бериладиган лицензиялар учун — лицензиянинг амал қилиш муддати;
- лицензия шартномасининг талаблари ва шартларини бузганлик учун тарафларнинг жавобгарлиги;
- лицензия шартномасининг талаблари ва шартларини лицензиат қандай бажараётганлигининг лицензияловчи орган томонидан назорат қилиниши тартиби;
- фаолиятнинг айрим турини лицензиялаш тўғрисидаги низомга мувофиқ бошқа маълумот.

Лицензия шартномаси икки нусхада — лицензиат ҳамда лицензияловчи орган учун биттадан нусхада тузилади.

Лицензия талаблари ва шартларига риоя этилиши устидан назорат амалга оширилаётганда лицензияловчи органлар ўз ваколатлари доирасида қуйидаги ҳуқуқларга этадирлар:

- лицензиатлар лицензия талаблари ва шартларига риоя этаётганлиги устидан қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда режали текширувлар ўтказиш;
- лицензиат томонидан лицензия талаблари ва шартлари бузилганлигидан гувоҳлик берувчи фактлар мавжуд бўлган ҳолларда, лицензиат лицензия талаблари ва шартларига риоя этаётганлиги устидан қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда режадан ташқари текширувлар ўтказиш;
- лицензия талаблари ва шартларига риоя этилиши устидан текширувлар ўтказилаётганда юзага келадиган масалалар бўйича лицензиатдан зарур маълумотларни талаб қилиш ва олиш;
- текширув натижалари асосида лицензиат йўл қўйган лицензия талаблари ва шартларининг аниқ қоидабузилишларини кўрсатган ҳолда далолатномалар (маълумотномалар) тузиш;
- лицензиат зиммасига аниқланган қоидабузарликларни бартараф этиш мажбуриятини юқловчи қарорлар чиқариш, бундай қоидабузарликларни бартараф этиш муддатларини белгилаш;
- лицензиянинг амал қилишини тўхтатиб туриш ёки тугатиш.

Лицензияловчи органлар қонун ҳужжатларига мувофиқ бошқа ваколатларни ҳам амалга оширишлари мумкин.

Назорат қилувчи ва ҳуқуқни муҳофаза қилувчи органлар лицензиат томонидан лицензия талаблари ва шартлари бузилишларига йўл қўйилганлигини аниқлаганлари тақдирда ўз ваколатлари доирасида лицензияни берган лицензияловчи органга аниқланган қоидабузарликлар ҳақида хабар қиладилар.

Лицензияни амал қилишни тўхтатиб туриш ёки тўла тугатиш ёки умуман бекор этиш мумкин.

Лицензиянинг амал қилиши қуйидаги ҳолларда тўхтатиб турилиши мумкин:

- лицензиат лицензия шартномасида назарда тутилган лицензия талаблари ва шартларини бузганлиги аниқланганда;
- лицензияловчи органнинг аниқланган қоидабузарликларни бартараф этиш мажбуриятини лицензиат зиммасига юқловчи қарори лицензиат томонидан бажарилмаганда.

Лицензиянинг амал қилишини тўхтатиб туриш лицензияловчи орган ёки суд томонидан амалга оширилади. Лицензиянинг амал қилиши лицензияловчи орган томонидан ўн иш кунидан кўп бўлмаган муддатга, суд томонидан эса ўн иш кунидан кўп бўлган муддатга тўхтатиб турилиши мумкин.



Лицензияловчи органнинг лицензиянинг амал қилишини тўхтатиб туриш тўғрисидаги қарори лицензиатга ёзма шаклда, қарор қабул қилинган кундан эътиборан уч кундан кечиктирмай етказилади. Лицензиянинг амал қилишини тўхтатиб туриш тўғрисидаги суд қарори лицензиатга ва лицензияловчи органга қонун ҳужжатларида белгиланган муддатларда етказилади.

Лицензияловчи орган ёки суд лицензиат лицензиянинг амал қилишини тўхтатиб туришга олиб келган ҳолатларни бартараф этиши учун муддат белгилаши шарт. Бунда лицензиянинг амал қилишини тўхтатиб туришга олиб келган ҳолатларни бартараф этиши учун суд қароридан белгиланган муддат олти ойдан кўп бўлиши мумкин эмас.

Лицензиат лицензиянинг амал қилишини тўхтатиб туришга олиб келган ҳолатларни бартараф этган тақдирда, лицензиянинг амал қилишини тўхтатиб туриш тўғрисида қарор қабул қилган лицензияловчи орган ёки суд кўрсатилган ҳолатлар бартараф этилганлиги тўғрисидаги тасдиқномани олган кундан эътиборан лицензиянинг амал қилишини тиклаш тўғрисида ўн кун муддат ичида қарор қабул қилиши шарт.

Лицензияловчи органнинг лицензиянинг амал қилишини тўхтатиб туриш тўғрисидаги қарори устидан судга шикоят қилиниши мумкин. Суд лицензиянинг амал қилишини тўхтатиб туришни асоссиз деб топган тақдирда, лицензияловчи орган лицензиат олдида унга етказилган зарар миқдоридан жавобгар бўлади.

Лицензиянинг амал қилишини тўхтатиб туриш ва тиклаш тўғрисидаги маълумотлар оммавий ахборот воситаларида эълон қилиниши керак.

Лицензиянинг амал қилиши қуйидаги ҳолларда тугатилади:

- лицензиат лицензиянинг амал қилишини тугатиш тўғрисида ариза билан мурожаат қилганда;
- юридик шахс тугатилганда - тугатилган пайтдан эътиборан ёки унинг фаолияти қайта ташкил этиш натижасида тугатилганда - қайта ташкил этилган пайтдан эътиборан, унинг ўзгартирилиши бундан мустасно;
- яқка тартибдаги тадбиркор давлат рўйхатидан ўтганлиги тўғрисидаги гувоҳноманинг амал қилиши тугатилганда;
- яқка тартибдаги тадбиркорнинг муомалага лаёқатлилиги белгиланган тартибда чекланганда ёки у муомалага лаёқатсиз деб топилганда;
- лицензиат лицензия шартномасида назарда тутилган лицензия талабларини ва шартларини мунтазам равишда ёки бир мартаба кўпол равишда бузганда;
- лицензиат лицензиянинг амал қилишини тўхтатиб туришига олиб келган ҳолатларни лицензияловчи орган белгилаган муддатда бартараф этмаганда;
- лицензияловчи органнинг лицензия бериш тўғрисидаги қарорининг қонунга хилофлиги аниқланганда;
- лицензиянинг амал қилиш муддати тугаганда.

Лицензиянинг амал қилишини тугатиш лицензияловчи орган қарорига биноан амалга оширилади.

Лицензияловчи органнинг лицензиянинг амал қилишини тугатиш тўғрисидаги қарори лицензиатга ёзма шаклда, қарор қабул қилинган кундан эътиборан уч кундан кечиктирмай етказилади.

Лицензиянинг амал қилишини тугатиш тўғрисидаги суд қарори лицензиатга ва лицензияловчи органга қонун ҳужжатларида белгиланган муддатларда етказилади. Лицензиат лицензиянинг амал қилишини тугатиш тўғрисидаги қарорни олган кундан эътиборан ўн кун ичида лицензия лицензияловчи органга қайтарилиши ва йўқ қилиниши керак.

Лицензия берганлик ва лицензиянинг амал қилиш муддатини узайтирганлик учун давлат божи ундирилади.

Лицензия берганлик ва лицензиянинг амал қилиш муддатини узайтирганлик учун давлат божи миқдорлари ва уни тўлаш тартиби Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан белгиланади.

Фаолиятнинг лицензияланадиган турининг бир қисми учун лицензия берганлик ва лицензиянинг амал қилиш муддатини узайтирганлик учун давлат божи ставкаларининг камайтирилган миқдорлари белгиланиши мумкин.

Лицензияга боғлиқ барча ишлар Патент идорасининг 21.09.2006 йил №56 “Патент эгасининг очиқ лицензия ва шу тўғрида ариза маълумотлари ҳақида аризаларнинг берилиши ва кўрилиши ҳақидаги Қоида” асосида олиб борилади.

Ушбу қоидада: “Ихтиролар, фойдали модел ва саноат намуналари тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси қонунига асосан патент эгасига лицензия очиш ҳақида Патент идорасига ариза бериш ҳуқуқи берилган. Бу сизнинг ўзингиз эга бўлган патентдан бошқа биров фойдаланганлиги учун лицензия тўлови олишингиз учун амалга ошириладиган процедурадир. Агар сиз интеллектуал мулк соҳасида бизнес қилмоқчи бўлсангиз, бу процедура сиз учун жуда муҳимдир.

Агар, патент лицензион шартномада бўлса, унинг тугаши муддатигача ариза берилмайди, берилган тақдирда у кўриб чиқилмайди.

Лицензия ишларини патент эгаси мустақил равишда олиб боради, расмийлаштирилиши қонун ва Патент идорасининг қонунлари бўйича олиб борилади. Барча лицензия ишлари учун ҳам маълум миқдорда патент божи тўланади.

Патент эгасининг ҳоҳлаганича саноат мулкидан фойдаланишга ҳуқуқ – лицензия бериш учун Патент идорасига қуйидаги ҳужжатлар топширилади:

а) форма асосида лицензия очиш тўғрисида ариза. Ариза ўзбек ва рус тилида бўлиши мумкин.

Битта патентга битта ариза берилади ва ҳамма муаллифлар қўл қўйиш шарт;

б) патентнинг ҳақиқий ўзи;

в) меросхўрлик ҳақидаги ҳужжат;

г) вакилликга ишончнома (агар бўлса);

д) патент божлари тўланганлиги ҳақида ҳужжат.

Ушбу ўз вақтида топширилмаса, ариза кўриб чиқилмайди. Барча ҳужжатлар топширилгандан сўнг Патент идораси, ҳужжат келган кундан 15 кун ичида ҳужжатлар текширилиб қабул қилиниши ёки йўқлиги маълум қилинади. Агар бирор ҳужжат етишмаса 3 ой муддатда берилиши керак бўлади.

Патент идораси бюллетенига, қабул қилинган патент номери, ариза номери, регистрация ҳақидаги маълумотлар ва Халқаро патент классификацияси индекси (МПК), саноат мулки патенти объектининг номи, патент эгаси ва ёзиш учун адреслар бюллетенда эълон қилинади.

Патент лицензияларининг сотилиши, олинishi қонунда ва қоидада кўрсатилган тартибда шартнома асосида бажарилади, шартномада кўрсатилган муддат асосида, келишилган шароитда фойдаланилади.

### **Лицензиялаш жараёни - мисол: Улгуржи савдо**

Улгуржи савдо бу пул кўчириш йўли билан тижорат мақсадида ёки шахсий ишлаб чиқариш, хўжалик эҳтиёжлари учун маҳсулотни сотиб олиш тушунилади.

Аввало ушбу фаолият учун лицензия олиш зарур. Улгуржи савдо билан фақат юридик шахс мақомига эга корхоналар шуғулланиши мумкин.

Юридик шахс мақомига эга шахслар:

- Ўзбекистон Республикаси улгуржи савдо тўғрисидаги қонунлари риоя қилса;
- Низом фонди шаклланганда энг кам ойлик иш ҳақини 3500 дан кам бўлмаган, шундан 1200 пул кўринишида;

Сертификат олиш шарт бўлган маҳсулотларни сертификатлари бор бўлганда улгуржи савдо учун лицензия ўзи яшаб турган ҳудуд ҳокимияти томонидан берилади. Лицензия чекланмаган муддатга берилади.

Лицензия олиш учун қуйидаги ҳужжатлар тақдим этиш керак бўлади:

- ўрнатилган тартибда ёзилган ариза;
- гувоҳномани нотариал тасдиқланган нусхаси;
- низом фонди шаклланганлиги ҳақидаги ҳужжатлар нусхаси;
- лицензия учун тўланган тўловлар ҳужжати.

Муддат 2 иш кунда қарор чиқарилади ва бир кунда талабгорга хабар берилади.

## **Бизнесни молиялаш ва кредит механизми**

Пул оқими истаган бир муваффақиятли бизнеснинг мустаҳкам асосидир. Тадбиркорнинг корхонани ташкил қилиш, уни ривожлантириш учун ресурслар, маблағлар ва бошқаларни топа олиш қобилияти ушбу бизнеснинг ривожланиши учун муҳим аҳамиятга эга. Муваффақиятли

тадбиркор улар керак бўлиб қоладиган истаган бир дамда ресурсларга томон йўл очиш стратегиясига эга бўлиши керак.

Сизнинг ажойиб маҳсулотингиз бўлиши ва унга талаб катта бўлиши ҳам мумкин. Лекин шундай ҳолатда ҳам бизнесингиз орқага кетиши мумкин. Чунки бозордаги талаб сизнинг уни қондира олишингиз имкониятидан катта бўлиши мумкин. Бундай пайтда сиз ишлаб чиқаришни кескин ошира олишингиз керак бўлади. Бу учун эса сизга катта миқдорда пул керак бўлади.

Жуда кўпчилик бизнесларнинг синишига ҳам айнан керакли пулнинг вақтида топилмаганлиги сабаб бўлади. Кўпчилик тадбиркорлар корхонани ташкил қилиш ва унинг ўзини-ўзи маблағ билан таъминлай бошлагунича ривожлантириш учун керак бўладиган капиталнинг суммасини тегишлича баҳолай олишмайди.

Албатта, пул керак, лекин бу пулнинг ҳаммаси фақат сизники бўлиши ва нақд пулингиз бўлмаса бизнес бошлай олмайсиз дегани эмаску. Бу мақсадда сиз бошқа одамларнинг пулларини ишлатишингиз мумкин.

Ҳар қандай кичик ва ўрта бизнес корхонаси маълум миқдордаги капитал негизига қурилади. Тадбиркорлик фаолияти ўз ихтиёридаги озми-кўпми мавжуд маблағдан самарали фойдаланиш учун фаоллик ва ташаббускорликни талаб қилади. Бунинг учун тадбиркор ўз ихтиёридаги маблағ ҳақида тўлиқ ва аниқ маълумотга эга бўлиши керак. У маблағлар ҳаракати ва бу маблағларнинг келиб чиқиш манбаларини ҳисобга олиши зарур.

Агар сота олмасангиз, тадбиркор бўла олмайсиз, чунки бизнесингиз учун пул йиға олмайсиз. Агар сизнинг сотиш бўйича ҳеч қандай тажрибангиз бўлмаса, яхшиси олдин бирор магазинда сотувчи бўлиб ишга кириш ёки тармоқли маркетинг компаниясининг дистрибьютори сифатида бироз вақт ишлаб кўринг. Бу сизнинг одамлар билан мулоқот қилиш қобилиятингизнинг ошишига, бошқалар билан тез контакт қила олишингизга ва ўз маҳсулотингизни презентация қила олишни ўрганишингизга олиб келади. Бу эса сизнинг ўз бизнесингиз учун пул йиға олишингизни осонлаштиради.

Капитални бошловчи тадбиркор қуйидаги йўллар билан топиши мумкин:

1. Таъсисчилардан олиши
2. Дўстлари ва оила аъзоларидан олиши.
3. Банклар ва бошқа ташкилотлардан кредит олиши.
4. Лизинг олиши.
5. Грант олиши.
6. Интеллектуал мулкни пулга айлантатириши.
7. Бўлғуси мижозлардан пул олиши.
8. Етказиб берувчилардан олиши.
9. Инвесторлардан олиши.
10. Қимматли қоғозлар очиқ бозоридан олиши.

Албатта, сиз кимнингдир олдига бориб: “Мен бизнес бошламоқчиман” дейишингиз билан улар сизга пулни кўшқўллаб топшириб қўйишмайди. Бу бизнесингизни ўша сиз пул сўрамоқчи бўлган одамга қандай фойдаси

борлигини кўрсатиб бера олсангиз ва уни шунга ишонтира олсангизгина унинг пулини ишлатиш ёки ресурсидан фойдаланиш имкониятини кўлга киритишингиз мумкин. Албатта бунда бизнесингизнинг жиловини пул берган кишининг кўлига тутқазиб қўймасликни ҳам уйдлашингиз керак бўлади.

Бунинг учун эса сиз ижодкор бўлишингиз ва ҳар битта одамга ўзига хос ёндашувни амалга оширишингиз керак бўлади. Бундан ташқари ўзингизни ва бизнесингизни тегишли ракурсада реклама қила олишингиз, ўзингиз ҳақингизда бутун атрофда “шовқин” кўтаришларига эришишингиз ҳам сизга пул беришларини таъминлашингизда асосий роль ўйнайди.

Кичик ва ўрта бизнес тараққиётида кредит ўта муҳим аҳамиятга эга. Ўзбекистонда тадбиркорликни мустаҳкам асосга қўйиш учун барча шарт – шароитларни яратишга ҳаракат қилинмоқда.

Кредит қуйидаги турларда бўлиши мумкин:

- **Тижорат** ■ **Имтиёзли**
- **Истъемол** ■ **Муддатига кўра**
- **Ипотека кредити** ■ **Йўналишига кўра**

Имтиёзли кредит - марказий банк томонидан белгиланган қайта молиялаш ставкасидан паст (12%) бўлган тижорат банклари томонидан бериладиган кредит.

Тижорат кредити - қайта молиялаш ставкасидан юқори бўлган, тижорат мақсадида бериладиган кредитлардир.

Йўналишига кўра - асосий воситалар учун ёки айланма маблағларни тўлдириш учун бериладиган кредитлар мавжуд.

**Фойдаланиш йўналишларига кўра микрокредитлар берилади:**

- Бошланғич (старт) сармоясини шакллантириш учун берилади;
- Бизнесни ривожлантиришга (кенгайтиришга) ва айланма маблағларни тўлдиришга берилади.

Бошланғич (старт) сармоясини шакллантириш учун микрокредит йилига 3 фоиз ставка бўйича 18 ой муддатгача: (ЎзР ВМ 17.12.2008 й. 273-сон Қарори)

**Микрокредитлар ва микролизинг берилмайди:**

- Илгари олинган кредитларни ёки бошқа ҳар қандай қарзларни тўлашга берилмайди;
- Тамакичиликни ва алкогольли ичимликларни ишлаб чиқаришни ташкил этишга; лотереялар ташкил этишга берилмайди

2001 йилнинг 10 сентябрида Вазирлар Маҳкамасининг 366 – сонли «Кичик корхоналар, деҳқон ва фермерлар хўжаликларини маблағ билан таъминлаш, моддий – техник таъминлаш, уларга божхона имтиёзлари бериш, банк хизматлари ва бошқа хизматлар кўрсатиш бўйича қўшимча чора – тадбирлар тўғрисида»ги қарори қабул қилинди.

Унда белгиланган вазифаларнинг асосий мазмунига кўра, ўз фаолиятини энди бошлаган кичик корхоналар, микрофирмалар, фермерлар ва

юримдик мақомга эга бўлган деҳқон хўжаликлари учун дастлабки сармоя ажратиш масалалари киритилган.

Мазкур маблағ ўз фаолиятини бошлаганига 6 ойдан ошмаган тадбиркорлик субъектларига берилади.

Бу маблағдан фойдаланганлик учун ўрнатиладиган устама фоиз даражаси Марказий банкнинг қайта молиялаштириш ставкасининг олтидан бир қисми миқдорига, имтиёзли фоиз ставкаси бўйича 3 йилгача бўлган муддатга узайтириш ҳуқуқисиз, микрофирмалар ва юримдик мақомга эга деҳқон хўжаликлари учун энг кам ойлик иш ҳақининг 150 баробари миқдоригача, ҳамда кичик корхона ва фермер хўжаликлари учун энг кам иш ҳақининг 300 баробари миқдоригача белгиланган.

Шу билан бирга, кредит фоиз тўловини 12 ойга кечиктириш ва асосий қарзни қайтариш кредит олгандан кейин 18-24 ой ўтгач бошлаш шартларида берилади.

Ўзбекистон Республикасининг Марказий банки 2000 йил 22 февралда 463-сонли қарор билан «Тижорат банклари томонидан юримдик шахс мақомини олмасдан фаолият кўрсатаётган якка тартибдаги тадбиркорлар ва деҳқон хўжаликларини миллий ва чет эл валютасида микрокредитлаш тартибини» белгилади.

У юримдик шахс мақомини олмасдан фаолият кўрсатаётган якка тартибдаги тадбиркорлар ва деҳқон хўжаликларини ривожланиши учун шарт шaroитлар яратишга қаратилган.

Республикамизда тижорат банклари томонидан микрокредитлар бериш қуйидаги тамойилларга асосланади:

- тўловлилик;
- таъминланганлик;
- муддатлилик;
- қайтаришлик;
- мақсадли фойдаланиш.

Юримдик шахс мақомини олмасдан фаолият кўрсатаётган якка тартибдаги тадбиркорлар ва деҳқон хўжаликларига бериладиган микрокредитлар деганда, кредит бериладиган кундаги биржадан ташқари валюта бозори курси ҳисобида 5000 АҚШ долларига эквивалент валютада бериладиган кредитлар тушунилади.

Бундай микрокредитлар қарз олувчиларга қуйидаги мақсадлар учун берилади:

- кичик (мини) ускуналарни ҳарид қилиш;
- хом ашё ва материалларга бирламчи ишлов бериш;
- хусусий ишлаб чиқаришни ривожлантириш ва кенгайтириш;
- меҳнат қуроллари, хом ашё, ярим тайёр маҳсулотлар ва ёрдамчи ашёларни ҳарид қилиш;
- халқ бадий хунармандчилиги ва амалий санъати буюмларини ишлаб чиқариш;
- хунармандчиликни ривожлантириш, уй меҳнати (касаначилиқ)ни ташкил этиш;

- сервис хизмати ва маиший хизмат кўрсатишни ривожлантириш;
- соғлиқни сақлашни ривожлантириш;
- сайёҳлик (туризм) соҳасини ривожлантириш;
- кичик кўламдаги ишлаб чиқаришни ташкил этиш;
- Ўзбекистон Республикасининг амалдаги қонунчилиги билан тақиқланмаган халқ истеъмоли молларини ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳаси билан боғлиқ тадбиркорлик фаолиятини бошқа турлари.

Тижорат банклари микрокредитларни қарз олувчиларга шартнома асосида 3 йилгача бўлган муддатга берадилар. Кредитлар мижознинг талаб қилиб олинадиган кредит ҳисоб-режими жойлашган манзил бўйича берилади.

Микрокредитларнинг 50 фоизигача миқдорини 1,5 йилгача бўлган муддатда қайтариш шарти билан нақд пулда берилиши мумкин.

Микрокредитлардан фойдаланганлик учун фоиз ставкалари қарз миқдори олувчи ва банк ўртасидаги ўзаро келишувга кўра кредит шартномаси асосида, аммо Марказий банк томонидан расман ўрнатилган қайта молиялаш ставкасидан юқори бўлмаган миқдорда белгиланади.

Кредитнинг қайтарилмай қолиш хавфини олдини олиш мақсадида қарз олувчи банкка қуйидаги таъминот турларидан бирини тақдим этиш ҳуқуқига эга:

- мулк ёки қимматли қоғозлар гарови;
- банк ёки суғурта ташкилоти кафолати;
- учинчи шахснинг кафиллиги;
- суғурта компаниясининг қарз олувчининг кредитни қайтара олмаслик хатарини суғурта қилингани тўғрисидаги суғурта полиси.
- фуқаролар йиғинларининг маҳалла, қишлоқ, овул кенгашлари кафиллиги.
- Техника ва технологиялар.

Банклар, ўзлари билан доимий алоқага эга, банк ҳисоб рақамида доимий пул оқими мавжуд бўлган, яхши обрў ва кредит тарихига эга қарз олувчиларга бланкли (ишончли) микрокредит бериш ҳуқуқига эгадирлар (кредит таъминоти талаб қилинмайди).

Ўзбекистон Республикасининг "Гаров тўғрисида"ги Қонунига мувофиқ, муомаладан чиқарилган буюмлардан ташқари, ҳар қандай мулк, шу жумладан буюмлар ва мулкый ҳуқуқлар, қимматбаҳо буюмлар, заргарлик буюмлари, эркин айирбошладиган валюта ва бошқалар гаров предмети бўлиши мумкин.

Кредит ҳисобига сотиб олинган мулк, унинг қийматини 80 фоизи миқдорида мазкур кредит бўйича гаров предмети бўлиб хизмат қилиши мумкин.

Кредитларни мижознинг талаб қилиб олингунча депозит ҳисоб рақами жойлашган манзил бўйича берилади.

Нақд пул шаклида берилган микрокредитларни қайтариш ва уларнинг фоизларини тўлаш мажбурий тарзда банк кассасига нақд пул топшириш йўли билан амалга оширилади.

Тижорат банклари кредитдан фойдаланишнинг бутун муддати давомида доимий мониторингни амалга оширади ва у қарз олувчи томонидан унинг лойиҳаси ва кредит шартномаси шартларининг амалга оширилишига ҳар томонлама кўмаклашишга қаратилган.

Мониторинг жараёнида банкка берилган гаров ҳолати ва кредитдан самарали ҳамда мақсадли фойдаланиш бўйича жойларга бориб текширувлар ўтказиб турилади.

Чет эл валютасидаги микрокредитлар банклар билан қарз олувчилар ўртасида тузиладиган кредит шартномаларида белгиланадиган тижорат шартлари асосида нақд пулсиз шаклда берилади.

Тижорат банклари томонидан юридик шахс мақомини олиб фаолият кўрсатаётган фермерлик хўжаликлари ва кичик бизнеснинг бошқа субъектларини миллий ва чет эл валютасида микрокредитлашда бир қатор ўзига хосликлар мавжуд.

Юридик шахс мақомини олиб фаолият кўрсатаётган фермер хўжаликлари ва кичик бизнеснинг бошқа субъектларига бериладиган микрокредитлар - кредит бериладиган кундаги биржадан ташқари валюта бозори курси ҳисобида 10000 АҚШ доллорига эквивалент миқдордан ошмайдиган ҳажмда миллий ёки чет эл валютасида бериладиган қарздор.

Микрокредитлар фақат Ўзбекистон Республикаси резидентларига берилади.

Фақат деҳқон ва фермер хўжаликларига микрокредитларнинг 50% - гача миқдорини аҳолидан чорва моллари, парранда ва қўчатларни сотиб олишга, 1,5 йилгача бўлган муддатда қайтариш шарти билан, нақд пулда берилишига рухсат берилади.

Банклар ўз даромадлари ҳисобидан махсус микрокредитлаш жамғармасини ташкил этишлари зарур.

Вазирлар Маҳкамасининг қарорига мувофиқ кичик ва ўрта бизнесни ривожлантириш учун берилган хорижий банклар кредит линиялари доирасида лойиҳаларни танлаб олиш ва маблағ билан таъминлашни бошлаш механизми белгилаб берилган.

Хорижий кредит линиялари ҳисобига маблағ билан таъминлашнинг устувор ҳуқуқига куйидагилар эга бўлади:

- экспортга мўлжалланган маҳсулотларни ишлаб чиқариш;
- кишлоқ хўжалиги маҳсулотларини ва бошқа маҳаллий хом ашё ресурсларини қайта ишлаш;
- машинасозлик ва электрон саноати учун деталлар ва узеллар ишлаб чиқариш;
- кундалик эҳтиёждаги халқ истеъмоли товарлари ишлаб чиқаришни назарда тутадиган инвестиция лойиҳалари.

Хорижий кредит линиялари ҳисобига инвестиция лойиҳаларини амалга ошириш учун кредитлар кичик фирмаларга, кичик ва ўрта корхоналарга берилади.

Кичик ва ўрта тадбиркорлик субъектларига кредит олиш учун зарур бўлган техник - иқтисодий ва юридик ҳужжатларнинг тўлиқ пакетини ишлаб



чиқиш ва танлаб олиш бўйича хизматларнинг тўлиқ комплексини тақдим этиш:

- намунавий лойиҳа бўйича - "Ўзинвестлойиҳа" республика инжиниринг компанияси, Ўзбекистон Республикаси Ташқи иқтисодий алоқалар вазирлиги ва тижорат банклари томонидан;

- якка тартибдаги лойиҳалар бўйича - "Ўзинвестлойиҳа" компанияси ва тижорат банклари томонидан амалга оширилади.

Намунавий лойиҳа қуйидагиларни ўз ичига олади:

- харид қилинган асбоб-ускуналарнинг техник-иқтисодий параметрлари;

- асбоб-ускуналардан фойдаланиш шартлари;

- лойиҳа самарадорлигини баҳолаш;

- лойиҳани қарзга олинган маблағлар ҳисобига маблағ билан таъминлаш ва қарзни узишнинг асосий шартлари.

Ваколатли банк икки ҳафта муддатда намунавий лойиҳаларни уларнинг иқтисодий самарадорлигини аниқлаш мақсадида дастлабки экспертизадан ўтказди.

Дастлабки экспертиза натижаси ижобий бўлган тақдирда намунавий лойиҳалар Ташқи иқтисодий алоқалар вазирлига ва ваколатли банк раҳбарияти томонидан тасдиқланади.

Намунавий лойиҳа тасдиқлангандан кейин ваколатли банк намунавий лойиҳалар тўғрисидаги ахборотларни ва ушбу лойиҳаларни амалга ошириш учун кредитлар берилиши юзасидан танлов ўтказиш шартларини оммавий ахборот воситаларида эълон қилади ёки кичик ва ўрта бизнес субъектларига етказди.

Сўнгра қарз олувчи лойиҳа мақсадини кўрсатган ҳолда ўз буюртманомасини ёки ўзи танлаган намунавий лойиҳани хорижий кредит линияси берилган ваколатли банк бўлинмасига беради. Буюртманомага банк белгилаган талабларга мувофиқ кредитни таъминлаш бўйича ҳужжатлар пакети илова қилинади.

Кредит олишга буюртманомаларни кўриб чиқиш ва тендер ғолибини аниқлаш учун ваколатли банк муассасасида Товар ишлаб чиқарувчилар ва Тадбиркорлар палатаси раҳбари бошчилигида доимий ишловчи танлов комиссияси тузилади.

Ваколатли банк бир ой ичида манфаатдор ташкилотлар иштирокида қуйидагиларни амалга оширади:

- тадбиркор томонидан тақдим этилган ҳужжатларни кўриб чиқади, ундаги мавжуд ишлаб чиқариш базасининг айtilган мақсадларга ва белгиланган устуворликларга мувофиқлигини текширади;

- кредитни бериш, ундан мақсадли фойдаланишни назорат қилиш ва уни ўз вақтида қайтаришини таъминлашнинг техник ва ташкилий тартибини ишлаб чиқади;

- эксперт хулосалари билан бирга, кредит олишга буюртманомаларни танлов комиссиясига кўриб чиқиш учун тавсия этади.

Танлов комиссияси танловни якунлайди ва унинг ғолибини эълон қилади.

Танлов комиссиясининг барча аъзолари томонидан имзоланган ва унинг раиси томонидан тасдиқланган хулоса банкнинг кредит қўмитаси кўриб чиқиши ва кредит бериш тўғрисида қарор қабул қилиши учун асос бўлиб ҳисобланади.

### Ўзбекистон Республикасида кредит хизматини кўрсатувчи банклар:

1. Ташқи иқтисодий фаолият Миллий банки	7. Қишлоқ қурилиш банки (Ғаллабанк)	15. Капитал банк	24. Royal Bank of Scotland O'zbekiston MB
2. Халқ банки	8. Турон банк	16. Туркистон банк	25. Содерот Иран
3. Асака банки	Э.Микрокредитбанк	17. Самарқанд банк	26. Invest Finance Bank
4. Ипотека банки	10. Ўзбек-Герман. «Савдогар» банки	18. Универсал банк	27. Amirbank
5. Ўзбекистон саноат-қурилиш банки	11. Алоқа банк	19. Равнақ-банк	28. Asia Alliance Bank
6. Агробанк (Пахтабанк)	12. Траст банк	20. Давр-банк	29. Hi-Tech Bank
	13. Ипак Йули банки	21. Кредит-Стандарт	30. Orient finans
	14. Хамкор банк	22. ЎзКДБ Банк	
		23. ЎТ-Банки	

### Ўзбекистон банклари манзиллари ва контактлари

<b>Номи</b>	<b>АТ Саноат-қурилиш банки</b>
Телефон	8(371) 120-45-01; 200-43-43
Телефон доверия	(8 371) 120-36-32, 120-35-94,
Факс	(99871) 120-35-94, 233-34-26,
Сайт	<a href="http://www.uzpsb.uz">www.uzpsb.uz</a>
Манзилгоҳ	100000, Тошкент ш., Юнусобод т-ни, Шахрисабз кўч, 3

<b>Номи</b>	<b>"Ипотекабанк" АТИБ</b>
Телефон	+998 (71) 150-89-56
Телефон доверия	8 (371) 150-89-55
Факс	+998 (71) 150-98-25
Сайт	<a href="http://www.ipotekabank.uz">www.ipotekabank.uz</a>
Манзилгоҳ	100000, Тошкент шаҳри, Пушкин кўчаси, 17-уй

<b>Номи</b>	<b>"Асака" ДАТБ</b>
Телефон	(99871) 200-55-22
Телефон доверия	(99871) 120-82-88
Факс	(99871) 120-86-91
Сайт	<a href="http://www.asakabank.com">www.asakabank.com</a>
Манзилгоҳ	100015, Тошкент шаҳри,

<b>Номи</b>	<b>"КДБ Банк" ЁАЖ</b>
Телефон	(99871) 120-80-00, 120-80-01 120-61-49
Факс	(998 71) 120-69-70, 232-08-00
Сайт	<a href="http://www.kdb.uz">www.kdb.uz</a>
Манзилгоҳ	100000, Тошкент шаҳри, Пушкин кўчаси, 1-уй
Транспорт	метронинг "Амир

	Нукус кўчаси 67-уй	узб	Темур" бекати
<b>Номи</b>	<b>ЎзР ТИФ Миллий банки</b>	<b>Номи</b>	<b>АТ "Қишлоқ қурилиш банк"</b>
Телефон	(998 71) 233-60-70, 235-90-60	Телефон	(+998 71) 150-39-93, 150-93-39
Телефон доверия	8 (371) 234-14-14 8 (371) 234-90-60 8 (371) 235-90-60 8 (371) 234-4	Факс	(998 71) 236-14-17
Факс	(+998-71) 235-90-20	Сайт	<a href="http://qgb.uz">qgb.uz</a>
Сайт	<a href="http://www.nbu.com">www.nbu.com</a>	Манзилгоҳ	100060, г. Ташкент, ул. Шахрисабзская, 36
Манзилгоҳ	г. Ташкент, 100084, ул. А. Темура, 101	Транспорт узб	13-трамвай, остановка ТАДИ
<b>Номи</b>	<b>«Invest Finance Bank»</b>	<b>Номи</b>	<b>ХАБ "Трастбанк"</b>
Телефон	(998 71) 140-50-60	Телефон	(998 71) 140-00-88
Факс	(99871) 140-50-70	Телефон доверия	(+99871) 244-25-73
Сайт	<a href="http://www.infinbank.com">www.infinbank.com</a>	Факс	(998 71) 244-76-61
Манзилгоҳ	100 011 Тошкент ш., Шайхонтахур тумани, Навоий кўчаси 18-б уй	Сайт	<a href="http://www.trustbank.uz">www.trustbank.uz</a>
		Манзилгоҳ	Тошкент шаҳри, Шайхонтахур тумани, Навоий кўчаси 7-уй
<b>Номи</b>	<b>"Агробанк" АТБ</b>	<b>Номи</b>	<b>АТБ «Asia Alliance bank»</b>
Телефон	(998 71) 120-88-33, 150-53-95, 277 08 22	Телефон	(+99871) 231-60-00, (+99871) 231-60-06
Телефон доверия	(371) 150-67-65	Телефон доверия	(+99871) 289-42-42; (+99871) 231-60-43; (+99871) 231-60-27
Факс	(998 71) 150-53-95	Факс	(+99871) 289-64-44
Сайт	<a href="http://www.agrobank.uz">www.agrobank.uz</a>	Сайт	<a href="http://www.aab.uz">www.aab.uz</a>
Манзилгоҳ	100096, Тошкент, Муқимий кўчаси, 43.	Манзилгоҳ	100047, г. Ташкент, улица Тараққиёт, 2а
<b>Номи</b>	<b>"Микрокредитбанк" АТБ</b>	<b>Номи</b>	<b>"Алоқабанк"</b>
Телефон	(+99871) 202-99-99	Телефон	(+998 71) 230-77-77
Телефон доверия	(+99871) 273-04-40	Факс	(+998 71) 233-47-10
Факс	(+99871) 273-05-90	Сайт	<a href="http://www.aloqabank.uz">www.aloqabank.uz</a>
Сайт	<a href="http://www.mikrokreditbank.uz">www.mikrokreditbank.uz</a>	Манзилгоҳ	100015, Тошкент шаҳар, Ойбек кўчаси 30-уй
Манзилгоҳ	Тошкент шаҳар, Чилонзор тумани, Лутфий кўчаси, 14		
<b>Номи</b>	<b>Халқ банки</b>	<b>Номи</b>	<b>Ўзбек-Турк қўшма банки "ЎТ-Банк"</b>

Телефон 8 800 200-00-55, (8-371)  
273-69-15, 273-69-16, 150-  
13-23

Факс (998 71) 273-69-13

Сайт [www.halkbank.uz](http://www.halkbank.uz)

Манзилгоҳ 100096, г.Ташкент,  
ул.Катартал,46

**Номи АТ Турон банки**

Телефон (998 95) 144-60-00

Телефон доверия (998 71) 244-38-76

Факс (998 71) 244-88-65

Сайт [www.turonbank.uz](http://www.turonbank.uz)

Манзилгоҳ 100011 Тошкент шаҳар,  
Абай кўчаси, 4А -уй

**Номи "Universal Bank" ХАТБ**

Телефон +998(71) 150-39-90

Телефон доверия +998(71) 150-39-91

Факс +998(73) 542-05-78

Сайт [www.universalbank.uz](http://www.universalbank.uz)

Манзилгоҳ 113000, Кўқон ш. ,  
Истиклол кўчаси ,18 (Бош  
банк ) 100000, Тошкент ш.,  
Матбуотчилар кўчаси, 32

**Номи Ўзбекистон-Германия  
"Савдогар" АТБ**

Телефон (8-371) 252-72-21, 254-19-  
91, 281-30-29, 254-18-65

Факс (99871) 254-24-13

Сайт [www.savdogarbank.uz](http://www.savdogarbank.uz)

Манзилгоҳ 100060, город Ташкент,  
ул.Сайида Барака, 78

**Номи "Ипак Йўли" АИТБ**

Телефон (+998-71) 120-00-09, (+998-  
71) 140-69-00

Телефон 140-78-33

Телефон (998 71) 273-83-24,  
273-83-25

Факс (998 71) 120-63-62,  
273-90-51

Сайт [www.utbk.com](http://www.utbk.com)

Манзилгоҳ 100043 Тошкент  
шаҳри, Бунёдкор  
кўчаси. 15 АБВ

**Номи АТБ "Капиталбанк"**

Телефон (99871)200 15 15, 200  
16 16

Телефон доверия +(998 71) 236-20-83

Факс (99871) 232 26 07

Сайт [www.kapitalbank.uz](http://www.kapitalbank.uz)

Манзилгоҳ 100000, Тошкент ш.,  
Миробод т-ни,  
Матбуотчилар кўч, 32

**Номи Эрон "Содерот"  
банкнинг Тошкент  
шаҳридаги шўба  
банки**

Телефон (99871) 252-11-61, 252-  
68-49

Факс (99871) 252-11-61

Сайт [www.saderatbank.uz](http://www.saderatbank.uz)

Манзилгоҳ 100060, Тошкент  
шаҳар, Чехов  
кўчаси,10-уй

**Номи "Hamkorbank" АТБ**

Телефон 0 800 1 200 200

Телефон доверия (0 371) 150-91-22

Факс (+998 74) 298-10-10

Сайт [www.hamkorbank.uz](http://www.hamkorbank.uz)

Манзилгоҳ 110011, Андижон  
шаҳар, Бобур-шоҳ  
кўчаси, 85-уй

**Номи "Даврбанк" ХАТБ**

Телефон +99871 207-09-09

Сайт [www.davrbank.uz](http://www.davrbank.uz)

доверия

Факс (+998-71) 140-69-05 Манзилгоҳ 100011,город Ташкент,  
ул.Шимолий Алмазар,  
17Б

Сайт [www.ipakyulibank.com](http://www.ipakyulibank.com)  
100135, Тошкент шаҳар,  
Манзилгоҳ Чилонзор тумани, Фарход  
кўчаси, 12

**Номи** ХОАТБ "Orient Finans"

Телефон +998(71) 140 70 00

Телефон доверия 200-88-99(контакт центр)

Факс (+998 71) 140 66 98

Сайт [www.ofb.uz](http://www.ofb.uz)

Манзилгоҳ 100029, г.Ташкент,  
ул.Яккачинор, д. 7а

**Номи** "Туркистон" ХТАБ  
Телефон (+99 871) 200 00 08  
(+99 871) 232 09 34

Факс (+99 871) 233 55 67

Сайт [turkistonbank.uz](http://turkistonbank.uz)

Манзилгоҳ 100000, г.Ташкент, 1-й  
проезд Амира Темура,  
д 6

**Номи** ХАТБ "RAVNAQ-BANK"

Телефон + 99871 202 3333, + 99871  
202 4444

Телефон доверия +998 (71) 202 06 66

Факс (+99871) 202 0333

Сайт [www.ravnaqbank.uz](http://www.ravnaqbank.uz)

Манзилгоҳ Узбекистон Республикаси  
Ташкент ш. 100021 Фуркат-  
2 кучаси

**Номи** «Hi-Tech Bank»  
ХЁАТБ

Телефон + (998 71) 150 33 66

Телефон доверия + (99 871) 150-68-31

Факс + (998 71) 150 44 66

Сайт [www.htb.uz](http://www.htb.uz)

Манзилгоҳ г. Ташкент,  
Мирабадский район,  
ул.Тараса Шевченко  
36А,36Б

Ушбу банклар ҳақида тўлиқ маълумот ва уларнинг бутун Ўзбекистон бўйича филиаллари тўғрисида [http://bank.uz/uz/list/?org\\_category=1](http://bank.uz/uz/list/?org_category=1) саҳифасида маълумот олишингиз мумкин.

Қуйида микрокредитлар бериш билан шуғулланувчи Ўзбекистондаги иккита банк ҳақида қисқача маълумотлар берилди:

### Микрокредит банк:

Микрокредит банк томонидан имтиёзли микрокредитлар берилди ва микролизинг хизматлари кўрсатилади:

- тадбиркорлик фаолиятини бошлаш учун касб-хунар коллеж битирувчиларига ота-оналар кафиллиги остида 18 ойгача энг кам иш ҳақининг 50 бараваригача, жисмоний шахсларга энг кам иш ҳақининг 50 бараваригача, юридик шахс мақомига эга бўлмаган кичик корхоналарга энг кам иш ҳақининг 50 бараваригача, юридик шахс мақомига эга бўлган

- кичик корхоналарга энг кам иш ҳақининг 100 бараваригача, фермер хўжаликларига энг кам иш ҳақининг 200 баробаригача йиллик 3 фоиз даражасида имтиёзли микрокредитлар;
- кичик бизнес субъектлари фаолиятини кенгайтириш ва айланма маблағларини тўлдириш учун энг кам иш ҳақининг 500 бараваригача 24 ойга йиллик 6 фоиз даражасида имтиёзли микрокредитлар;
  - кичик бизнес субъектлари учун энг кам иш ҳақининг 2000 бараваригача 3 йил йиллик 5 фоиз даражасида имтиёзли микролизинг хизматлари.

Қарз олувчилар микрокредит олиш учун банкка қуйидаги ҳужжатларни тақдим этадилар:

- микрокредит олиш учун буюртманома;
- бизнес-режа, пул оқимлари прогнозини албатта кўрсатган ҳолда;
- микрокредитнинг қайтарилиши таъминланиши билан боғлиқ ҳужжатлар, шу жумладан қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда тўлдирилган бухгалтерия ва молиявий ҳисоботлар маълумотлари.

Тақдим этиладиган бизнес-режа микрокредит олиш учун буюртманома берилган санадан кўпи билан 60 кун олдин тузилган бўлиши керак. Кредит берувчи банк ходими кредит ҳужжатларини олгач ва уларнинг тўлиқлигини текширгач буюртманомани махсус дафтарда рўйхатдан ўтказилади, дафтарга тартиб рақами қўйилади, ип ўтказиб тикилади, банк муассасасининг раҳбари ва бош бухгалтернинг имзоси ҳамда думалоқ муҳр билан тасдиқланади.

Дафтарда буюртманома берган миқдорнинг номи, буюртманома берилган сана, сўралаётган микрокредит миқдори, микрокредит олишнинг мақсади, уни таъминлаш тури кўрсатилиши керак.

Буюртманома рўйхатдан ўтказилгандан кейин кредит берувчи банк ходими кейинги кундан кечикмай ҳужжатлар пакетини кўриб чиқиш учун банк муассасасининг кредит кўмитасига беради.

Кредит кўмитаси, шу жумладан жойига борган ҳолда, қарз олувчининг кредит буюртманомасини ва тўловга қодирлигини, шунингдек микрокредит мақсадларининг фаолият ҳарактерига мувофиқлигини ўрганади. Кредит пакетини таҳлил қилиш шунингдек қарз олувчининг кредит тарихини ва унинг раҳбари обрўсини баҳолашга асосланади.

Кредит тарихини баҳолаш банк томонидан Марказий банкнинг Кредит ахбороти миллий институтидаги қарз олувчи тўғрисидаги мавжуд маълумотлар асосида амалга оширилади.

Кредит кўмитаси буюртманомани кўриб чиққандан кейин тегишли қарор чиқаради, қарор кредит кўмитаси раҳбари томонидан тасдиқланади. Микрокредит бериш тўғрисидаги ижобий қарор кредит кўмитаси аъзоларининг камида учдан икки қисми томонидан маъқулланиши керак. Кредит кўмитасининг ижобий қарори асосида қарз олувчи билан кредит шартномаси тузилади.

Айни бир вақтда кредит тўғрисидаги маълумотлар банкнинг берилган кредитлар тўғрисидаги ўз маълумотлар базасига ва Кредит ахбороти миллий институтига тушади

#### **Асака банк:**

«Асака» банк қуйидаги кредит хизмати турларини таклиф этади:

- Оилавий тадбиркорликни ривожлантириш учун кредитлар;
- Айланма маблағларни тўлдириш учун кредитлар;
- Тадбиркорлик субъектларига хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантириш учун кредитлар;
- Бошланғич сармояни шакллантириш учун кредитлар;
- Банкнинг имтиёзли кредитлаш махсус жамғармаси маблағлари ҳисобидан кичик бизнес субъектларини кредитлаш;
- Микрокредитлар;
- Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларини Осиё Тараққиёт банки кредит линиялари ҳисобидан микромолиялаштириш;
- Олий ва ўрта махсус касб-хунар таълими муассасалари битирувчиларига ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантириш ҳамда бошланғич сармояни шакллантириш учун кредитлар ажратиш;
- Таълим кредитлари;
- Ипотека кредитлари;
- Истъемолчи кредитлари.

#### **Микрокредитлаш тартиблари соддалаштирилиши:**

- Юридик шахс мақомига эга бўлмаган кичик бизнес субъектлари банкка атиги 3 та ҳужжат (ариза, бизнес режа, таъминот турларидан бири), юридик шахс мақомига эга бўлган кичик бизнес субъектлари 4 та ҳужжат (ариза, бизнес режа, таъминот турларидан бири, ДСИ томонидан тасдиқланган бухгалтерия баланси) тақдим этади.

Юридик шахс мақомига эга бўлмаган тадбиркорларнинг мурожаатлари 5 банк иш кунида, юридик шахс мақомига эга бўлган тадбиркорларники эса 10 банк иш кунида кўриб чиқилади ва тегишли ҳулоса берилади.

## **Бизнесда ёрдамчилар**

Энди эса биз ўзимизнинг хусусий бизнесимизнинг нормал ишлаши учун биринчи қадамларданок бизга қандай мутахассислар керак бўлиши ҳақида гаплашамиз.

Бизда сизга энг аввало бош ҳисобчи (бухгалтер) керак бўлади. Умуман олганда унинг вазифаларини корхона раҳбари ҳам бажариши мумкин. Бу мутахассиснинг асосий вазифаси сизнинг бизнесингиз ҳақидаги ҳисоботни тайёрлаш ва уни солиқ ва статистика органларига тақдим этишдир.

Умуман олганда кичик бизнес учун бош ҳисобчи ва юридик хизматнинг бўлиши шарт эмас. У ерда бу ишларни шартнома асосида ташқаридан таклиф этилган мутахассис ҳам бажариши мумкин.

Бундай юрисконсулт корхона номидан музокаралар олиб бориши, шартномалар тузиши, уларни тайёрлаши ёки уларнинг экспертизасини ўтказиши мумкин. Адвокатлар ташкилотга турли ҳуқуқ ва мажбуриятларни келтириб чиқарадиган муҳим шартномаларни тузишда ёрдам беришади ва ташкилотнинг турли суд жараёнларидаги вакиллари бўлишади.

Солиқ консультанти тадбиркорга молиявий таваккалчиликларни камайтириш ва солиқлар нуқтаи назаридан айланмаларни оптималлаштириш юзасидан консултациялар беради, шунингдек унинг ҳисоботларини солиқ органларига тақдим қилади. Солиқ консультантлари ташкилотнинг солиқ бўйича ҳуқуқлари ва иқтисодий муаммолари бўйича маслаҳатчилари ҳамда молиявий органлар билан бўладиган барча муносабатларда ташкилотнинг вакиллари бўлишади.

Аудитор – корхонанинг ташқи молиявий назоратчиси бўлиб, корхона томонидан ҳисоботларнинг қонунга тўғри келишини текшириш мақсадида таклиф қилинади. Қонунлар айрим юридик шахслар, айниқса акциядорлик жамиятларининг йиллик ҳисоботларини аудитор томонидан расмий равишда текширилишини талаб қилади.

Нотариус шартномалар ва бошқа фуқаролик-ҳуқуқий актларини легаллаштириш билан шуғулланади. У жамоатчилик ишончини қозонган амалдор шахсдир. Нотариуслар гувоҳномалар беришади, нотариуснинг қатнашиши қонун томонидан талаб қилинадиган айрим турдаги шартномалар, жумладан таъсис шартномаларини тузишади.

Бухгалтерлар, юристлар ва солиқ консультантлари корхона ташкил бўлишида ва кейин унинг бутун фаолияти давомида у билан бирга бўлишади. Улар ўз фаолиятларини қонун асосида ташкил қилишади ва ўзаро консултатив фаолиятларини мослаштиришади. Бу мутахассислар ўзларининг касбий сирларини сақлашлари қонун томонидан мажбур қилиб кўйилган. Уларга ўз хизматларини реклама қилиш таъқиқланган.

Бухгалтерлар, юристлар ва солиқ консультантларини биринчи дуч келганини ёллаш керак эмас, акиснча уларни касбдошларингиз ва дўстларингизнинг тавсияси билан танлаганингиз маъқул. Сиз бу мутахассисларнинг сизга ва бизнесингизга етарлича хайрихоҳ эканликларига амин бўлишингиз керак.

Акс ҳолда ҳудди ш умаслаҳатчилар сизнинг бизнесингизнинг барбод бўлишига сабабчи бўлиши ҳам мумкин. Улар сизга фақат маслаҳат беришлари мумкин. Лекин охириги қарорни фақат сиз қабул қилишингиз керак. Ана шундагина бу сизнинг бизнесингиз бўлади.

## Шартнома



Сиз бизнесни ташкил қилганингиздан кейин дарҳол тўқнашадиганингиз унинг ишлашининг иккинчи ҳуқуқий шакли – бу шартномадир. Бунда сизнинг бизнесингизнинг моҳияти кўринади.

Умуман олганда сизнинг корхонангизнинг ичида қиладиган ишингиз ҳали бизнес эмас ва у ҳеч кимни деярли қизиқтирмайди ҳам. Бу фаолиятни янги қиймат ишлаб чиқариш деб объективлаштирадиган нарса – бу кимнингдир сизнинг ишлаб чиқарган маҳсулотингизни ёки хизматингизни кимдир ўзи учун фойдали ва кадрли деб тан олиши ҳамда уни бирор суммадаги тўлов воситалари билан алмашишга рози бўлишидир. Сизнинг қилган ишингизга кимдир қиймат бериши – мана бу бизнесдир.

Шундай қилиб сизнинг ташкилотингиз биринчи шартномани тузгандан кейингина бизнесга айланади.

Бозор муносабатлари шароитида шартномалар– барча мулк шаклидаги корхоналар, шунингдек тадбиркорлар, ҳамда бошқарув органлари ўртасидаги иқтисодий муносабатларни ўрнатувчи асосий ҳуқуқий ҳужжат бўлиб ҳисобланади.

*Шартнома деб икки ёки бир неча (жисмоний ёки юридик) шахснинг ҳуқуқлари ва бурчларини вужудга келтириши, ўзгартириши ёки бекор қилиши ҳақидаги келишувга айтилади.*

Хўжалик шартномаси: – тарафлар ўртасидаги мажбуриятларни келиб чиқишининг асоси ҳисобланади; хўжалик юритувчи субъектнинг иқтисодий фаолиятини режалаштиришга асос бўлади; тарафлар ўртасидаги мулк муносабатларнинг ҳуқуқий шакли ҳисобланади.

Шартноманинг структурасида қуйидаги бўлимлар бўлиши ёки жуда бўлмаганда улар ёритилиши керак:

Шартноманинг номи.

Умуман олганда шартноманинг номи фақат унда нима ҳақда гап кетаётганлигини билиш учун керак бўлади. Агар у номланмаса ва фақат номер қўйилса ҳам бу шартноманинг қонунийлигига путур етказмайди.

Шартноманинг томонлари.

Юридик шахслар, шунингдек юридик шахс ташкил этмаган ҳолда тадбиркорлик фаолиятини амалга ошираётган жисмоний шахслар хўжалик шартномаларининг субъектлари (тарафлари) бўлади. Юридик шахслар жисмоний шахслар вакиллигида тақдим этилиши ҳам мумкин. Юридик шахснинг қонуний вакиллари ғарбда савдо реестри ёки бошқа расмий жамоатчилик регистрларига киритилдилар. Бу регистрларни ҳамма кўриши мумкин.

Хўжалик шартномаси тарафлари белгиланган тартибда қуйидаги ҳуқуқларга эга:

- хўжалик шартномаларини тузиш, бажариш, ўзгартириш ва бекор қилиш муносабати билан зарур бўлган маълумотномалар ва бошқа ҳужжатларни сўраш ва олиш;

- хўжалик шартномаларини тузиш, бажариш, ўзгартириш ва бекор қилиш билан боғлиқ масалалар юзасидан экспертларнинг ёзма хулосаларини сўраш ва олиш, мутахассислар билан маслаҳатлашиш;

- давлат органлари ва бошқа органларга, мансабдор шахсларга илтимосномалар билан мурожаат этиш ҳамда шикоятлар бериш ва улардан асослантирилган ёзма жавоблар олиш;

- бошқа тарафнинг иқтисодий аҳволи, нуфузи ва ишчанлик жиҳатлари хусусидаги маълумотларни тўплаш;

- хўжалик юритувчи субъектларнинг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларини ҳимоя қилишнинг қонунда назарда тутилган воситалари ва усулларини қўллаш.

Хўжалик шартномасининг тарафлари қонун ҳужжатларида ва шартномада назарда тутилган ўзга ҳуқуқларга ҳам эга бўлишлари мумкин.

Хўжалик шартномаси тарафлари:

- хўжалик шартномалари тўғрисидаги қонун ҳужжатларининг талабларига риоя этишлари;

- қонун ҳужжатларида назарда тутилган ҳолларда хўжалик шартномаларининг ўз вақтида тузилишини таъминлаш;

- тузилган хўжалик шартномалари бўйича зиммаларига олинган мажбуриятларни ўз вақтида ва тегишли тартибда бажаришлари шарт.

Хўжалик шартномаси тарафлари қонун ҳужжатларида ва шартномада назарда тутилган бошқа мажбуриятларга ҳам эга бўлади.

Шартнома тузишда томонларнинг мулоқотга лаёқатлилиги, яъни унинг фаолиятида вужудга келадиган ҳуқуқ ва мажбуриятларини асослай олиши муҳимдир.

Амалдаги тартиблар.

Агар шартнома турли мамлакатлардаги ёки битта мамлакатнинг турлича қонунчилик амал қиладиган турли қисмларидан бўлган шахслар томонидан тузилган бўлса, шартномада бўлиши мумкин бўлган баҳсли ҳолатлар ҳал қилиниши лозим бўлган тегишли қонунчилик муҳитини кўрсатиш қабул қилинган. Агар томонлар амалдаги қонунчилик ҳақида бирор қарорга кела олмасалар, низоларни кўриб чиқишнинг миллий нормаларига асосан компетент суд томонидан қарор қабул қилинади. Ҳарбда баҳсли ҳолатни у объектив тарзда яқин бўлган қонунчилик позициясидан кўриб чиқиш қабул қилинган. Айрим ҳолларда суд шартнома тузилган жойдаги қонунчиликка риоя қилиш ҳақида қарор қабул қилиши ҳам мумкин.

Агар томонлар ушбу шартномада типовой шартномаларга ишоратлар беришса ёки бу шартлар тўғридан-тўғри шартномага туширилса, умумий шартлардан ҳам фойдаланишлари мумкин. Агар умумий шартларнинг айрим қисмларини қабул қилиш мумкин бўлмаса, уларни ё шартномада олиб ташлаш ёки ўзгартириш мақсадга мувофиқ бўлади.

Шартномага ўзгартириш киритишга бўлган талаблар.

Ўзбекистонда шартномалар фақат ёзма шаклдагина тузилиши керак бўлса ҳам, Ҳарбда оғзаки шартномалар юридик кучга эга. Шунинг учун ҳам улар билан шартнома тузганда оғзаки шартномалар кучга эга эмаслиги ва ҳар хил ўзгартиришлар фақат ёзма тарзда ифодалангандагина кучга эга бўлиши ҳақидаги пунктни киритиш керак бўлади.

Шартнома предмети.

Бу энг асосий бўлимдир. Бу ерда келишувнинг мазмуни – олди-сотди, ижара, топшириш ва бошқалар кўрсатилади. Умуман олганда ҳар қандай бизнес коммуникация, агар у қонун томонидан чегараланган ёки таъқиқланган бўлмаса, шартнома сифатида расмийлаштирилиши мумкин. Хўжалик шартномаси шартнома предмети, етказиб бериладиган товарнинг миқдори, сифати, ассортимент ва баҳосини, шартноманинг бажарилиш муддатларини, ҳисоб-китоб қилиш тартибини, тарафларнинг мажбуриятларини, шартнома мажбуриятлари бажарилмаганда ёки лозим даражада бажарилмаганда тарафларнинг жавобгарлигини, низоларни ҳал этиш тартибини ҳамда тарафларнинг реквизи́тларини, шартнома тузилган сана ва жойни ва бошқа муҳим шартларни назарда тутиши керак. Шартноманинг қонуний кучга киришини томонларнинг маҳсулот ва унинг баҳоси ҳақидаги келишувлари белгилайди.

Баҳолар ва тўлаш шартлари.

Баҳо шартномада рақамлар, тегишли пул бирлиги билан кўрсатилиши ёки шартнома шартларидан аниқ тушунилиши керак. Шартнома ҳалқаро бўлганида валюта тури алоҳида кўрсатилади. Валюта курси билан боғлиқ таваккалчилик томонларнинг биттасига аниқ юклатилиши керак. Учинчи мамлакат валютасини қўллаш ҳам мумкин (масалан, Ўзбек-Хитой савдо шартномасида доллар ёки евро).

Баҳо билан биргаликда тўлов шартлари ҳам аниқ кўрсатилиши керак. Савдо шартномасида етказиб беришнинг шартларининг бир нечта шакллари бўлиши мумкин:

Очиқ ҳисобга тўлаш. Бунда сотувчи олувчига маҳсулот ёки хизматларни етказиб беради ва шундан кейин унга дарҳол ёки бирор вақт оралиғида тўлаши керак бўлган счет юборади. Агар олувчи счет бўйича олдинроқ тўламаган бўлса, унга сконто – 2-5 % миқдоридаги алоҳида чегирма берилди. Бу ҳолда сотувчи алданиб қолиш эҳтимоли жуда юқори бўлади. Шунинг учун бундай шаклда ҳисоб-китоб қилиш фақат ҳалол миждозлар билан ишлашдагина қўлланилади. Таваккалчилик даражасини маҳсулотга бўлган эгалик ҳуқуқи шартларини киритиш билан камайтирилади.

Олдиндан тўлов – бунда олувчи маҳсулотни олишидан олдин унинг тўла қийматини тўлаб қўяди. Бунда олувчи алданиб қолиш эҳтимоли катта бўлади. У маҳсулотни умуман олмайди ёки сифатсиз маҳсулот олиши мумкин.

Закалат, ҳудди шу нарсанинг ўзи, лекин бунда қийматнинг фақат бир қисмигина олдиндан тўланади.

Аккредитив – бу сотиб олувчининг топшириғи бўйича унинг банкининг бўйнига олган аниқ хужжатларни тақдим этганда сотувчига маълум муддат давомида маҳсулотнинг тўлиқ қиймати суммасини ўтказиб бериш мажбуриятдир. Бу ҳолат факторинг ҳолатида қўлланилади. Таваккалчиликни камайтириш мақсадида сотувчи шартномада аккредитивнинг қайтариб олинмаслигини кўрсатиши мумкин. Банк

аккредитив олиш вақтида кўрсатилган хужжатларни тақдим қилингандан кейин кўриб чиқади. Булар – счет, маҳсулотнинг келиб чиқиши ҳақидаги сертификат, коносамент ва бошқалар бўлиши мумкин. Агар тақдим қилинган хужжатлар талаб қилинганига мос келсагина банк пулни тўлайди. Тўғри у ўз ихтиёри билан айтилган хужжатларнинг ҳаммаси тақдим қилинмаган ҳолда ҳам пулни ўтказиши мумкин.

Хужжатлар тақдим этилиши билан инкассо – бунда сотувчи маҳсулотни жўнатганидан кейин банкка транспорт хужжатлари билан биргаликда тўлов учун счетни ҳам тақдим қилиш учун топширади.

Агар сотиб олувчи пул тўлашдан воз кечса, хужжатлар унга берилмайди ва у маҳсулотларга эгалик ҳуқуқига эга бўлмайди. Бундай ҳолат содир бўлмаслиги учун сотувчи банкка сотиб олувчи воз кечган ҳолда маҳсулот ва хужжатларни нима қилиш ҳақида аниқ инструкциялар бериши керак.

Эгалик ҳуқуқининг берилиши, эгалик ҳуқуқининг берилиши шартларини кўрсатиш. Агар эгалик ҳуқуқининг берилиши ҳақида ҳеч нима айтилмаган бўлса, маҳсулот сотиб олувчига топширилиши билан унга нисбатан эгалик ҳуқуқи пайдо бўлади. Интеллектуал мулк сотилаётганда маҳсулот эгалик ҳуқуқи берилмасдан, фақат фойдаланиш ҳуқуқи билан берилиши мумкин.

Маҳсулотга бўлган эгалик ҳуқуқи ҳақида алоҳида шартлар киритилиши очиқ счетга маҳсулот етказиб бераётган сотувчининг таваккалчилиги даражасини камайтириш воситаси бўлиб хизмат қилади. Агар унинг маҳсулотига пул тўлашмаса, у ўз маҳсулотни қайтиб беришни талаб қилиши ва судга мурожаат қилиши мумкин. Сотиб олувчининг банкротлиги ҳолатида бундай шарт билан маҳсулот етказиб берувчи сотувчи яхши ҳолатда бўлади ва албатта ўз маҳсулотини қайтариб олади. Олди-сотди шартномаларида эгалик ҳуқуқи сотувчидан сотиб олувчига берилганда маҳсулотнинг тасодифий бузилиши ёки ишдан чиқиши таваккалчилиги ушбу жараёндан ажратилиши мумкин.

Мажбуриятларни бажариш муддатлари.

Томонлардан биттаси мажбуриятларини ўз вақтида бажармаса, шартларнинг бажарилишининг кечикиши юз беради. Сотувчининг айби билан кечикиш юз берганда сотиб олувчи унга шароитлардан келиб чиқиб, маҳсулотни етказиб бериш учун қўшимча вақт бериши ёки шартномани бузиш, ёки сотувчидан шартнома шартларини бажаришни ва унинг айби билан етказилган зарарни қоплашини талаб қилиши мумкин. Агар сотувчи маҳсулотни етказиб беришга тайёр қилиб қўйган ҳолларда қўшимча вақт берилмайди. Агар бу муддат ҳам ўтиб кетса, сотиб олувчи сотувчидан зарарларни тўлашни талаб қилиши мумкин.

Айрим келишувларда етказиб бериш муддатлари шартноманинг асосий қисмини ташкил қилади. Масалан, 8 мартга мўжалланган гулларни етказиб берилиши 9 мартга қабул қилиниши мумкин эмас. Бундай шартлар қатъий қилиб белгилаб қўйилади. Бу ҳолатда етказиб берувчининг айби билан муддатларнинг чўзилишида уларни қабул қилмаслик ҳақида ариза бериш ёки

қўшимча вақт белгилаш ҳақида гап ҳам бўлиши мумкин эмас. Бунда етказиб беришнинг кечикиши фактининг ўзиёқ етказилган зарарни қоплаш мажбуриятини келтириб чиқаради.

Ўрам, ташиш, суғурталаш.

Одатда, сотиб олувчининг ўзи маҳсулотни нормал ташиш учун ўрамлаши керак бўлади. Лекин, шартномада аниқ кўрсатилса, бу ишни сотувчи бажариши ҳам мумкин. Ташиш етказиб бериш жойи билан белгиланади. Маҳсулотни ўзи олиб кетиши, уйгача етказиб бериш, маълум жойга етказиб бериш ва ҳ.к.лар бўлиши мумкин.

Кафолат ва маҳсулот учун жавобгарлик.

Кафолат деб қонун билан белгиланган, етказиб бериш вақтида маҳсулотнинг моддий етишмовчиликлари бўлмаслиги, унинг мажбуриятларидан ҳолос бўлиши ва эгалик ҳуқуқининг сотиб олувчига ўтиши тушунилади. Кафолатга нисбатан даъволар қонун билан белгиланган муддатлардагина тақдим этилади. Кафолат маълум муддат давомида аниқланган камчиликлар учун, улар маҳсулотни етказиб берилиши вақтида улар бўлган ёки бўлмаганлигидан қатъий назар, унинг жавобгарлигини назарда тутади.

Шартномада келишиш йўли билан кафолат даъволарини бермасликка эришиш мумкин. Шартномани имзолаш вақтида бўлган ва ҳаммага маълум бўлган дефектлар учун кафолат берилмайди ва даъволар ҳам қабул қилинмайди.

Маҳсулот учун жавобгарлик унда дефектларнинг мавжудлиги туфайли юзага келган жисмоний ёки моддий зарарга ҳам таалуклидир. Айрим ҳолларда махсус шартлар киритиш йўли билан бундай жавобгарликдан озод қилиш мумкин.

Маҳсулотни етказиб беришга ёмон ёндошиш туфайли дефектнинг мавжудлиги аниқланганда сотиб олувчи қонуний олди-сотди шартномасини бузишни, ёки баҳони камайтиришни, ёки дефектларни тузатишни, ёки ёмон маҳсулотни алмаштириб беришни, ёки етказиб берилмаган маҳсулотни қўшимча етказиб беришни талаб қилиши мумкин. Қонуний асосда дефектларни тузатишни талаб қилган сотиб олувчи бу дефектлар тамоман тузатилмагунча тўловни тўхтатиб туриши мумкин.

Агар сотиб олувчи тадбиркор бўлса, у етказиб берилган маҳсулотни иложи борича тезроқ текшириб кўриши ва аниқланган дефектлар ҳақида сотувчига маълум қилиши керак. Акс ҳолда маҳсулот қабул қилинди деб ўйлашлари мумкин.

Зарарларни қоплаш.

Томонларнинг бирортаси ўз мажбуриятларига панжа орасидан қараш икки қасддан қилган ҳаракатлари туфайли қонун билан белгиланган ёки шартномада кўрсатилган шартлар бажарилмай қолса ва бундан иккинчи томон зарар кўрса, зарарни қоплаш талаб қилинади. Зарарни қоплаш ҳуқуқи реал етказилган ва иккинчи томоннинг ҳаракатлари туфайли олинмай қолган фойдага ҳам таалуклидир.

Шартнома шартларининг бажарилмай қолиши ёки нотўғри бажарилиши натижасида томонларнинг қанчалик зарар кўрганлигини аниқлаб ўтирмаслик мақсадида ҳамкорлар конвенционал штраф киритиш ҳақида шартлашадилар. Унинг қийматлари ҳақиқатан пайдо бўлган зарарлар ва бунда кимнинг айбдорлигидан қатъий назар белгиланади.

Ҳар битта томон унга ёлланиб ишлаётганлар ва қўл остидаги тадбиркорлар учун жавоб беради. Маълум доирада томонлар зарарни қоплаш мажбуриятидан шартномада кўрсатиш йўли билан қочишлари мумкин.

Форс-мажор, яъни шартнома шартларини бузилишига олиб келувчи олдиндан айтиб бериб бўлмайдиган ва олдини олиш мумкин бўлмаган ҳолатлардир. Булар сифатида ер қимирлашлари, ўзга оламлардаги мавжудотларнинг ташрифи, сув тошқини, Таиланддаги цунами, космик станциянинг корхона устга кулаб тушиши, АҚШнинг Ироқ армияси томонидан оккупация қилиниши ва шунга ўхшаш бошқа тасаввурга ҳам сиғдириб бўлмайдиган воқеалар бўлиши мумкин. Бундай енгиб бўлмас ҳолат содир бўлганда шартнома шартларини бажара олмаган ҳамкорни айблаш мумкин эмас, етказиб берилиши керак бўлган маҳсулот зарарланганда ва йўқолганда эса умуман шартнома шартларини бажаришга ҳожат ҳам қолмайди. Бу тушунча аниқ юридик таърифга эга бўлмаганлиги сабабли томонларнинг ўзлари келишув асосида енгиб бўлмас ҳодиса деб нималарни қабул қилиш ва уларнинг натижаларига кўра қандай ҳаракатлар қилишни аниқлаб олишлари керак.

Япония амалиётида форс-мажорларни тасвирлаш кўзда тутилмайди, лекин у ерда томонларнинг биттаси иккинчисини объектив сабабларга кўра шартнома шартларини бажара олмаслиги ҳақида огоҳлантирса, шундан кейин “гармонияни” излаш ва янги шартларни келишиб олиш учун янги музокаралар бошланади. Бу амалиёт форс-мажорга нисбатан анча кенг қамровлидир.

Арбитраж ва судга мурожаат қилиш шартлари.

Шартнома матнида бўлиши мумкин бўлган низоли ҳолатларни ҳал қилиш учун мурожаат қилинадиган компетент судни кўрсатиш мақсадга мувофиқдир. Масалан, давлат суди ўрнига масалани хусусий арбитражда кўриш шартлашилиши мумкин. Бу ҳолда қарор тезроқ чиқарилади ва судья сифатида ушбу соҳанинг мутахассислари қатнашишади. Бу ҳолда арбитражнинг компетентлиги континентал қонунчилик томонидан фақат давлат суди кўрганда компромисс билан яқунланадиган ҳолатлар учунгина тан олинади.

Шартнома шартларидан келиб чиқадиган чиқимлар ва божлар, уларнинг томонлар орасида тақсимланиши ҳам тўлиқлигича шартномада кўрсатилиши керак. Одатда ҳар бир томоннинг ўзи консултациялар, таржималар ва ёзув-чизув учун харажатларни кўтаради. Давлат йиғимлари ва божларини айнан ким тўлаши зарурлигини аниқ кўрсатиш шарт. Уларни бир томоннинг зиммасига юкалаш ҳам иккала томонга тенг бўлиш ҳам ва бошқа вариантларни келтириш ҳам мумкин.

Ҳар бир мамлакатнинг фуқаролик қонунчилиги келишувларнинг муддатини белгилайди. Агар бу муддат ўтиб кетган бўлса ва шу вақт давомида низоларни ҳал қилиш учун мурожаат қилинмаган бўлса, муддат ҳуқуқи йўқолади. Бизнесингизни бирор мамлакатда институционаллаштиришдан олдин унинг қонунчилиги ушбу муддатни қандай талқин қилиши, қандай муддатларни ва қачондан бошлаб ўрнатишини аниқлаб олишингиз керак бўлади. Агар шартномада шартларни бажариш муддати кўрсатилган бўлса ҳам шартноманинг амал қилиш муддатини ҳам алоҳида кўрсатиш муддат билан бўладиган муаммоларнинг олдини олишга ёрдам беради.

## Тўлов воситалари

Шундай қилиб, сиз келишувни шартнома билан расмийлаштирингиз. Энди у бўйича тўлаш керак. Тўлашнинг ҳам бир неча хил шакллари мавжуд.

### **Нақд пул**

Сизга тақдим қилинган счетни етказиб берувчининг кассасига нақд пул тўлаш йўли билан ёпасиз. Сизга пулни тўлаганингиз ҳақидаги хужжатни беришади.

### **Қора нақд пул**

Бу ҳам худди олдингига ўхшайди, лекин ҳеч қандай хужжатлар тўлдирилмайди. Бу худди савдогарнинг чин сўзига ишониш каби бўлади. Тўловнинг бундай шакли айланма миқдорини ҳисоботларда кўрсатмаслик учун амалга оширилади. Бу айланма ҳисоботларга киритилмагандан кейин солиқ органларига тақдим қилинадиган солиқ солинадиган умумий айланма камаяди ва бу сизнинг камроқ солиқ тўлашингизга олиб келади. Лекин бу шаклда тўлаш шантаж ва таъмагирликларга сабаб бўлиши мумкин.

### **Чек**

Кўпинча тўловларда қонун билан ўрнатилган тартибда расмийлаштирилган чек, ҳисоб эгасининг ўзининг кредит ташкилотига чекни тақдим этган шахсга унда кўрсатилган суммадаги пулни тўлашга берган топшириқ қўлланилади. Чек тўлов айланмасини соддалаштириш учун қўлланилади.

Чек билан боғлиқ муносабатлар Австрия, Германия ва Швейцарияда 1931 йилдаги Женева конвенцияси билан мувофиқлаштирилади.

Чек бўйича тўловчи банкдир. Агар чекда қўйилган имзо аниқ бўлмаса, чек пули мавжуд бўлмаган ҳисобга берилган бўлса ва бошқа бир қатор ҳолларда банк бу чек бўйича тўлаши шарт эмас.

Чек молиялаш мақсадларига эмас, балки нақд пулсиз ҳисоб-китоб қилишга мўлжалланган. Шунинг учун ҳам чекни қисқа муддатда тақдим этиш назарда тутилган.

Ҳисоб чеки чекнинг яна бир тури ҳисобланади. У диагонал бўйича пастки чап бурчакдан юқориги ўнг бурчакка томон кетган полоса билан чизилган. Бу чекка ёзилган сумма нақд пул билан эмас, балки ҳисобнинг

кредитига киритилади. Бу хавфсизликни оширади, яъни пулни фақат у мўлжалланган фирма олишига имкон яратади. Бундай чек пул ўтказмалари учун қўлланилади.

### **Кредит ва депозит карточкалар**

Умуман олганда кредит ва депозит карточкалар мустақил тўлов воситаси эмас, балки ҳисобни масофадан туриб бошқариш воситасидир. Шу билан бирга улар пул ўтказмалари учун кенг имкониятлар яратади. Кредит карточка банк томонидан миқдорнинг ҳисобига берилган кредитни сарфлашга, депозит карточка эса ҳисобда мавжуд пуллар доирасида тўловларни амалга оширишга имкон беради.

### **Тўлов топшириқномаси**

Сизга тақдим қилинган счет ёки бошқа хужжат асосида сиз ўз банкингизга ўзингизнинг ҳисобингиздан контрагентнинг ҳисобига маълум пулни ўтказиш ҳақида топшириқ берасиз.

### **Вексель**

Кредит-тўлов муносабатларини расмийлаштиришнинг яна битта муҳим шакли – бу векселдир. Вексел қонун билан ўрнатилган тартибда, ёзма тарзда берилган тўлов мажбуриятидир. У ўз кучини векселни бериш учун асос бўлган сабабларга боғлиқ бўлмаган ҳолда сақлайди. Вексель ҳуқуқи 1930 йилдаги Женева вексель конвенциясига асосланади ва у Ғарб ҳамда МДҲ давлатлари томонидан ратификация қилинган. Томонлар тўловни бирор воқеа-ҳодисанинг содир бўлишига боғлашлари мумкин эмас.

Сотиб олувчига маҳсулотнинг сотиб олиш баҳоси талаб қилинган суммага векселни акцептлаш йўли билан кредитга берилади. Сотиб олувчи векселни банкда дисконтлаши, яъни бирор дисконт билан нақд пулга айлантириши мумкин.

Агар вексел унга ҳуқуқи бўлган биринчи одам томонидан бошқа кишига ўтказилса, уни эмитация қилишга сабаб бўлган келишув билан векселнинг алоқаси йўқолади. Қарздор агар векселнинг биринчи эгасига пул тўлашдан воз кеча олса ҳам (масалан, маҳсулотнинг рекламацияси ҳолатида), унга янги эга бўлган шахсга тўлиқ суммани тўлашга мажбур бўлади. Бу ҳолатда у фақат векселга ҳуқуқи бўлган биринчи шахсга нисбатан ўрнини қоплашни талаб қилишгагина ҳақли бўлади.

### **Тўлов шакллари:**

#### **Инкассо**

“Инкассо операциялари” термини кредит ташкилотларининг қарздор ёки тўловчидан тўлов ва/ёки акцептни олиш учун йўналтирилган ҳаракатларини белгилаш учун ишлатилади. Улар тўловни олувчининг инкассо топшириқномаси асосида амалга оширилади ва унинг ҳисобига туширилади. Инкассо топшириқномаси турли ҳисоб-китоб хужжатлари билан ҳам (тўлов талабномаси, тўлов талабномаси-топшириқномаси, инкассо топшириқномаси) ёки бошқа усуллар, масалан, чек, вексел билан ҳам расмийлаштирилиши мумкин.



Мижоздан инкассо топшириқномаси олган банк эмитент банк деб аталади. Бу тўловни тўлаши керак бўлган одамга тўлов ёки акцепт талабномасини такдим этувчи банк эса бажарувчи деб аталади.

Инкассо ҳисоб-китобларида банк эмитент мижознинг топшириғига биноан тўловчидан тўловни ёки акцептни олиш бўйича ҳаракатларни амалга оширишни ўз зиммасига олади. Мижоздан топшириқ олган эмитент банк уни амалга ошириш учун бошқа банкни (бажарувчи банк) жараёнга қўшиш ҳуқуқига эга.

Инкассо бўйича ҳисобларни амалга ошириш қонунлар, улар асосида қабул қилинган ва банк амалиётида қўлланиладиган қоидалар билан тартибга солинади.

Мижознинг топшириғини бажармаганда ёки қисман бажарганда банк-эмитент унинг олдида жавобгардир. Агар топшириқни бажармаслик ёки қисман бажариш бажарувчи банкнинг ҳисоб-китобларни амалга ошириш операциялари қоидаларини бузиши натижасида юз берган бўлса, мижоз олдида жавобгарлик унинг зиммасига юкланиши мумкин.

Хужжатларга қарши тўлов, *cash against documents* – бундай тўлов турида сотувчи маҳсулотни юклаб, жўнатганидан кейин ўз банкига маҳсулотни юклаганлик ҳақидаги хужжатлар билан бирга унга бўлган эгалик ҳуқуқини ҳам топширади ҳамда ўз банкига сотиб олувчининг банкига тўлов амалга оширилгандан кейингина бериш ҳақида топшириқ беради. Бундай тўловнинг бир неча турлари мавжуд.

**D/P ёки documents against payment**, бунда хужжатларни сотиб олувчига тўловни нақд ёки пул ўтказиш йўли билан амалга оширгандан кейин берилади. Хужжатлар ва инкассога топшириқнома олувчининг банкига жўнатилади. У эса олувчини хужжатлар етиб келганлиги ва у инкассо шартларини бажарганлиги (*aviso*) ҳақида огоҳлантиради. Шундан кейин хужжатларни сотиб олувчига бериш ва пулларни сотувчининг банкига йўналтирилади. Бу ерда пуллар сотувчининг ҳисобига туширилади.

**D/A ёки documents against acceptance**, бунда сотиб олувчининг банки мижозга хужжатларни сотиб олувчи томонидан сотувчи томонидан берилган векселни акцептлаши факти асосида бериши мумкин. Бу вексель (акцепт) ё тўлов кунигача сотиб олувчининг баекида қолади ёки сотувчининг банки орқали унга юборилади.

**Irrevocable under taking**, тўловни амалга оширишга чақириб олиб бўлмайдиган мажбурият. Бунда сотиб олувчининг чақириб олинмайдиган тасдиқлаши асосида хужжатлар берилади. Счет бўйича тўлов белгиланган кунда амалга оширилади.

**Paperless collection**, ёки хужжатларсиз инкассо. Бунда маҳсулот почта орқали юборилган хужжатлардан олдинроқ етиб бориши мумкин. Бу ҳолда хужжатлар маҳсулот билан биргаликда олувчининг банкига юборилади. Олувчининг банки сотувчининг банкидан электрон каналлар орқали топшириқлар ва инструкцияларни олади. Бундай шартлар фақат олувчининг яхши молиявий аҳволда эканлигига тўлиқ ишончингиз бор ҳоллардагина мумкин.

**Очиқ ҳисобга тўлов**, clean payment, бунда сотувчи маҳсулотни тўлов кафолатисиз етказиб беради ва сотиб олувчи келишилган кунда пулни ўтказди. Тўловнинг бундай шаклида сотувчи сотиб олувчи томонидан пулни тўлаш бўйича ҳеч қандай кафолат олмайди ва бундай шартлар билан маҳсулотни фақат эски танишларга сотиш мумкин бўлади.

#### **Аккредитив.**

Йирик келишувларда Letter of credit қўлланилади, (L/C, аккредитив). У сотувчига сотиб олувчидан тўловни олишга кафолат бўлиб хизмат қилади. Сотувчи аккредитив очувчи банкдан агар барча хужжатлар шартнома шартларига мос келса, пулни олиши ҳақидаги мажбуриятини олади.

Аккредитив эмиссияси ўз қоидаларига эга. Энг аввало сотиб олувчи ўз банкка унинг учун аккредитив очишга топшириқ беради. Кейин сотувчининг банкка инструкциялар юборилади ва у сотувчига аккредитив очиш ҳақида инструкциялар олганлиги ҳақида хабар беради. Энди сотувчи аккредитивдан фойдаланади ва хужжатларни банкка топширади. Хужжатларни текшириб чиққандан кейин банк сотувчига аккредитив суммасини тўлайди, хужжатларни эса сотиб олувчининг банкка жўнатади. У ерда хужжатлар текширилади ва сотиб олувчига жўнатилади.

Барча хужжатлар аккредитив шартларига мос келиши шарт. Банк уларни синчиклаб текширади, чунки у сотиб олувчининг олдида жавобгардир. Агар хужжатлар шартларга мос келмаса, банк кўшимча кўрсатмалар беришни сўрайди ва сотиб олувчининг розилигисиз аккредитив суммасини тўлашга ҳақли эмас.

Амалиётда деярли 80% ҳолларда аккредитивларнинг хужжатлари аккредитив шартларига мос келмайди ва банклар ҳамма хужжатларни жуда синчиклаб текширишади.

Аккредитивнинг бир нечта турлари мавжуд.

Сотиб олувчи қайтриб олиши ҳуқуқи бўлмаган очиқ аккредитив. У сотувчига ҳеч қандай кафолат бермайди ва шунинг учун жуда кам ҳоллардагина қўлланилади.

Қайтариб олинмайдиган аккредитив одатдаги амалиётда кенг қўлланилади. Унинг қуйидаги шакллари мавжуд:

- қайтиб олинмайдиган тасдиқланган аккредитив, бунда сотиб олувчи ўз банкка сотувчининг банки орқали тасдиқлатиб олишга топшириқ беради, яъни сотувчининг банки тўлов шартларини бажарилишини кафолатлайди.

- қайтиб олинмайдиган тасдиқланмаган аккредитив, бунда сотувчининг банки уни аккредитив очилганлиги ҳақида огоҳлантиради, лекин ўзи унинг тўланишини кафолатламайди. Мажбуриятларнинг бажарилиши учун фақат сотиб олувчининг банки жавобгар бўлади.

- ўтказма аккредитив, бунда сотувчи ушбу аккредитивнинг бир қисмини ўзининг суб етказиб берувчиларига ўтказиш имкониятига эга бўлади. Бу унинг суб-етказиб берувчиларнинг ҳар бирига алоҳида аккредитивлар очишига нисбатан анча арзонга тушади.

Буларнинг ичида энг қулай тури – бу чақириб олинмайдиган ва тасдиқланган аккредитивдир.

# СОЛИҚ СТАВКАЛАРИ

## Солиқ тушунчаси

Солиқ деганда Солиқ Кодексида белгиланган, муайян миқдорларда ундириладиган, мунтазам, қайтариб берилмайдиган ва беғараз хусусиятга эга бўлган, бюджетга йўналтириладиган мажбурий пул тўлови тушунилади.

## Солиқтурлари:

Солиқ турлари жуда кўп, лекин:

- Тўғри солиқ - тадбиркор ёки бизнесмен томонидан қилган иш\хизмати хажмидан тўланадиган солиқ.
- Эгри солиқ - маҳсулотнинг нархида ўтириб, акциз ёки бошқа тўловлар сифатида ундирилади.
- Соддалаштирилган солиқлар - ягона солиқ ва қатъий белгиланган солиқларга бўлинади.

Ўзбекистонда умумий ва соддалаштирилган солиқлар тизими жорий этилган. Умумий солиқларни катта корхона вакиллари тўлашса, соддалаштирилган солиқ тизимидаги солиқларни кичик бизнес вакиллари ва хусусий тадбиркорлар тўлашади. Солиқ Кодексининг 350 моддасига асосан, якка тартибдаги тадбиркорлар қатъий белгиланган солиқ тўловчи сифатида белгиланадилар. Янги ташкил қилинган кичик корхоналар ва микрофирмалар рўйхатга қўйилганидан бошлаб 10 кун мобайнида ягона солиқ тўловини тўлашлари тўғрисида давлат солиқ инспекциясига ариза билан мурожаат қилиши керак. Акс ҳолда улар умумий солиқ тўлашларига тўғри келади.

Қатъий белгиланган солиқ якка тартибдаги тадбиркорларга икки хилда ҳисобланади.

**Биринчиси**, якка тартибдаги тадбиркорларнинг фаолият тури ва фаолиятни амалга ошириш жойи учун белгиланган ставкалардан келиб чиқиб, энг кам иш ҳақига каррали миқдорларда ҳар ой учун ҳисобланади.

**Иккинчиси**, фаолиятнинг айрим турларини амалга оширувчи якка тартибдаги тадбиркорларга мазкур **фаолият турини тавсифловчи физик кўрсаткичлардан** келиб чиққан ҳолда солиқ ҳисобланади. Масалан, болалар ўйин автоматлари фаолияти бўйича **ҳар бир жиҳозланган ўринлар сонига** фаолиятни амалга ошириш жойи учун белгиланган ставкалардан келиб чиқиб, энг кам иш ҳақига каррали миқдорларда ҳар ой учун ҳисобланади.

**Якка тартибдаги тадбиркор фаолиятининг бир неча тури билан шуғулланган тақдирда, қатъий белгиланган солиқ фаолиятнинг ҳар бир тури учун мазкур турдаги фаолиятга нисбатан белгиланган ставкалар бўйича алоҳида-алоҳида ҳисобланади.**

Агар фаолият амалга оширилган жой учун қатъий белгиланган солиқ ставкалари давлат рўйхатидан ўтказилган жой учун белгиланган

ставкалардан фарқ қилса, қатъий белгиланган солиқ энг юқори ставка бўйича тўланади.

Шунингдек, якка тартибдаги тадбиркорлар Солиқ кодексининг 311-моддасига асосан, ҳар ойда энг кам иш ҳақидан кам бўлмаган миқдорда **суғурта бадалларини** мажбурий тартибда тўлашлари қайд этилган.

Агар, якка тартибдаги тадбиркор фаолиятининг бир неча тури билан шуғулланса, унга суғурта бадали ҳар бир фаолият тури учун ҳисобланмасдан, энг кам иш ҳақи миқдорида ҳисобланади.

Юридик шахс ташкил этмаган ҳолда оилавий тадбиркорлик шаклидаги фаолиятни амалга оширувчи оила аъзолари календарь ойида ишлаган кунлари сонидан қатъи назар қуйидаги миқдорларда суғурта бадалларини тўлайдилар:

- якка тартибдаги тадбиркор сифатида рўйхатдан ўтган оила аъзоси — **ойига энг кам иш ҳақидан** кам бўлмаган миқдорда;
- оиланинг бошқа аъзолари (ўн саккиз ёшга тўлмаганлар бундан мустасно) — **ойига энг кам иш ҳақининг 50 фоизи** миқдорида.

Ёшга доир пенсия олиш ҳуқуқига эга бўлган, шунингдек I ва II гуруҳ ногиронлари бўлган якка тартибдаги тадбиркорлар, юридик шахс ташкил этган ва ташкил этмаган ҳолда тузилган деҳқон хўжалиқларининг аъзолари ҳамда юридик шахс ташкил этмаган ҳолда оилавий тадбиркорлик шаклидаги фаолиятни амалга ошираётган оила аъзолари учун **суғурта бадалининг миқдори унинг белгиланган миқдорининг камида 50 фоизини** ташкил этиши керак.

Солиқ кодексининг 375 ва 311 моддаларига асосан, қатъий белгиланган солиқ ва суғурта бадали тадбиркорлик фаолияти амалга оширилган ойнинг 25-кунидан кечиктирмай ҳар ойда тўланади.

Солиқ кодексининг 373-моддасига мувофиқ, якка тартибдаги тадбиркорлар якка тартибдаги тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш доирасида қатъий белгиланган солиқ тўлаш билан бир қаторда қуйидагиларни тўлайдилар:

- 1) божхона тўловлари;
- 2) ер қаъридан фойдаланувчилар учун солиқлар ва махсус тўловлар - фойдали қазилмаларни казиб олиш бўйича фаолиятни амалга оширганда;
- 3) сув ресурсларидан фойдаланганлик учун солиқ - сув ресурсларидан тадбиркорлик фаолияти учун фойдаланилганда;
- 4) акциз солиғи - акциз тўланадиган маҳсулот ишлаб чиқарилганда;
- 5) бюджетдан ташқари Пенсия жамғармасига суғурта бадаллари;
- 6) давлат божи;
- 7) автотранспорт воситаларини олганлик ва (ёки) вақтинчалик олиб кирганлик учун Республика йўл жамғармасига йиғим.

Агар якка тартибдаги тадбиркорлар солиқ солинадиган мол-мулкка ва (ёки) ер участкасига эга бўлсалар, ушбу Солиқ кодексининг 48, 50-бобларида назарда тутилган тартибда жисмоний шахсларнинг мол-мулкига солинадиган солиқни ва (ёки) жисмоний шахслардан олинадиган ер солиғини тўлаш мажбурияти уларнинг зиммасида сақланиб қолади.

## Якка тартибдаги тадбиркорлар учун солиқ ставкалари

Якка тартибдаги тадбиркорлар учун қатъий белгиланган йиллик солиқ ставкалари Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарорига асосан белгиланади.

Жумладан, 2016 йил учун белгиланган солиқ ставкалари қўйидагича:

<b>Тадбиркорлик фаолияти айрим турлари бўйича юридик ва жисмоний шахсларга қатъий белгиланган солиқ ставкалари</b>						
№	Фаолият тури	Солиқ тўловчилар	Мазкур фаолият турини характерловчи физик кўрсаткичлар	Физик кўрсаткич бирлигига ҳар ойда қатъий белгиланган солиқ ставкаси (Энг кам иш ҳақиға қаррала микдорларда)		
				Тошкент ш.	Нукус шаҳри ва вилоятга бўйсунувчи шаҳарлар	Бошқа аҳоли пунктлари
1.	Автотранспорт воситаларини вақтинча сақлаш	Юридик шахслар	Эгаллаган майдони (1 кв. метр)	0,1	0,06	0,04
2.	Болалар ўйин автоматлари	Юридик ва жисмоний шахслар	Жиҳозланган ўринлар сони (бирликда)	3,0	2,0	1,0
Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2015 йил 22 декабрдаги П 2455-сон қарорининг 11-иловасига асосан						

<b>Юридик шахсни ташкил этмасдан тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланадиган жисмоний шахслар (якка тартибдаги тадбиркорлар)дан олиннадиган қатъий белгиланган солиқ СТАВКАЛАРИ</b>				
№	Фаолият тури	Қатъий белгиланган солиқнинг бир ойдаги ставкаси (Энг кам иш ҳақиға қаррала микдорларда)		
		Тошкент ш.	Нукус шаҳри ва вилоятга бўйсунувчи шаҳарлар	Бошқа аҳоли пунктлари

1.	Чакана савдо: озик-овқат товарлари билан	9,0	6,0	3,0
	деҳқон бозорларида қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари билан*	5,0	4,0	2,0
	ноозик-овқат товарлари билан	10,0	6,5	3,0
	газета, журнал ва китоб маҳсулотлари билан	5,0	3,0	0,5
	озик-овқат ва ноозик-овқат товарлари билан (турғун шохобчалардаги аралаш савдо)	10,0	6,5	3,0
2.	Маиший хизматлар	3,5	1,5	0,5
3.	Ўз маҳсулотини ишлаб чиқариш ва сотиш, шу жумладан миллий ширинликлар ва нон-булка маҳсулотларини тайёрлаш ва сотиш, шунингдек уй шароитларида ёки жойлардаги давлат ҳокимияти органларининг қарори билан махсус ажратилган жойларда ўтириш жойлари ташкил қилмасдан, доналаб сотиладиган овқатларнинг айрим турларини тайёрлаш ва сотиш	2,0	1,5	1,0
5.	Бошқа фаолият турлари	2,0	1,5	1,0
6.	Автомобиль транспортида юк ташишга оид хизматлар:			
	3 тоннагача юк кўтариш қувватига эга юк автомобиллари учун		2,0	
	8 тоннагача юк кўтариш қувватига эга юк автомобиллари учун		3,0	
	8 тоннадан ортиқ юк кўтариш қувватига эга юк автомобиллари учун		4,0	
Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2015 йил 22 декабрдаги ПҚ- 2455-сон қарорининг 12-иловасига асосан				

*\*) Уй хўжалиги, шу жумладан деҳқон хўжалигида парваришланган ҳайвонларни (қорамол, парранда, мўйнали ва бошқа ҳайвонлар, балиқ ва бошқаларни) тирик ҳолда ҳамда уларни сўйиб, маҳсулотларни хом ёки қайта ишланган ҳолда, саноатда қайта ишлашдан ташиқари, табиий ва қайта ишланган чорвачилик, асаларичилик ва деҳқончилик маҳсулотларини,*

манзарали боғдорчилик (гулчилик) маҳсулотлардан ташқари, сотиш бундан мустасно.

Солиқ солишдан озод этиш солиқ тўловчига тегишли давлат ҳокимиятининг жойлардаги органи, фуқароларнинг ўзини ўзи бошқариш органи, боғдорчилик, узумчилик ёки полизчилик ширкати бошқаруви томонидан берилган, реализация қилинган маҳсулот солиқ тўловчи томонидан унга ёки унинг оила аъзоларига ажратилган ер участкасида этиштирилганлигини тасдиқловчи белгиланган шаклдаги ҳужжатни тақдим этган тақдирда амалга оширилади.

Ушбу қарорга асосан, қатъий белгиланган солиқнинг ставкаси йил бошидаги энг кам иш ҳақи миқдори, яъни 130 240 (2016 йил учун) сўмдан келиб чиқиб ҳисобланади ва энг кам иш ҳақи миқдори йил давомида ўзгарганда, қайта ҳисоб-китоб қилинмайди.

Бундан ташқари, жисмоний шахс:

а) бир нечта фаолият тури билан шуғулланса, ҳар бир фаолият тури учун алоҳида-алоҳида солиқ тўлайди;

б) тадбиркорлик фаолиятини ижарага олинган ускуналар ва бинода амалга оширилса, яшаш жойидаги давлат солиқ хизмати органига ижарага берувчи тўғрисида маълумотнома (ахборот) тақдим этилиши керак;

в) давлат рўйхатидан ўтказилмаган жойда тадбиркорлик фаолиятини амалга оширилса, солиқни рўйхатдан ўтказилган жойда ва фаолиятни ҳақиқатда амалга ошираётган жойда белгиланган ставкалар орасидаги энг юқори ставка бўйича рўйхатдан ўтказилган жой бўйича тўлайди.

Агар жисмоний шахс мол-мулкни ижарага беришдан даромад олса, унда у давлат томонидан белгиланган жисмоний шахслардан олинadиган даромад солиғи минимал ставкалари бўйича солиқ тўлайди. 2016 йил учун бу 7,5 фоизни ташкил қилади.

## **Солиқ ҳисоботлари**

Якка тартибдаги тадбиркорлар томонидан солиқ идораларига ҳисобот тақдим этишларига тўхталадиган бўлсак, Солиқ кодексининг 374-моддасига мувофиқ, савдо фаолиятини амалга оширувчи якка тартибдаги тадбиркорлар томонидан ҳар чорак якуни бўйича ҳисобот чорагидан кейинги ойнинг 10-кунидан кечиктирмай, шунингдек, тижорат фаолияти учун мўлжалланган товарларни олиб кирадиган якка тартибдаги тадбиркорлар томонидан ҳар ой якуни бўйича ҳисобот ойдан кейинги ойнинг 10-кунидан кечиктирмай солиқ бўйича ҳисобга олиш жойидаги давлат солиқ хизмати органларига ҳисобот тақдим этилиши лозим.

Солиқ кодексининг 372-моддасига мувофиқ, фаолиятнинг айрим турларини амалга оширувчи якка тартибдаги тадбиркорлар янги ташкил қилинган вақтда давлат рўйхатидан ўтказилган кундан эътиборан ўн кундан кечиктирмай, кейинчалик ҳисобот йилининг 15 январигача солиқ бўйича

ҳисобга олиш жойидаги давлат солиқ хизмати органларига ҳисобот тақдим этишлари лозим.

Шунингдек, солиқ солиш объекти ўзгарган тақдирда, фаолиятнинг айрим турларини амалга оширувчи якка тартибдаги тадбиркорлар аниқлик киритилган ҳисоб-китобни навбатдаги тўловни тўлаш муддатидан кечиктирмай тақдим этишлари шарт.

Соддалаштирилган тартибда солиқ тўловчи юридик шахслар эса солиқ ҳисоботларининг ҳар бир чорак тугагандан кейинги ойнинг 25 санасидан кечиктирмасдан, йиллик ҳисоботларни эса февраль ойининг 15 санасидан кечиктирмасдан топиширишлари шарт. Ойлик маошлари тўғрисидаги ҳисоботларни бўлса ҳар ойнинг 25 санасидан кечиктирмай топиширишлари керак.

### Хусусий тадбиркорликнинг фаолият турлари

Аввал хусусий тадбиркорликнинг фаолият турлари бир нечта эди, ҳозирда эса уларнинг сафи кенгайган ва 74 тага етди. 2011 йилнинг 1 апрелидан бошлаб хусусий тадбиркорлар юридик шахс ташкил этмасдан шуғулланиши мумкин бўлган фаолият турлари қўйидагилардир:

#### РЎЙХАТИ

Т/р	Фаолият турининг номи
<b>I. Чакана савдо:</b>	
1	Озиқ-овқат товарлари билан чакана савдо қилиш (ўсимлик мойи, алкоғолли ичимликлар ва тамаки маҳсулотларини сотишдан ташқари)
2	Дехқон бозорларида қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини чакана сотиш
3	Ноозиқ-овқат товарларини чакана сотиш (нефть маҳсулотларининг барча турларини, қимматбаҳо металллар ва қимматбаҳо тошлардан ясалган буюмлар ёхуд бундай материаллар қўлланилган буюмларни, аудиовизуал асарлар, фонограммалар ва ЭҲМ учун яратилган дастурларни, янги импорт автомобиллар ва фармацевтика товарларини сотиш бундан мустасно)
3-1	Газеталар, журналлар ва китоб маҳсулотлари билан чакана савдо қилиш
4	Озиқ-овқат ва ноозиқ-овқат товарларини чакана сотиш (турғун шохобчаларда аралаш савдо қилиш)
5	Товарларни импорт қилиш ва чакана сотиш*
<b>II. Қонун ҳужжатларида белгиланган рўйхат бўйича ҳунармандчилик фаолияти.</b>	
<b>III. Маиший хизматлар, II бўлимда назарда тутилганларидан ташқари:</b>	
6	Сартарошлик хизматлари, маникюр, педикюр, косметолог хизматлари ва шунга ўхшаш бошқа хизматлар
7	Кир ювиш, қуруқ ва кимёвий тозалашни ташкил этиш, шунингдек дазмоллаш хизматлари
8	Гилам ва гилам буюмларини таъмирлаш ва тозалаш



9	Тикув, мўйна, чарм ва трикотаж буюмларни, бош кийимларни, тўқимачилик галантереясидан тикилган буюмларни таъмирлаш ва тикиш, шу жумладан дераза ва эшик пардалари тикиш, трикотаж буюмларни тўқиш.
10	Ҳайвонлар терилари, мўйна, тўқимачилик, чарм буюмлар ва бошқа буюмларни ошлаш ва бўяш
11	Якка буюртмалар бўйича пойабзал тайёрлаш ва тикиш, пойабзални таъмирлаш, бўяш ва тозалаш
12	Атторлик буюмларини тайёрлаш ва таъмирлаш
13	Бижутерия ва жевакларни тайёрлаш ва таъмирлаш
14	Калитлар тайёрлаш
15	Металл ва тунока буюмлар тайёрлаш ва таъмирлаш
16	Мотам гулчамбарлари, сунъий ранглар, гирлянд тайёрлаш
17	Тўсиқлар, ҳайкаллар, металлдан ясалган гулчамбарларни тайёрлаш ва таъмирлаш
18	Ёғочдан (мебелдан ташқари) ва алюминий (пластик) профилдан эшик, дераза ва бошқа буюмлар тайёрлаш.
19	Инвентарни (хўжалик, спорт, балиқчилик ва ҳоказо инвентарь) таъмирлаш ва тайёрлаш
20	Кесувчи буюмлар ва асбобларни чархлаш
21	Мебелни йиғиш ва таъмирлаш
22	Мусиқа асбобларини таъмирлаш ва созлаш
23	Якка буюртма бўйича қимматбаҳо металлдан ва тошлардан заргарлик буюмларини ясаш, шунингдек заргарлик буюмларини таъмирлаш
24	Оптика, соатларни таъмирлаш ва ўймакорлик ишлари
25	Радиоэлектрон аппаратлар, маиший машиналар, маиший приборлар, офис машиналари ва ҳисоблаш техникасини таъмирлаш, ўрнатиш ва уларга техник хизмат кўрсатиш
26	Транспорт воситаларини таъмирлаш ва уларга техник хизмат кўрсатиш, шу жумладан транспорт воситаларига техникхизмат кўрсатиш хизматларининг бошқа турлари (акустик тизимлар ва кўриқлаш сигналларини таъмирлаш ва ўрнатиш, ювиш, текислаш, кузовга ҳимоя ва безак қопламалари қоплаш, салонни тозалаш ва шунга ўхшаш бошқа хизматлар)
27	Санитария-техника хизматлари ва пайвандлаш ишлари
28	Шиша ва ойналарни қирқиш, шишага бадиий ишлов бериш
29	Биноларга ойна ўрнатиш хизматлари
30	Жамоат ҳожатхоналари хизматлари
31	Ҳаммом ва сауна хизматлари
32	Турар жойларни йиғиштириш хизматлари
33	Ҳовлилар ва боғларга қараш хизматлари, шунингдек кўкаламзорлаштириш ишлари
34	Боғлар, полизлар ва дов-дарахтларни зараркундалар ва

	касалликлардан ҳимоя қилиш
35	Видеога олиш ва фотосуратга олиш хизматлари
35-1	Хўжалик моллари ва уй-рўзғор буюмларини (мебель, идиш-товоқлар, хўжалик, спорт, балиқчилик анжомлари, маиший техника, приборлар ва бошқаларни) ижарага бериш.
<b>IV. Фаолиятнинг бошқа турлари:</b>	
36	Миллий ширинликлар, нон-булка ва қандолатчилик маҳсулотлари, поп-корн, фрезерда музқаймоқ, салатлар ва тузламалар тайёрлаш ва сотиш, шунингдек уй шароитларида ёки маҳаллий давлат ҳокимияти органларининг қарори билан ажратилган махсус жойларда ўтириш жойлари ташкил этмасдан доналаб сотиладиган таомларнинг айрим турларини тайёрлаш.
37	Ўлчов воситалари тайёрлаш ва уларни прокатга бериш
38	Қурилиш, таъмирлаш ва безаш бўйича алоҳида ишларни бажариш (капитал қурилиш, қурилиш-монтаж ишлари бўйича юридик шахсларга хизмат кўрсатишдан ташқари)
39	Репетиторлик хизматлари
40	Таржима хизматлари, таҳрир хизматлари
41	Болаларнинг ўйинчоқ автоматлари билан боғлиқ хизматлар
42	Ахборотнинг криптографикҳимояси воситаларини лойиҳалаш, яратиш, ишлаб чиқариш, сотиш, таъмирлаш ва улардан фойдаланиш
43	Дизайн бўйича хизматлар (график, интерьер, мебель ва ҳоказолар), шунингдек чизмачилик-графика ишлари шунингдек рассомлик санъати
44	Компьютер дастурларини ишлаб чиқиш хизматлари, компьютер ўйинларини ташкил этиш, шунингдек компьютер ёрдамида матнларни териш ва босиб чиқариш хизматлари, матндан нусха олиш ва кўпайтириш билан боғлиқ хизматлар
45	Ташриф қоғозлари ва таклифнома билетларини тайёрлаш ва босиш
46	Муқовалаш ишлари
47	Рекламани ишлаб чиқиш ва жойлаштириш
48	Суғурта агентлари томонидан кўрсатиладиган хизматлар
49	Тўйлар, юбилейлар ва бошқа тантаналарда концерт хизмати кўрсатиш
50	Ўзбекистон Республикасида ва унинг ташқарисида гастрол-концерт фаолиятини амалга ошириш
51	Тантанали маросимларни ташкил этиш хизматлари (тўй, юбилей, туғилган кун ва ҳоказолар)
52	Кўйлак ва костюмларни, шунингдек уларга аксессуарларни прокатга бериш
53	Ижтимоий хизматлар (болалар, беморлар ва кекса кишиларга қараш хизматлари)
54	Жисмоний тарбия-соғломлаштириш фаолияти (шейпинг, аэробика, спорт секциялари, саломатлик гуруҳлари), тренерлик хизматлари

55	Тўғарақлар ташкил этиш ва юритиш
56	Гулумни шишириш хизматлари (таксидермик ишлар)
57	Тегирмонларда донни майдалаш (тозалаш) хизматлари
58	Мол сўйиш хизматлари
59	Уй ҳайвонларига қараш хизматлари
60	Ветеринария фаолияти
61	Юкларни автомобиль транспортида ташиш
62	Йўловчилар ва юкларни дарё транспортида ташиш
63	Ўсимлик, ҳайвонлар ва минераллардан тайёрланган доривор хом ашёни етиштириш, йиғиштириш, тайёрлаш, қадоқлаш ва улгуржи сотиш
64	Гуллар ва декоратив дарахтлар етиштириш ва сотиш
65	Аквариум балиқлари, декоратив қушлар ва бошқа ҳайвонларни кўпайтириш ва сотиш
66	Шиша идишлар ва иккиламчи хом ашёни қабул қилиш хизматлари (металл чиқиндиларидан ташқари)
67	Риэлторлик фаолияти.
68	Жисмоний ва юридик шахсларга махсус техникадан (тракторлар, автокранлар, бульдозерлар, экскаваторлар ва бошқалардан) фойдаланган ҳолда хизматлар кўрсатиш.
69	Илмий-тадқиқот, тажриба-конструкторлик ва технологик ишлар учун пудрат шартномаси бўйича ишларни бажариш.
70	Матрицали принтерлар ва алфавит-рақам ёзадиган қурилмалар учун бўёвчи тасмаларни тайёрлаш ва қайта ишлаш.
71	Қоғозлар ва скоросшивателлар учун конвертлар, папкалар тайёрлаш.
72	Телекоммуникациялар операторларига, провайдерларига воситачилик хизматлари кўрсатиш (салоҳиятли абонентларни излаш, абонентлар ёки хизматлар кўрсатувчилар билан абонентлик шартномалари тузиш ва уларга маълумот-ахборот хизмати кўрсатиш, хизмат кўрсатувчиларнинг хизмати учун тўловларни қабул қилиш).
73	Ташкилотлар учун қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари (хом сут, сабзавотлар, мевалар, асал, тери ва мўйна) тайёрлаш бўйича хизматлар.
74	Пахта (илгари истеъмолда бўлган) ва жун тозалаш ҳамда титиш хизматлари

*\*Товарларнинг турлари туманлар (шаҳарлар) ҳокимликлари ҳузуридаги тадбиркорлик субъектларини рўйхатдан ўтказиш инспекциялари томонидан бериладиган чакана савдони амалга ошириш ҳуқуқи учун берилган рухсатномада, шунингдек давлат солиқхизмати органлари томонидан берилган тижорат фаолияти учун мўлжалланган товарларни олиб келувчи юридик шахс бўлмасдан ташкил этилган яққатадбиркорнинг рўйхатдан ўтказиш (рухсат бериш) тартиботлари варақасида кўрсатилади.*

*Изоҳ. Агар якка тадбиркор фаолиятнинг асосий турига нисбатан ёрдамчи ҳисобланган фаолиятни амалга оширса, қатъий белгиланган солиқ фаолиятнинг бир тури учун тўланади.*

*Ушбу Рўйхатга киритилган фаолият турлари юридик шахс шаклидаги тадбиркорлик субъектлари томонидан ҳам амалга оширилиши мумкин.*

*Ушбу Рўйхат доирасида ўз фаолиятини амалга оширадиган хусусий тадбиркорлар қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда ташиқи иқтисодий фаолият билан шугулланишлари мумкин.*

Шунингдек, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2005 йил 28 мартдаги «Халқ бадий ҳунармандчиликлари ва амалий санъатини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги ПФ-3588-сонли фармони билан тасдиқланган ҳунармандчиликнинг асосий 25 та фаолият турлари рўйхати тасдиқланган бўлиб, якка тартибдаги тадбиркорлар ушбу фаолият турларини «Ҳунарманд» уюшмасига аъзо бўлган ҳолда амалга оширишлари мумкин.

<b>Халқ бадий ҳунармандчиликлари ва амалий-безак санъати буюмлари асосий турларининг янгиланган Рўйхати</b>		
<b>№</b>	<b>Асосий турлари</b>	<b>Ишлаб чиқариш буюмларнинг турлари</b>
1.	Ганч ўймакорлиги	Кандил; бра; кўзгу; давра; овал ва бурчак шаклидаги нақшлар; сталактит; мукарнас (фриз); карниз, устун бўлаклари; панжара; хайкалча; намоён; шифт ва девор безаклари ва асослари; ганчдан ясалган архитектура ва қурилиш элементлари ва ганчдан ясалган амалий безак маҳсулотлари.
2.	Ёғоч ўймакорлиги	Ёғоч ўймакорлиги услубида ясалган барча амалий безак маҳсулотлари
3.	Суяк ўймакорлиги	Ёдгорлик совғалар; майда хайкалчалар, нецке; қутичалар; пичоқ, қилич, хан-жарларнинг соплари; суякдан безак берган ҳолда тайёрланган маҳсулотлар ва суякдан ясалган бошқа амалий безак маҳсулотлари.
4.	Тош ўймакорлиги	Ёдгорлик совғалар; майда хайкалчалар; нецке; қутичалар; ёзув дастгоҳлари; зинапоя тутқич устунлари; зинапоя тутқичи; шамдон; намоён; рельеф; контррельеф; барельеф; давлат рамзлари; геральдика; қимматбаҳо ва оддий тошлардан ясалган тақинчоқлар ва тошдан ясалган бошқа амалий безак маҳсулотлари
5.	Ёғочдан халқ ҳунармандчилиги буюмлари	Ошхона анжомлари (ўқлов, туздон, нон кути, жўва, кели, ош тахта, чакич); ёғоч ва фанерадан тайёрланган ҳар хил ҳунармандчилик маҳсулотлари;

	ясаш	беланчаклар; болалар аравачаси; бешик ва унинг анжомлари; хонтахта; сандик; эшик; ром; безакли рейкалар; сурат учун ромлар (багет); токарлик ускунасида тайёрланган хар хил шаклли хунармандчилик маҳсулотлари; муаллифлик ва миллий услубда ясалган мебель; нарда; шахмат тахтаси ва донаси; намоён ва ёғочдан қўлда ясалган маҳсулотлар
6.	Металл ва тунукадан буюмлар ясаш	Гулдор ва жимжимадор тарнов ва трубалар; қуйма буюмлар (эшик ва дераза тутқичлари, илгак, занжир, қўнғироқ, шамдон ва бошқалар); ошхона анжомлари; уй рўзғор буюмлари (ошиқ-мошиқ, кетмон, теша ва ҳ.к.), ёғоч, тош ва ганч ўймакорлиги учун асбоб-ускуналар, ёдгорлик совғалар ва қўлда ишланган бошқа маҳсулотлар.
7.	Қилич, ханжар ва пичоқ ясаш	Миллий услубда ясалган барча турдаги қилич, ханжар ва пичоқлар
8.	Зарб, ўйма тасвир (чеканка) усулда ясалган буюмлар	Мис, латун, алюминийдан ясалган буюмлар (чайнак, кумғон, офтоба, обдаста, чойидиш, лаган, пиёла, ликопча, патнис, гулдон, чилим, шамдон, кандил, бра, скоба, эшик халқалари, эшик ва ром ошиқ-мошиқлари, тутқичлар, занжирлар, куббалар, қулф; пичоқ, қилич ва ханжар дасталари ва қинлари; ошхона анжомлари ва бошқалар) ва бошқа кандакорлик (мисгарлик) маҳсулотлари
9.	Чинни (фарфор), сопол ва ганчдан буюмлар ясаш	Халқ амалий безак ва хунармандчилик услубида ишланган барча чинни, фаянс ва кулолчилик буюмлари; архитектура безаклари, нақшин ва туширилган нақш (трафарет) услубида чинни, фаянс ва кулолчилик буюмларга безак бериш; тандир.
10.	Қимматбаҳо металллардан заргарлик буюмлари ясаш	Қонунга мувофиқ пробали ва тамғаланиши шарт бўлган қимматбаҳо металллар олтин, кумуш, платина ва платина гурухига тааллуқли моддалар (палладий, иридий, радий, рутений, осмий) дан ижодий устахоналарда муаллифлик ва миллий услубда ясалган заргарлик буюмлари
11.	Қўлда гилам тўқиш	Гилам ва гиламчалар, полос, хуржун, наMATли буюмлар, шолча, жойнамоz, ўтов, жулхирс (узун патли гилам), буғжамол, напрач.
12.	Қўлда газлама ва тўқма буюмлар тўқиш	Атлас; беқасам; адрас; салла; табиий ипак; пахта, жун ва сунъий ипдан тўқилган газламалар; қўл ва ускуна услубда тўқилган буюмлар (момик ва жунли рўмол, перчатка ва қўлқоп, журоб, пайпок, бош кийимлар ва бошқалар).

13.	Шиша буюмлар тайёрлаш	Бра, майда хайкалчалар, ёдгорлик буюмлар, тақинчоқлар (туморлар, тасбехлар, мунчоқлар) ва бошқалар
14.	Зардўзлик буюмлари тикиш	Зардўзлик услубида тайёрланган барча турдаги хунармандчилик маҳсулотлари
15.	Каштачилик, каштадўзлик	Қўлда ва ускунада бажарилган барча турдаги хунармандчилик маҳсулотлари
16.	Матога гул босиш ва чокли буюмлар тикиш	Хар хил матоларга гул босиш усулида бажарилган барча хунармандчилик маҳсулотлари, миллий кийимлар, кўрпа ва кўрпачалар, ёстиклар (лўла болиш), белбоғлар, жияклар, сумкалар ва бошқа чокли хунармандчилик маҳсулотлари
17.	Миллий халат (чопон) ва бош кийимлар тайёрлаш	Халатлар (чопон, яктак, нимча, болалар чопони, тўй чопони); дўппилар; телпаклар; салла; мўйна, қоракўл ва қўлда тўкилган матолар ишланган бош кийимлар
18.	Муסיқа асбоблари ясаш	Қўлда ва ускунада бажарилган барча турдаги хунармандчилик маҳсулотлари
19.	Миниатюралар, расмлар (тасвирли), орнаментлар (нақшли) ва сирли безаклар бериш	Деворда, қоғозда, холстда, чармда, матода, тош қоғоз (папье-маше)да, ёғочда, ковокда, картонда, суякда, сирланган буюмларда ишланган миниатюра, ранг тасвир ва наққошлик услубида маҳсулотлар
20.	Ҳажмли ва фигуралар (шаклдор) қолипли (андозали) қўйма буюмлар ясаш	Табиий ва сунъий қурилиш хом ашёларидан қўйма услубида ишланган буюмлар (шарафа, муқарнас, рамка, карниз, қандил, бра, давра, овал ва бурчак гуллари, устун ва бошқалар); архитектура безаклари ва барча турдаги мис, бронза, чўян, алюминийдан қўлда, қўйма услубида ишланган хунармандчилик маҳсулотлари.
21.	Кичик хайкалчалар ясаш	Табиий ва сунъий хом ашёлар (ганч, шамот, мис, бронза, алюминий, суяк, ёғоч, тош, сопол, чинни, фаянс ва бошқалар) дан ясалган барча майда хайкалтарошлик буюмлари
22.	Ўйинчоқлар ясаш	Ёғоч, металл, ганч, мато, сопол ва бошқа табиий ҳамда сунъий хом ашёлардан ясалган ўйинчоқлар ва қўғирчоқлар.
23.	Новдалардан буюмлар тўкиш	Ўсимлик новдалари (қамиш, тол, похол, тол новдалари ва бошқа хар хил дарахт новдалари)дан тўкилган хунармандчилик маҳсулотлари
24.	Теридан	Аёллар маҳси ва ковуши; эркалар маҳси ва ковуши;

	буюмлар ва оёқ кийимлари тикиш	брэзент, кирза ва намат этиклар; аёллар учун сандал; тапичкалар ва қўлда тикилган туфлилар; эгар-жабдуғ анжомлари; арқон ва арқон анжомлари; чармли бўйбоғ, белбоғ, қайиш ва уларнинг анжомлари; қўлда тери ошлаш ва ундан миллий услубда ишланган нимча.
25.	Совға (сувенир) эсдалик буюмлари тайёрлаш	Табиий ва сунъий хом ашёлардан тайёрланган ёдгорлик ва совға буюмлари (тумор, тасбех, мунчок, зирак, узук, билакузук, тақинчоқлар, камар, кўкрак нишонлари ва бошқалар).

**Якка тартибдаги тадбиркорлар томонидан тегишли лицензия асосида амалга ошириладиган фаолият турлари рўйхати**

Т/р	Фаолият турининг номи
1.	Концерт-томоша фаолиятини амалга ошириш
2.	Ветеринария фаолияти
3.	Юкларни автомобил транспортида ташиш
4.	Ўсимлик, ҳайвонлар ва минераллардан тайёрланган доривор хом ашёни етиштириш, йиғиштириш, тайёрлаш, қадоклаш ва улгуржи сотиш
5.	Риелторлик фаолияти
6.	Экскурсия хизматлари кўрсатиш бўйича туризм фаолияти

**Ходимларни ёллаган ҳолда якка тартибдаги тадбиркорлик фаолиятни амалга ошириш**

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2015 йил 31 июлдаги 219-сонли қарори билан «Хусусий тадбиркорлар томонидан ходимларни ёллаган ҳолда тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш тартиби тўғрисида»ги Низомга асосан хусусий тадбиркор ходимларни ёллашни Вазирлар Маҳкамасининг 2011 йил 7 январдаги 6-сон қарори билан тасдиқланган Хусусий тадбиркорлар юридик шахс ташкил этмасдан шуғулланиши мумкин бўлган фаолият турлари рўйхатида назарда тутилган фаолиятнинг амалга ошириладиган турига боғлиқ ҳолда қуйида келтирилган жадвалга мувофиқ бир нафардан уч нафаргача миқдорда амалга оширишга ҳақлидир. Бир неча фаолият турлари билан шуғулланиладиган хусусий тадбиркор, фаолиятнинг турлари сонидан қатъи назар, уч нафардан кўп бўлмаган ходимларни ёллаш ҳуқуқига эга.

**Ходимларни ёллаган ҳолда хусусий тадбиркорлар томонидан амалга ошириладиган фаолият турларининг РЎЙХАТИ**

Т/ р	Фаолият турининг номи	Ёлланадиг ан ходимларн инг чекланган сони (нафар)
1.	<b>Чакана савдо</b> (Вазирлар Маҳкамасининг 2011 йил 7 январдаги 6-сон қарори билан тасдиқланган Хусусий тадбиркорлар юридик шахс ташкил этмасдан шуғулланиши мумкин бўлган фаолият турлари рўйхатининг 1 - 5-бандлари)	1
2.	<b>Қонунчиликда белгиланган рўйхат бўйича хунармандчилик фаолияти</b>	3
3.	<b>Маиший хизматлар, қонунчиликда белгиланган рўйхат бўйича хунармандчилик фаолиятидан ташқари</b> (Вазирлар Маҳкамасининг 2011 йил 7 январдаги 6-сон қарори билан тасдиқланган Хусусий тадбиркорлар юридик шахс ташкил этмасдан шуғулланиши мумкин бўлган фаолият турлари рўйхатининг 6 - 35-1-бандлари)	3
4.	<b>Фаолиятнинг бошқа турлари*</b> (Вазирлар Маҳкамасининг 2011 йил 7 январдаги 6-сон қарори билан тасдиқланган Хусусий тадбиркорлар юридик шахс ташкил этмасдан шуғулланиши мумкин бўлган фаолият турлари рўйхатининг 36 - 41, 51 - 59, 62, 64 - 66, 68 - 74-бандлари)	2

*\*) Вазирлар Маҳкамасининг 2011 йил 7 январдаги 6-сон қарори билан тасдиқланган Хусусий тадбиркорлар юридик шахс ташкил этмасдан шуғулланиши мумкин бўлган фаолият турлари рўйхатининг 42 (Ахборотнинг криптографик ҳимояси воситаларини лойиҳалаш, яратиш, ишлаб чиқариш, сотиш, таъмирлаш ва улардан фойдаланиш), 50 (Концерт-томоша фаолиятини амалга ошириш), 60 (Ветеринария фаолияти), 61 (Юкларни автомобиль транспортида ташиш), 63 (Ўсимлик, ҳайвонлар ва минераллардан тайёрланган доривор хом ашёни этиштириш, йиғиштириш, тайёрлаш, қадоқлаш ва улгуржи сотиш), 67 (Риелторлик фаолияти), 75-бандларида (Экскурсия хизматлари кўрсатиш бўйича туризм фаолияти) кўрсатилган фаолият турларини амалга оширадиган хусусий тадбиркор фаолиятининг асосий тури бўйича ёрдамчи ишларни бажариш учун бир нафар ходимни ёллаши мумкин.*

Якка тартибдаги тадбиркор зиммасига унинг ҳар бир ходими учун якка тартибдаги тадбиркор томонидан амалга ошириладиган фаолият бўйича назарда тутилган ставканинг 30 фоизи миқдоридида қатъий белгиланган солиқ тўлаш мажбурияти юклатилади.



Якка тартибдаги тадбиркор фаолиятнинг бир нечта турини амалга оширган тақдирда, якка тартибдаги тадбиркорнинг ҳар бир ходими учун қатъий белгиланган солиқ фаолиятнинг тегишли турлари учун ўрнатилган қатъий белгиланган солиқнинг энг юқори ставкасининг 30 фоизи миқдорда тўланади.

Якка тартибдаги тадбиркорнинг ҳар бир ходими учун қатъий белгиланган солиқ қатъий белгиланган солиқни якка тартибдаги тадбиркор томонидан тўлаш учун белгиланган муддатларда, меҳнат шартномаси тузилган ойдан кейинги ойдан бошлаб тўланади.

### Солиқ имтиёзлари

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2010 йил 30 мартдаги «Халқ бадий ҳунармандчилиги ва амалий санъатини ривожлантиришни янада қўллаб-қувватлаш тўғрисида»ги ПФ-4210-сонли фармонида асосан, **«Хунарманд» уюшмасига аъзолари бўлган якка тартибдаги тадбиркорлар қатъий белгиланган солиқ тўлашдан озод этилган.**

Ушбу солиқ имтиёзининг амал қилиш муддати Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2013 йил 26 декабрдаги ПФ-4589-сонли фармонида асосан 2017 йилнинг 1 январигача узайтирилган.

Бундан ташқари, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2012 йил 10 майдаги «Ўзбекистон Республикасида 2012-2016 йилларда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш дастури тўғрисида»ги ПҚ-1754-сонли қарорига асосан, 2012 йилнинг 2-чорагидан бошлаб, қишлоқ жойлардаги маҳаллалар ҳудудида маиший хизмат кўрсатиш билан шуғулланувчи якка тартибдаги тадбиркорлар (сартарошлар, тикувчилар, пойафзал, маиший техника таъмирлаш бўйича усталар ва бошқалар) **3 йил муддатига ҳамда қишлоқ жойларда якка тартибдаги уй-жой қурилиши асосида барпо этилаётган массивларда қирхона хизматларини амалга оширувчи якка тартибдаги тадбиркорлар 5 йил муддатига қатъий белгиланган солиқ тўлашдан озод этилган.**

Бундан ташқари, Ўзбекистон Республикаси Солиқ кодексининг 390-моддасига асосан, гастроль-концерт фаолияти билан шуғулланиш ҳуқуқи учун давлат божи тўловчи жисмоний шахслар мазкур фаолият тури бўйича қатъий белгиланган солиқ тўлашдан озод этилганлар.

Ким	Қандай солиқ	Қанча вақт мобайнига	Асос
Якка тартибдаги тадбиркор-«Хунарманд» уюшмаси аъзоси (ПФ-3588-сонли фармони билан тасдиқланган ҳунармандчиликнинг	қатъий белгиланган солиқ	"Хунарманд" " уюшмасининг аъзоси бўлиш даврида, лекин 2017	Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2005 йил 28 мартдаги «Халқ бадий ҳунармандчиликлари ва амалий санъатини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги

асосий 25 та фаолият турлари рўйхати бўйича)		йил 1 январигача	ПФ-3588-сонли фармони, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2013 йил 26 декабрдаги ПФ-4589-сонли фармони
Қишлоқ жойлардаги маҳаллалар ҳудудида маиший хизмат кўрсатиш билан шуғулланувчи якка тартибдаги тадбиркорлар	қатъий белгиланган солиқ	3 йил	Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2012 йил 10 майдаги «Ўзбекистон Республикасида 2012-2016 йилларда хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш дастури тўғрисида»ги ПҚ-1754-сонли қарори
Қишлоқ жойларда қирхона хизматларини амалга оширувчи якка тартибдаги тадбиркорлар	қатъий белгиланган солиқ	5 йил	

### 2016 йил солиқ ставкалари

Микрофирмалар ва кичик корхоналар учун (савдо ва умумий овқатланиш корхоналаридан ташқари) ягона солиқ тўлови

#### СТАВКАЛАРИ

N	Тўловчилар	Солиқ ставкалари % да
1.	Иқтисодиётнинг барча тармоқлари корхоналари, 2-6-бандларда кўрсатиб ўтилганларидан ташқари	5*
2.	Божхона расмийлаштириши билан шуғулланувчи юридик шахслар (божхона брокерлари)	5
3.	Ломбардлар	30
4.	Гастроль-концерт фаолияти билан шуғулланиш учун лицензияга эга бўлган юридик ва жисмоний шахсларни (шу жумладан норезидентларни) жалб этиш йўли билан оммавий томоша тадбирларини ташкил этишдан даромад оладиган корхоналар	30
5.	Тайёрлов ва таъминот-сотиш ташкилотлари, брокерлик идоралари (6-бандда кўрсатилганларидан ташқари), шунингдек воситачилик, топшириқ ва бошқа шартномалар бўйича воситачилик хизматлари кўрсатадиган корхоналар	33**

6.	Қимматли қоғозлар бозорида брокерлик фаолиятини амалга оширадиган корхоналар	13**
7.	Стационар савдо нуқталарини озиқ-овқат ва ноозиқ-овқат маҳсулотларини реализация қилиш учун ижарага беришга мутахассислашган корхоналар (ижарага беришдан олинган даромад 60% дан ортиқ бўлса)	30
8.	Ўзи ишлаб чиқарган товарлар, ишлар, хизматлар экспортининг (ишларни бажариш, хизматларни кўрсатиш жойидан қатъи назар) эркин алмаштириладиган валютадаги улуши қуйидаги миқдорларни ташкил этадиган корхоналар учун, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1997 йил 10 октябрдаги ПФ-1871-сон Фармони билан тасдиқланган рўйхатда келтирилган хом ашё маҳсулотлари бундан мустасно:	
	сотишнинг умумий ҳажмида 15 фоиздан 30 фоизгача	белгиланган ставка 30%га пасайтирилади
	сотишнинг умумий ҳажмида 30 фоиз ва ундан ортиқ фоиз	белгиланган ставка 50%га пасайтирилади

\* Мол-мулкни молиявий ижара (лизинг)га бераётган корхоналар учун - молиявий ижара (лизинг) бўйича фоизли даромад суммаси.

\*\*Ҳақ суммасига (ялпи даромадга) нисбатан фоизларда.

**2012 йилда савдо ва умумий овқатланиш муассасаси (уларнинг ичида микрофирма ва кичик корхоналар қиради) учун ягона солиқ тўлови СТАВКАЛАРИ**

№	Тўловчилар	Солиқ ставкалари %да
1	Умумий овқатланиш муассасалари	10
	Улардан: Мактаб, интернат-мактаб, Олий ўқув юртлиридаги махсус умумий овқатланиш муассасалари	8
2	Чакана савдо билан шуғулланадиган корхоналар (3 ва 4 пунктда кўрсатилганидан ташқари) қуйидагича:	
2.1	Жойлашган ерига боғлиқ ҳолда:	
	100 минг ва ундан ортиқ аҳолиси мавжуд бўлган шаҳарлар	4
	Бошқа аҳоли зич бўлган жойларда:	2
	Узоқ ва тоғли районларда:	1
2.2	Жойлаган ерига боғлиқ эмас:	
	Алькоголли, тамакили маҳсулотлар, бензин, дизел ёқилғиси ва сиқилган газ реализацияси маҳсулот айланмасидан	4
3	Улгуржи ва улгуржи-чакана савдо билан	5

	шуғулланувчи савдо корхоналари (4 пунктда кўрсатилганидан ташқари)	
4	Улгуржи ва чакана дори-дармон сотадиган ташкилотлар, қуйидагича:	
	100 минг ва ундан ортиқ аҳолиси мавжуд бўлган шаҳарлар:	3
	Бошқа аҳоли зич бўлган жойларда:	2
	Узоқ ва тоғли районларда:	1

Эслатма:

Агар чакана савдо корхоналари турлича ягона солиқ ставкаси ўрнатилган турли аҳоли пунктларида жойлашган мустақил юридик шахс бўлмаган бир нечта савдо нуқталарига эга бўлсалар, улар ҳар битта савдо нуқтаси учун товар айланмасининг алоҳида ҳисоб-китобларини юритишлари ва тегишлича ҳудудлар учун ўрнатилган солиқ ставкалари бўйича солиқларни тўлашлари керак.

### Алоҳида фаолият турлари бўйича ягона солиқ тўлови ставкалари

Тўловчилар	Солиқ ставкалари %да
Лотореялар ташкил қилиш фаолияти билан шуғулланувчи ташкилотлар (ушбу фаолият тури доирасида)	33

## Истеъмолчи билан ўзаро ҳамкорлик стратегияси

Постиндустриал бизнес стратегиясининг мақсади компанияга лоялликни узоқ вақт сақлаб қоладиган, фақат мавжуд маҳсулотларни сотиб олиб қолмасдан, янги таклиф қилинадиган маҳсулот ва хизматларни ҳам сотиб оладиган, компания ҳақида яхши фикр билдирадиган ва янги мижозларни келтирадиган, рақобатчи компанияларга ва уларнинг рекламаларига эътибор бермайдиган, баҳолар даражаларига етарлича бефарқ, компанияга янги маҳсулотлар юзасидан ғоялар ва талаблар билдирадиган кишилар гуруҳини шакллантиришдир.

Бизнес лойиҳанинг асосий ташкил этувчиси истеъмолчи билан контактларни сақлаб туришдир. Аудиториянинг, “истеъмолчилар командаси”нинг, сиз билан кейинчалик ҳам иш олиб боришга тайёр кишилар гуруҳининг мавжудлиги замонавий бизнеснинг энг асосий активидир. Шунинг учун у билан алоқани сақлаб туриш, уларда сизнинг ишингизга алоқадорлик ҳиссининг яратилиши, истеъмолчилар маълумотлар базасининг яратилиши, уларни кейинчалик ҳам сиз билан ҳамкорликка мотивлаш замонавий бизнеснинг энг муҳим ташкил этувчиларидир.

Истеъмолчининг лояллиги постиндустриал бизнеснинг асосий ресурсидир. Мавжуд доимий истеъмолчини сақлаб қолиш янгисини жалб

этишдан муҳимроқдир. Мавжуд ҳамкор-мижозни сақлаб қолишга нисбатан янгисини жалб қилишга 3-20 марта кўпроқ сарф-харажат қилишга тўғри келади. Янги истеъмолчи доимий мижоз компанияга келтирадиган фойдага тенг фойда келтириши учун чиқимлар 10-20 марта ошади.

Сотиб олувчини бизнесга жалб этишнинг икки хил шакли мавжуд – индивидуал ва оммавий ёндашиш. Индивидуал-ёндашилган стратегия истеъмолчининг индивидуал талабларини ўрганишдан бошлайди ва кейинчалик ушбу асосда маҳсулотни яратиш жараёнига киришади. Бу олинган маҳсулотнинг уникаллигида кўринади ва стандарт ечимли маҳсулотга нисбатан сарф-харажатларнинг кўплиги билан ажралиб туради. Лекин истеъмолчи томонидан маҳсулотнинг баҳосининг субъектив ошиши натижасида харажатлар ортиғи билан қопланиб кетади.

Масалан, мебел йиғмалари ёки автомобиллар, компьютерларни айтмаса ҳам бўлади аниқ мижознинг аниқ талаби бўйича йиғилади. Кабель телеканаллари бўлса, кўрсатувлар дастурларини буюртма асосида шакллантириш ва телетомошабинга у ёки бу жанрдаги кўрсатувларни кўпроқ беришга мойилдир. Бундай ёндашиш дастурий таъминот, дастгоҳлар ва бошқа соҳаларда кучайиб бормоқда.

Бу методни амалга оширишнинг биринчи босқичида продюсер ҳамкор-истеъмолчига унинг ихтиёрида қандай ресурслар ва имкониятлар борлигини презентация қилади. Жараённинг методологиясини тушунтиради, ҳамкорни ўзининг инновациясини истеъмол қилиш ва амалга оширишга мотивлайди. Кейин буюртмачининг хоҳишлари, талабларини аниқлаш, унинг ўз хоҳишларини анлаши даражасини ошириш учун психологик ёрдам бериш амалга оширилади. Мана шу асосда бизнес-жараённинг моделини биргаликда яратиш, асосий параметрларни аниқлаш ва техник вазифани ишлаб чиқиш амалга оширилади. Кейин продюсернинг мутахассислари технологик схемани тузишади, пудратчилар ва амалга оширувчиларни қидириб топишади, маҳсулотни яратиш ва ишлаб чиқариш жараёнидаги фаолиятнинг координациясини амалга оширишади. Продюсернинг вазифаси сифатни назорат қилиш, маркировка, ўраш, маҳсулотни етказиб беришдир. У ҳамма истеъмолчилар ва пудратчилар билан ҳисоб-китоб қилади, сотиб олувчилар билан тескари алоқани амалга оширади.

Умуман олганда продюсер маҳсулот ишлаб чиқарувчи эмас, балки ҳамкорига ушбу маҳсулотни яратиш ва ишлаб чиқариш учун хизмат кўрсатади. Продюсер компаниясининг фойдаси буюртма қилинган ишларнинг бажарилиши учун тўлов тарзида бўлади. Шунинг учун ҳам охирги маҳсулот товар эмас, балки бизнес-жараённинг ўзи бўлади. Кейинчалик у шунга ўхшаш талаблари бўлган истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш учун кўпайтирилиши ва қайта созланиши мумкин. Ушбу тиражлаш тадбиркорлик фаолиятининг натижаси бўлади.

Бизнесга сотиб олувчининг оммавий-ориентирланган жалб қилиниши оммавий ва наслий мотивацион тенденцияларга асосланади. Бу ерда биринчи босқичда турли ижтимоий гуруҳларда уларнинг мониторинги олиб борилади. Истеъмолчининг афзал кўришлари анализи, рақобатчиларнинг таклифлари,

жамиятнинг потенциал талаби бўлиши мумкин бўлган маҳсулотларни излаб топиш шулар жумласидандир. Кейин маҳсулотнинг концепцияси ва прототипи яратилади, унга мос бизнес-жараён шакллантирилади. Ушбу босқичда молиявий режа, лойиҳанинг юридик ва солиқ схемаси ишлаб чиқилади, таклиф қилинаётган маҳсулотга потенциал истеъмолчиларнинг ва экспертларнинг реакцияси таҳлил қилинади.

Мана шундай усул билан ишлаб чиқилган параметрлар доирасида бизнес жараённинг сценарийси, унинг технологик схемаси тузилади, пудратчилар ва ёки бажарувчилар излаб топилади. Ушбу босқичда ходимлар танланади, статус ва ҳокимият ваколатлари аниқланади, жавобгарлик тақсимланади.

Кейинги босқичда продюсер лойиҳа қатнашчиларининг координациясини амалга оширади, муҳандислик тайёргарлиги, ишлаб чиқариш, логистика, етказиб берувчилар билан ҳисоб-китоблар, харажатларни назорат қилади. Бу фаолият билан параллел равишда истеъмолчига чиқиш йўллари тайёрланади. Бу ерда референт гуруҳлар орасида жамоатчилик фикрини шакллантириш, реклама ва ахборот бериш, жамоатчилик билан мавжуд алоқаларни ишга солиш калит вазифасини ўтайди. Шу ерда сотиш тизими структураланади, дилерлар ва агентлар билан ўзаро алоқаларни йўлга қўйиш амалга оширилади.

Шундан кейин маҳсулот бозорга олиб чиқилади, сотишни стимуляциялаш тадбирлари амалга оширилади. Продюсер томонидан сервис хизмати ва мижозларни қўллаб-қувватлаш амалга оширилади. Тескари алоқа истеъмолчининг сотиб олган нарчасига муносабати, даъволарни қабул қилиш, уларни бартараф қилиш, бизнесни янада ривожлантириш бўйича ғоялар ишлаб чиқариш ва уларни амалга оширишга асосланади.

Продюсерланаётган бизнес жараён доирасида истеъмолчи билан ҳамкорлик қилиш, индивидуал ва оммавий вариантларда, замонавий бизнесни продюсерлашдаги энг муҳим таркибий қисмдир. Бу постиндустриал бизнесни технологик эмас, балки психологик амалиётга айлантиради.

Истеъмолчининг ўзининг объектив талаблари ҳақида дастлабки тасавурлари аниқ характерга эга бўлмайди, унинг мотивацияси хаотик ва конфликтли характерда бўлади. Шунинг учун продюсернинг вазифаси мана шу талабларнинг характерини аниқлаш, уларнинг англаниши, объективлашишига ёрдам беришдан иборатдир. Бунда объективлаштириш жараёнида продюсер бу жараённи ўзига керакли йўналишга йўналтиришга эркин бўлади.

Кўпинча биринчи контактда истеъмолчи унга объектив керак бўлмаган талабларни ўртага ташлайди. Продюсер айтилган талабларга танқидий ёндашиши ва талабларнинг бошқа иерархиялари ҳам борлигини назарда тутиши керак:

- Истеъмолчининг объектив талаблари,
- Ҳамкорга ориентирланган интуитив талаблар,
- Иррационал-онгсиз талаблар,

- Кутилмаган мукофот хоҳиши.

Бу талаблардан фақат биринчиси маҳсулотнинг хусусиятларига боғлиқдир, қолганлари инсоний ўзаро алоқалар соҳасида ётади. Продюсернинг биринчи вазифаси истеъмолчи билан ишончли, ўзаро ёқимли ва қулай инсоний алоқаларни ўрнатишдир. Албатта, лойиҳанинг амалга оширилиши продюсердан ижодий қобилиятлар, маълумот, кўникмалар, билимлар, ҳаётий тажриба, шахсий хислатлар, ахлоқий томонлар, касбий сирлар, керакли техник тайёргарлик ва бошқаларни талаб қилади. Буларнинг ҳаммаси биргаликда потенциал рақобатчиларга нисбатан яхшироқ маҳсулотлар ва хизматлар ишлаб чиқаришга ёрдам беради. Лекин иккинчи шарт биринчисига нисбатан иккинчи даражада бўлиб, фақат продуцентнинг ўз вазифаларини керакли даражада бажара олмай қолган тақдирдагина муҳимлик касб этади.

## БИЗНЕСДА ТАВАККАЛЧИЛИК

### **Бизнес – таваккалчилик сифатида**

Сиз ўзингизнинг бизнесингизни очишга тайёр эканлигингизни ҳал қилаётиб жавоб беришингиз керак бўлган иккинчи савол – бу СИЗ ТАВАККАЛ ҚИЛИШГА ТАЙЁРМИСИЗ деган саволдир.

Бизнес билан шуғулланаётиб таваккал қарорлар қабул қилинади. Ҳамма нарсани барибир олдиндан ҳисобга олишнинг иложи бўлмайди. Лекин кутилмаган ҳолатлар содир бўлиш имкониятини минимум даражага тушириш имконияти мавжуд.

Бизнес бир қанча хусусий таваккалчиликларнинг йиғиндисидан иборат бўлган интеграл таваккалчиликдир.

Булар инвестицион ресурсларнинг йўқотилиши, манфаатлар тўқнашуви туфайли йўқотишлар, жумладан криминал ва давлат таҳдидлари билан боғлиқ таваккалчиликлардир. Бу таваккалчиликка тайёрлик Сизнинг шахсингизнинг энг муҳим психологик ва ижтимоий характеристикаларидан биридир.

Энг аввало психологик тайёрлик муҳимдир. Агар сиз бу дунё ҳақида стабил шароитда яшаш мумкин бўлган жой деб ўйласангиз, излаш активлиги Сизнинг ҳаётингизнинг асосига айланмаган бўлса, олган нарсаларингизга нисбатан йўқотганларингиз Сиз учун каттароқ субъектив аҳамиятга эга бўлса, Сиз ҳар қанақасига ҳам таваккал қилишга тайёр эмассиз.

Сизнинг таваккалчиликка ментал тайёрлигингиз ҳам муҳимдир. Энг аввало Сиз таваккалчиликни адекват баҳолай олиш методларини ўрганиб олишингиз керак. Бундай баҳолашсиз бизнес билан шуғулланиш жуда хавфли ишдир.

Кейинги фактор Сизнинг таваккалчиликни камайтириш, компенсациялаш ва суғурталаш воситаларини эгаллаганлигингиздир. Бу

воситалар бизнеснинг муҳим ташкилий қисми ҳисобланади ва унинг муваффақиятли бўлиши учун керакдир.

Булардан ташқари сиз таваккалчиликка интитуционал тайёр бўлишингиз керак, яъни Сизда суғурталовчи алоқалар, ўзаро муносабатлар, бўлимлар ва бошқалар мавжуд бўлиши керак. Таваккалчиликни компенсациялаш процедуралари ҳам шунга таалуқли.

Таваккалчилик – бизнеснинг ҳақиқий маъносидир. Таваккалчилик – менежерлар ва тадбиркорлар учун касбий лаёқатлиликни текшириш тестидир. Сизнинг таваккалчиликни қандай бошқаришингиз Сизнинг шахсингизнинг бизнесга лаёқатлилик нуқтаи назаридан мазмунини белгилайди.

Умуман олганда етакчилик ҳамиша таваккалчиликдан иборатдир. Таваккалсиз етакчи позициясини эгаллаш ҳам уни ушлаб туриш ҳам мумкин эмас. Бизнес ҳам, ҳокимият учун кураш ҳам, давлат хизмати ҳам тенг даражада таваккалчиликдан иборатдир. Лекин бизнесда таваккалчилик сизнинг асосий фаолиятингиз бўлади. Сиз ундан қочишга қанчалик камроқ ҳаракат қилсангиз, уни қанчалик кўпроқ бошқаришга уринсангиз, Сизнинг бизнесингиз шунчалик муваффақиятлироқ бўлади.

Самарали бизнес ҳамиша венчур, таваккал характерга эга бўлган. Тижорат қадим замонлардан бери таваккал иш бўлган. Синдбод ҳам, Афанасий Никитин ҳам, Марко Поло ҳам, Ост-Индия компаниясининг таъсисчилари ҳам таваккалчи одамлар эди. Индустриал даврнинг бошларида индустриал лойиҳалар ҳам мазмунан венчур характерда бўлган. Индустриал даврда инвестицион режимларнинг стабиллашиши, ишлаб чиқаришнинг умумлашиши, давлат бошқаруви, анъанавий суғурталаш ва қайта суғурталаш бозорнинг айрим секторларидаги инвестицияларнинг таваккалчилик даражасини анча пасайтирди. Лекин инноватив фаолият ўзининг таваккал характерини сақлаб қолди.

Постиндустриал даврда эса айнан инновацион фаолиятнинг аҳамиятининг ошиши таваккалчиликни яна бизнеснинг асосий ташкил этувчисига айлантирди. Бугун Сиз ўз ишингизни очишга киришишдан олдин таваккалчиликни қандай тушунишингизни рационаллаштиришингиз, уни англашингиз, таваккалчилик жараёнини онгнинг назорати остига кўйишингиз керак.

### **Айрим таваккалчилик манбалари**

Ишга киришишдан олдин, ушбу бизнесингиз билан боғлиқ таваккалчиликлар билан танишмисиз, шу ҳақда ўйлаб кўринг. Улар билан қай даражада танишсиз? Шунга ўхшаш нарсалар билан шуғулланган ва бу муаммоларни амалда ҳал қилиб кўрган кишилар билан маслаҳатлашганмисиз? Ундан маслаҳат сўранг, дилдан суҳбатлашинг.

Таваккалчиликнинг нимада эканлигини билмайдиган ҳолларингизда активлик кўрсатишдан қочинг. Сиз онгли равишда таваккалчиликларни менсимаслигингиз мумкин. Сиз уларни камайтиришга ҳаракат қилишингиз



мумкин. Сиз уларни суғурталашингиз ва тўлиқ ёки қисман компенсациялашингиз мумкин. Лекин ҳеч қачон таваккалчиликларни ҳисобга олмаслик мумкин эмас. Бунда қилаётган ишингиз бизнес бўлмай қолади.

Сиз энг бошиданоқ қайси таваккалчиликлар энг жиддийлари эканлигини билишингиз ва уларни доимо эътиборда тутишингиз керак. Эҳтимоллиги кам бўлса ҳам масштаби бўйича жуда кенг бўлган таваккалчиликларни ҳамisha ҳисобга олиш керак.

Сизнинг ушбу таваккалчиликлардан ҳимояланиш имкониятингиз бор-йўқлигини ҳисоблаб чиқинг. Бу таваккалчиликларни камайтириш ёки компенсациялаш сизга қанчага тушади?

Фақат мана шуларни аниқлаб олганингиздан кейингина Сиз ўз бизнесингизни қандай олиб боришингиз ҳақида қарор қабул қилишингиз мумкин.

Асосий молиявий таваккалчиликлар орасида сиёсий ва мамлакатлардаги таваккалчиликлар, валюта, ҳуқуқий, судга оид, тортишувлар ва ҳужжатлар таваккалчиликлари алоҳида ажралиб туради. Масалан, сиз чет элда сотишни молиялаш учун экспорт кредити олмоқчи бўлсангиз, иккинчи томоннинг ишончли эмаслиги таваккалчилиги, валюта курсининг таваккалчилиги, қарзни тўлай олмаслик таваккалчилиги ва фоиз таваккалчилигини ҳисобга олишингиз керак бўлади.

Доимий равишда ўсиб боровчи бозор, яъни трейдерлар тилида “хўкизлар” бозорида ўз-ўзини алдаш ҳолатига тушиб қолиш таваккалчилиги пайдо бўлади. Агар Сиз рақобатчиларингиздан орқада қолсангиз, ўзингизнинг бозордаги улушингиз ва фойдангиздан ажралиб қолишдан қўрқиб таваккал қиладиган бўлсангиз ва иқтисодиётнинг доимий равишда ўсиб бораётганлиги ҳақидаги жамоавий алаҳсирашга берилсангиз, бу нарса сиз учун жуда ёмон яқун топиши мумкин.

Сиз ҳужумдасиз.

Агар бундай стратегияда ҳали бирон ноҳушлик содир бўлмаган бўлса, бу ҳали ҳаммаси яхши кетяпти дегани эмас. Бизнинг шароитдаги ва умуман перифериядаги бозорларда содир бўлиши мумкин бўлган ўта чуқур кризисларни ҳисобга олмаган тақдирда ҳам одатдаги рецессия, фонд бозорининг коррекциясининг ўзиёқ сизга жуда кўплаган муаммоларни келтириб чиқариши ва ҳатто банкротликкача олиб келиши мумкин.

Бундан ташқари товламачиларнинг қурбони бўлиш ёки нопок рақобатга нишон бўлишдек криминал, жиноий таваккалчиликлар ҳам мавжуд. Яна давлат структуралари билан ўзаро муносабатлар билан боғлиқ бўлган таваккалчиликлар ҳам мавжуд.

Бизнесменнинг давлат амалдори билан келишишга тайёрлиги тотал коррупциянинг манбаидир. Давлат амалдорлари бу тайёрликдан ўз манфатларини кўзлаб жиноий товламачиликлар йўли билан фойдаланишади.

## **Таваккалчилик маданияти**

Таваккалчилик маданияти Сизнинг бизнесингизнинг кўп даражада асосини ташкил қилади. У етакчи томонидан аниқ шакллантирилган ва ўзлаштирилган бўлиши керак. Бизнесда айнан етакчи ушбу маданиятни ташувчи ҳисобланади. Сиз ўзингизга таваккалчиликнинг қайси даражасига рухсат берилганлигини билишингиз керак. Сиз, ҳамкорларингиз ва ходимларингиз сизларга қай даражада таваккалчиликка рухсат берилганлигини билишларингиз керак. Сиз уларни, агар уларни қабул қилаётган вақтларида Сизнинг бизнесингизда қабул қилинган таваккалчилик ўзанида бўлишса, қабул қилган қарорлари учун танқид қилишингиз мумкин эмас.

Таваккалчилик сиёсати ва маданияти аста-секин ва мураккаб тарзда шаклланиб боради. Етарлича тажриба тўпласдан ва рефлексия қилмасдан уни бирор шаклга келтириш мумкин эмас. Ҳатто энг оддий операциялар ва лойиҳаларда ҳам таваккалчилик жуда улкан бўлиши мумкин.

Зарарлар ҳамиша миқдорий баҳоланади, лекин қарорлар қабул қилиш учун керак бўладиган билим ва кўникмалар сифат характериға эға бўлади. Таваккалчиликни самарали бошқариш учун тасаввур қилиб бўлмайдиган нарсани ҳам тасаввур қилиш керак бўлади. Кўпчилик ҳолларда таваккалчилик олдин умуман содир бўлмаган, ақл бовар қилмас, умуман кутилмаган бўлиши мумкин. Сиз таваккалчиликни стандарт сўндириш воситаларини таклиф қиладиган таваккалчиликни бошқариш тизимларига ишонишингиз мумкин эмас. Одамлар ўзларини, модаға айланган дарсликлар ва қўлланиладиган моделларни жуда ишончли, беҳато деб ҳисоблай бошласалар ишнинг охири вой бўлади. Агар сиз Гарвард бизнес мактаби дарслиги бўйича фаолият олиб борадиган бўлсангиз, тез орада синишингиз мумкин. Чунки улардаги рецептлар бизнес ўйинчиларига эмас, кичик эркинлик даражасига эға бўлган клерклар учун мўлжаллангандир.

### **Таваккалчиликни рационаллаштириш**

Сизнинг бизнесингизда мавжуд бўладиган таваккалчиликларнинг мазмунини ва уларнинг масштабини англаш ўзаро боғлиқ бўлган бир қатор саволларға жавоб топиш билан амалға оширилади. Энг аввало Сизнинг бизнесингиздаги таваккалчиликларни умуман идентификация қилиш мумкинми, улар қай даражада аниқ эканлиги ҳақида ўйлаб кўринг. Улар қайси шаклда намоён бўлиши мумкинлиги ҳақида ўйланг. Уларни қай даражада аниқ тушунишингизни аниқланг.

Excell дастурида файл очинг ва унда ҳар бир қаторда янги таваккалчиликни рўйхат тарзида ёзиб чиқинг. Тахлилнинг биринчи босқичининг натижаси сифатида таваккалчиликлар рўйхати тузилади.

Иккинчи босқичда сиз таваккалчиликларни ранжирлаб чиқишингиз керак. Сиз бунга қодирмисиз? Сиз уларни қай даражада рационал ранжирлай оласиз? Ранжирлаш критерийларини ишлаб чиқа оласизми? Ўз

интуициянгизга ориентацияланасизми? Интуитив ва рационал ёндашишини бирга қўллайсизми?

Ҳар битта таваккалчиликка унинг аҳамиятлилигини билдирадиган номер қўйиб чиқинг. Агар номерлар қайтарилса ҳам ҳеч нима қилмайди. Энди рўйхатни excell воситасида тартибланг ва пайдо бўлган рўйхатни ҳеч қандай қайтаришларсиз номерлаб чиқинг. Агар бирор таваккалчилик сизга  $n$  номерли таваккалчиликка нисбатан юқоридек туюлса, унга  $n-1$  номерини беринг. Яна рўйхатни тартибланг ва бутун процедурани яна бир марта қайтаринг. Бу ҳол ранжирланган рўйхат сизни қониқтирадиган бўлгунча давом этади. Энди номерларини ўчиринг.

Энди ўзингиздан ҳар битта таваккалчиликдан энг катта зарарнинг миқдори қанча бўлади деб сўранг. Мана шу максимал ўлчамларни аниқлаш, ҳисоблашга уриниб кўринг. Бунда Сиз нимага ориентацияланасиз? Ҳамкорларингиз ва рақобатчиларингизнинг тажрибаларигами? Ўзингизнинг тажрибангизгами? Дарсликлар муаллифларининг айтганларигами?

Бу босқичнинг натижаси таваккалчиликларнинг ҳар бирининг тўғрисига унинг туфайли бўлиши мумкин бўлган максимал сумма ёзилган жадвал бўлади.

Энди эса ушбу таваккалчиликларнинг сизнинг тахмин қилинаётган айланма маблағингизга нисбатан катталиги қандайлиги ва улар фойда ҳамда ҳисоботларга қандай таъсир кўрсатиши мумкинлигини ҳисобланг. Бунинг учун яна битта устунни оласиз ва унда олдинги устунда кўрсатилган максимал сумманинг умумий айланма маблағга нисбатан фоиз ҳисобидаги кийматини кўрсатасиз.

Энди эса қайси даврда у ёки бу таваккалчиликлар содир бўлиши мумкинлигини аниқланг. Уларнинг айримлари бир вақтда содир бўлиши мумкинми? Бунда айланма маблағнинг қанча қисми таваккал остида қолади, банкротлик таваккалчилиги қандай бўлади? Бу ҳолатда компенсацион резервлар қанча бўлиши керак?

Таваккалчилик бир марталикми ёки қайталанадиган характердами? Унинг цикликлигини аниқланг.

Энди сиз таваккалчиликни компенсациялаш механизмлари Сизга қанчага тушишини аниқ ҳисоблаб беришингиз мумкин, жумладан фойдангиз қандай бўлишини ҳам олдиндан ҳисоблашингиз мумкин бўлади. Лекин Сиз ҳали бу механизмларини яратмаганлигингиз ва уларни ҳали яратиш кераклигини ҳам унутманг.

### **Таваккалчиликни бошқариш**

Таваккалчиликни бошқариш ва бизнесни бошқариш функциялари бир-биридан ажратилиши керак, лекин уларнинг доимий равишда бир-бири билан ўзаро алоқада бўлишларини таъминлаш талаб этилади. Сизнинг бизнесингиз доирасида таваккалчиликни хежирлаш йўли билан потенциал зарарларни камайтириш ва фақат фойда олиш учун мўлжалланган таваккал,

спекулятив операциялар ва ҳаракатлар бир-биридан ажратилиши керак. Уларни адаштириш ҳам бир-бири билан аралаштириш ҳам керак эмас.

Сизнинг самарали таваккалчиликни бошқариш сиёсатингиз бўлиши керак. У учун жавобгарлик катта менежерлардан бирортасига юклатилиши ёки ўз бўйингизга олишингиз керак. Нима бўлганда ҳам таваккалчиликни ҳежирлаш бўйича қарорларни ким қабул қилишни аниқлаб олиш керак.

Сизнинг таваккалчиликларингиз қанчалик диверсификацияланган? Агар сизнинг фаолиятингиз битта йўналишга қаратилган бўлса, унинг муваффақиятсизликка учраши билан боғлиқ таваккал бизнесингизни умуман йўққа чиқариши мумкин.

Таваккалчиликни бошқариш сиёсатида диверсификациялаш сиёсати энг асосий ташкил этувчидир.

Сиз вақти-вақти билан бу сиёсатни қайта кўришингиз, уни муҳокама қилишингиз ва янги ҳам ўзгарувчан таваккалчиликларни аниқлашингиз керак бўлади. Ҳатто доимий равишда қайтарилиб турадиган битимлар бўйича таваккалчиликлар ҳам вақти билан ўзгариши мумкин.

Даврий равишда йўл қўйилган хатоларни муҳокама қилинг. Қилинган ишларнинг таҳлил қилиб турилиши жуда муҳим. Унинг доирасида корпоратив таваккалчиликлар билан ишлаш маданияти йиғилади ва шаклланади. Бу маданият эса Сизнинг компаниянгнинг номоддий активи бўлади.

Таваккалчилик сиёсатини муҳокама қилишда асосий ҳамкорлар ва акциядорларнинг фикрларини эътиборга олинг. Улар Сиз билан биргаликдаги бизнесда мавжуд бўлган таваккалчилик даражасига розимилар ёки улар фойдаси камроқ бўлса ҳам камроқ таваккал қиладиган иш билан шуғулланишни афзал кўришадими? Бу ерда психологик мослик жуда муҳим. Сизларнинг таваккалчиликка йўл қўйиш даражангиз, таваккал қилишга тайёрлик даражангиз ва таваккалчиликка интилишингиз ҳақидаги тасаввурларингиз қай даражада мос келади?

Сизнинг қарорларингиз ишончли ва ўз вақтида олинган ахборотларга асосланишини аниқланг. Сиз таваккалчиликларни, шу жумладан тасодифий таваккалчиликларни аниқлашнинг ишончли ва самарали процедураларини ишлаб чиқишингиз керак. Бу процедуралар Сизга керакли ахборотни ўз вақтида ва керакли шаклда олишга имкон яратиши керак. Кўпинча шароит жуда тез ўзгаради ва дарҳол реакция билдиришга тайёр бўлиш керак бўлади.

Сиз экстрен шароитларда ҳаракат қилишнинг турлича даражадаги режаларини ишлаб чиқишингиз керак. Улар даврий равишда муҳокама қилиниши ва янгиланиб туриши керак. Бу Сизнинг ҳамкорларингиз, ходимларингиз ва Сизнинг ўзингиз ҳам бу шароитларга психологик ва ментал тарзда тайёр бўлишларингиз учун керак.

## **Таваккал ва ходимлар**

Сизнинг бизнесингизнинг ҳажми қандай бўлишидан қатъий назар ҳар битта ходимнинг ва умуман ходимларингизнинг коллектив менталитети

фирмангизнинг турғунлигини белгилайди. Шунинг учун ҳам Сиз энг аввало бизнеснинг ҳамма қатнашчилари – ҳамкорлар, бошқарувчилар, ходимлар, ҳатто энг охири фаррош ҳам – бизнесингизнинг корпоратив маданиятига у ёки бу даражада жалб қилишингиз керак.

Улар энг аввало фирманинг кўриши мумкин бўлган зарарлари фирмага ва уларнинг шахсий манфаатларига қандай ёмон таъсир қилиши мумкинлигини билишлари керак. Улар бу муаммони ўзларининг ҳозирги фаолиятларида доимий равишда ҳисобга олиб ишлайдиган даражада англашлари керак. Ходимларни ўқитишга катта эътибор қаратинг ва фақат маркетинг ва мижозлар билан ишлаш билан чегараланиб қолманг.

Албатта уларнинг таваккалчиликлар билан ишлаш соҳасидаги малакаларини ҳам доимий равишда ошириб бориш шаклини ишлаб чиқинг. Сиз ва Сизнинг ходимларингиз ҳар битта битим, келишув, иш фирманинг келажагига унча катта таъсир кўрсатмаслигини, лекин таваккалчиликни бошқаришдаги биттагина хато эса йиллар давомида эришилган барча нарсаларни йўққа чиқара олиши мумкинлигини билишлари ва эса тутишлари керак.

Фирма ходимларини рағбатлантириш тизими таваккалчиликларни ҳисобга олиши керак. Бу тизимни ишлаб чиқишда Сиз маошнинг катталигини таваккалчиликни бошқариш сифати билан боғлашингиз керак бўлади. Ходимнинг фаолиятига боғлиқ бўлган таваккалчиликларни бошқариш унинг маошига тўғридан-тўғри таъсир қилиши керак.

Таваккалчиликни бошқариш сиёсати корпоратив маданиятнинг бир қисми бўлиб, ходимлар сиёсати билан мос бўлиши керак. Шу сабабли ҳам у яхши ўйланган ва аниқ белгиланган бўлиши керак.

Фирмада таваккалчиликни камайтириш учун шундай атмосферани яратиш керакки менежерлар ва бошқарув ходимлари бемалол савол бера олишсин ва бирор нарсани яхши тушунишмаганлигини бемалол айта олишсин.

Ишга таалукли ҳар қандай масалада ва шу жумладан таваккалчилик масаласида ҳам ходимларнинг очиқлигини Сиз рағбатлантиришингиз керак. Даврий равишда "ақлий хужум" ва "сифат тўғарак" ларини ўтказиб туришингиз, фақат ҳозир мавжуд муаммоларни эмас, фирманинг умумий сиёсатини муҳокама қилиб туришингиз керак.

Таваккалчиликнинг корпоратив маданияти Сизнинг бизнесингиз ва унинг қатнашчиларининг – менежмент ва ходимларнинг манфаатларининг максимал мос келишини таъминлаши керак. Бу ерда стимуляция шакллари ҳисобга олиш керак бўлади.

Сизнинг бизнесингизда умуман ходимларнинг фаолиятга ундаш, стимуляциялаш шакллари қандай эканлигини ўйлаб кўринг.

Одамларни фаолиятга ундайдиган нарсани моддий манфаатдорликми ёки тўғридан-тўғри административ босим ўтказиш, буйруқларми? Таваккалчиликни мустақил равишда қабул қилишни рағбатлантирасизми ёки йўқми? Буни ҳам ҳал қилинг. Сиз танлаган бошқариш стили

ходимларингизнинг ўзининг ва бошқаларнинг йўл қўйган хатоларини яширишларига ундамайдими?

Жиддий хатога йўқ қўйган ходим ҳар қандай бизнесда ҳам иш жойи, обрўси ва иш ҳақидан айрилиши мумкин. Одатдаги шароитларда шу шартларнинг ўзиёқ ходимларингизнинг кўзига қараб юришлари учун етарли бўлади. Лекин ушбу умумий қоидага унча ҳам ишониш керак эмас. Масалан, дилерлар, савдо агентлари ва шунга ўхшаш мутахассислар маошларини айнан таваккал қарорлар қабул қила олишлари ва ўткир рақобат шароитида муваффақиятга эриша олишлари туфайли олишларини ҳисобга олиш керак. Бу тажриба бошқа фаолият турларида катта муаммоларга олиб келадиган интуитив установканинг яратилишига олиб келади.

Агар сиз танлаган стимуляциялаш стратегияси фақат олинган фойдага йўналтирилган бўлса, бу билан Сиз уларни таваккал қарорлар қабул қилишга ундаган бўласиз. Бу ерда “қиморхона феномени” ишга тушади. Хато қилиб, барча тикилган маблағларни йўқотгандан кейин азарт одамларни кўйиладиган маблағни икки марта ошириб, яна бир марта уриниб кўришга ундайди. Бунинг натижасида зарар кўраётган дилер пайдо бўлган дефицитни тўлдириш мақсадида битимлар ҳажми ва уларнинг таваккалчилик даражасини ошира боради. Натижада ишлар банкротлик билан тугаши эҳтимоли жуда ошади.

Бундай сиёсат учун ўзингизнинг жавобгарлигингизни Сиз яхши англашингиз ва уни бошқаларнинг зиммасига юкламаслигингиз керак.

Чунки дилер ўз пулларини таваккалга тикаётгани йўқ-да. Улар фирибгар бўлмаса ва ушбу фаолиятдан молиявий фойда кўрмаса ҳам, бундай йўл билан стимуляцияланган ходимлар бизнесингизга жуда катта зарар етказишлари мумкин.

Сизнинг стратегиянгиз ушбу психологик шароит билан боғлиқ таваккалчиликни ҳисобга олиши ва уни камайтириш механизмига эга бўлиши керак. Энг аввало таваккалчилик даражасини назорат қилинг, унга лимит ўрнатинг. Ўзаро назоратнинг пайдо бўлишига эришинг. Аниқ ва қатъий ҳисобот қоидаларини ишлаб чиқинг. Мижозлар билан ишлаш ва компанияни бошқариш ишларини бир-биридан ажратинг.

Ходимнинг азарти ҳамиша “қиморхона феномени” ишга тушганлиги белгисидир ва ушбу участкада хавфли шароит юзага келганлигини билдиради. Агар ходимингиз жуда бандлигидан дам олиш учун биргина кун ҳам ажрата олмаса, демак у ёриб ўтиш ҳолатига тушиб қолган. Ушбу участкада нималар содир бўлаётганлигини нечта киши билади ва тушунади? Ҳеч кимми? Ҳаммами? Бир нечта кишими?

Ўйлаб кўринг, балки улар бир-бирларининг ишларини яширишаётгандир? Ҳамкасабалар кўпинча ҳеч ким чақимчиларни яхши кўрмаганлиги учунгина ҳеч нимани кўришмайди.

Ҳамиша ушбу психологик феноменни эсда тутинг. Сизнинг корпоратив маданиятингиз уни енгиши керак. Сизнинг баҳоларингиз ходимларнинг этик стереотипларини ҳисобга олиши керак. Сиз аста-секин ушбу стереотипларни ўзгартира боришингиз керак. Агар Сиз онгли равишда аниқ ва самарали

корпоратив ахлоқни шакллантирмасангиз, сизнинг компаниянгиз доимо таваккал чегарасида бўлади. Бундай компанияларнинг мулкларини кўпинча ўз ходимлари ташиб кетишади. Улар панд берган мижозлар ҳам кетиб қолишади.

Шундай қилиб, корпоратив таваккал муаммоси ходимлар менежменти муаммоси билан жуда қаттиқ боғлангандир. Сиз доимий равишда ушбу масалаларни эътиборга олишингиз ва уларни оператив тарзда кузатиб боришингиз керак.

### **Таваккалчилик ҳолатларини аниқлаш психологияси**

Агар Сиз ўз бизнесингизни назорат қилмоқчи, унда етакчи бўлмоқчи бўлсангиз, унда ўз таваккалчиликларингизнинг табиатини аниқ тушунишингиз ва уларни адекват ва оператив кузата олишингиз керак бўлади. Бу нарсани ёлланма мутахассисга топширишингиз жуда қийин масала. Агар у етарлича малакага эга бўлса, ўз жойи ва фойдасидан воз кечмайди, бунинг устига сиз таклиф қилган маош уни қониқтирмайди. Четдан таклиф қилинган таваккалчилик-менежерлари одатда етарлича қизиқишга эга эмаслар ва бизнесни назорат қилиш ҳамда унда етакчилик қилишга етарлича мотивациялари бўлмайди. Улар ўзларининг териларини ҳимоя қилиш билан банд бўлишади, одатдаги қоғозбозликка шўнғиб кетишади ва натижада фирмада нималар содир бўлаётганлигини одатда тасаввур ҳам қила олишмайди.

Таваккалчиликни бошқариш учун жавобгарлик ҳамиша етакчи зиммасида бўлади. Айнан етакчи адекват назорат тизимини таъминлаши керак. Агар у нималар содир бўлаётганлигини тушунмаса, ҳамма нарсани аниқлаши ва содир бўлаётган нарсаларни майда-чуйдаларигача билиши шарт.

Актуаллаштишга ориентация қилинг. Сабот ва мулойимлик билан аниқ, конкрет ва тўғри саволлар беринг. Агар тўғри жавоб ола олмасангиз, ниманинг нима эканлигини тушуниб олгунингизча сўрашда давом этаверинг.

Етарлича малакага эга бўлган, ўз ишини яхши биладиган, алдаш учун сабаби бўлмаган, нормал одамлар ҳамиша нимани ва нимага қилаётганларини хурсандчилик билан тушунтириб беришади. Агар жавобларда Сиз ҳаддан ташқари кўп профессионал жаргон, чақирик, муаммоли соҳада етарли билимга эга эмаслигингиз устидан кулишни сезсангиз, бундан ушбу соҳада қандайдир муаммо борлиги ва жавоб бераётган кишининг ниманидир яшираётганлиги ҳақида хулоса чиқаришингиз мумкин. Бу юқори таваккал белгисидир.

Неврозлик учун сабаби бўлган суҳбатдошингизнинг қуйи онги сизни савол беришдан, яъни сизнинг ҳокимият ҳуқуқингиздан фойдаланишингиздан воз кечишингизга мажбурлашга уринади. У сизнинг назоратчингизга мурожаат қилади ва агар берилаётган саволлар ичида Сиз тушунмайдиган нарсалар чиқиб қолишидан ахлоқона аҳволга тушиб қолишингизни уқтира бошлайди.

Бу кўрқув сизни чўчитмаслиги керак. Сиз самимий бўлишингиз ва бирор нарсани тушунмаслигингиз мумкинлигини тан олишдан кўрқмаслигингиз керак. Бунда ҳеч қандай жиноят ёки уят нарса йўқ. Ўзингизни шишириб кўрсатишга уринманг, табиий бўлинг ва актуализацияга интилинг. Фақат содир бўлаётган нарсаларга қизиқишингизнинг хотиржам, қатъий ва очиқ баён этишингиз суҳбатдошингизнинг ҳам очилишига ҳамда муаммонинг мазмуни билан Сизни танишитришага сабаб бўлади.

Бу ҳолатда дарҳол айбдорни қидириш керак эмас, чунки бу айбдор албатта суҳбатдошингиз бўлади. Аксинча, уни пайдо бўлган муаммога янада кенгроқ ёндашишга, ҳамкорликда унинг ечимини излашга мотивлаш керак. Фақат муаммони ана шундай йўл билан очиш уни конструктив равишда ҳал қилишнинг асоси бўлади.

## Бизнесни сотиб олиш

### Франчайзинг

Реклама учун чиқим қилмаслик, рақобатчилар билан курашишнинг керак бўлмаслиги, таниқли ном билан даромад олиш – бу жуда кўпчилик бўлғуси бизнесменларнинг эзгу орзуси ва бу орзунини амалга ошириш тизими мавжуд.

**Бу тизим қарийб 150 йилдан буён мавжуд бўлиб, турли мураккаб вазиятлар, иқтисодий инқирозлар даврида ҳам йўқолиб кетмади, аксинча, янада такомиллашди. Йиллар ишончини қозонган бизнес шаклидан айни пайтда дунёнинг 80дан зиёд мамлакатада 70дан ортиқ соҳаларда муваффақиятли қўллаб келинмоқда. Маълумотларга кўра, франчайзинг усулида ташкил топган фирма ва компанияларнинг 92-95 фоизи фаолияти бошланганидан 5 йил ўтиб ҳам уни тўхтатмаган, балки янада гуллаб-яшнаган.**

Франчайзинг (ёки франшиза) – бу савдо белгисини ва/ёки фирма технологияларини (ташкилий усулларни) бошқа тадбиркорга сотиш ёки вақтинчалик фойдаланишга бериш. Франчайзинг доирасида муносабатлар субъекти сифатида икки шахс иштирок этади. Савдо белгиси ёки технология эгаси франчайзер деб аталади. Франчайзерга тегишли бўлган ҳуқуқлардан фойдаланиш имкониятини сотиб олувчи шахс франчайзи деб аталади. Ушбу жараёнда франчайзер томонидан франчайзига тақдим этиладиган ҳуқуқлар мажмуаси, кўп ҳолларда, франшиза деб аталади. Ўзбекистон Республикасининг амалдаги қонунчилигига биноан фақат тижорат ташкилотлари ва тадбиркорлик субъектлари сифатида рўйхатдан ўтган фуқаролар франшиза шартномаси иштирокчилари бўлишлари мумкин.

Франчайзинг маъноси – **муваффақиятли фаолият кўрсатаётган бизнесни кўпайтириш орқали тарқатиш**, яъни амалда ҳар томонлама текширилган ва ишини муваффақиятли олиб бораётган корхона имидж ва технологияларини ўзлаштиришдан иборатдир. Франчайзер франчайзига пулли асосда ўз номи, иш услуги, ноу-хау, тажриба, билим, ишлаб чиқариш



ва бошқариш технологияларидан фойдаланиш ҳуқуқини беради. Бунда одатда, франчайзер ишни йўлга қўйишда кўмаклашиш, техник ва маслаҳатчилик ёрдамидан бериш мажбуриятларини ўз зиммасига олади.

Франчайзи ўз фаолиятини франчайзер савдо белгиси остида олиб борган ҳолда, товар ва хизматлар бозорида унинг обрўсидан фойдаланади ҳолда иш олиб бориш усули ва услублари билан франчайзер каби танилади.

Франчайзер доим ягона бўлади. Маълум бир франчайзер билан франшиза шартномалари бўйича ишлаётган франчайзилар эса бир нечта бўлиши мумкин. Ўз ишини яхши ташкил этган франчайзерлар таркибида ўнлаб ва юзлаб франчайзилар фаолият олиб боради, алоҳида вазиятларда эса, бир франчайзернинг франчайзи тармоғи таркибида минглаб корхоналар бўлиши мумкин.

Франчайзинг муносабатларида уч турдаги тўловлар мавжуд: кириш бадали, роялти, қўшимча бадаллар. **Кириш бадали** франчайзи томонидан кейинчалик ном ишлатилиши учун бирламчи тўлов сифатида амалга оширилади. Тўлов миқдори бизнес қай соҳадалиги, савдо белгиси эгасининг ички стандартлари ва франчайзер хошиш ва истакларига боғлиқ. **Роялти** – франчайзи томонидан савдо маркасини ва иш олиб бориш тизимидан фойдаланганлиги учун франчайзерга ҳар ойда ёки ҳар чорақда амалга ошириладиган даврий тўловлар. Кўп ҳолатларда роялти франчайзи даромадларидан улуш сифатида белгиланади, аммо баъзида франчайзер даромадга боғлиқ бўлмаган ва аниқ миқдорда белгиланган тўловни тайинлаши мумкин.

**Қўшимча бадаллар** барча шартномада ҳам учрамайди. Бундай тўлов бир маротабали ёки даврий равишда амалга оширилади, одатда бу маблағлар реклама ва PR, жиҳозларни сотиб олишга (агар жиҳоз антиқа ва қиммат бўлса), франчайзердан мол сотиб олиш, франчайзинг тармоғини ривожлантиришга йўллантдирилади. Бундан ташқари, франчайзи, франчайзер томонидан шартномада қўйилган шартларга жавоб бериш учун ўз ривожланишига инвестиция қилиши керак.

Франчайзинг – бу ягона услуб бўйича фаолият кўрсатувчи **тижорат тармоғидир**. Ушбу тармоқнинг муваффақиятли фаолияти учун франчайзер франчайзини турли кўмаклашиш шакллари билан таъминлайди ва бозорда обрўсини сақлаб қолиш мақсадида франчайзи фаолиятини назорат қилиш ва тартибга солиш ҳуқуқидан, унинг ҳуқуқий ва иқтисодий мустақиллигини бузмаган ҳолда фойдаланади. Бу ерда сўз, биринчи навбатда, франчайзер томонидан ишониб топширилган технологиялар, товар ва хизматлар сифати устидан назорат ҳақида кетмоқда.

Франчайзинг тадбиркорликда тузиладиган бошқа келишувларга, шу жумладан, агентлик, дистрибьюторлик, лицензияга ва ноу-хауга оид бошқа келишувларга яқин.

**Франчайзинг – бу ўзаро фойдали алмашинув**

Франчайзи нима олади?			Франчайзер нима олади?		
· Савдо	белгиси	ва/ёки	· Савдо	белгиси	ва/ёки

<p>технологияга ҳуқук;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Бизнес ривожланишига ва улғайишига кўмак;</li> <li>· Бозор ҳақида маълумот, ишлаб чиқариш ва миқдорлар билан ишлаш усуллари.</li> </ul>	<p>технологиясидан фойдаланганлик учун мукофот;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Франчайзер бизнесининг минтақаларда тарқалиши;</li> <li>· Маҳаллий бозорлар ҳақида маълумот, миқдорлар талабига асосланган ҳолда ўзгарувчанлик.</li> </ul>
---	---

Франчайзер ва франчайзи ўзаро муносабатларидан келиб чиқиб, қуйидагиларни ажратиш лозим:

**Стандарт (анъанавий) франчайзинг.** Одатда, бундай франшизани сотиб олганда франчайзи кириш бадалини тўлаши ва мунтазам равишда франчайзер фойдасига даврий тўловларни амалга ошириши лозим (роялти). Бу ерда истиқболли франчайзилар қатъий танловдан ўтказилади, савдо белгисидан фойдаланиш ҳуқуқи давлат рўйхатидан ўтказилади, франчайзи махсус ўқув курсида иштирок этиши талаб этилади, қатъий корпоратив стандартлар белгиланади, иш олиб бориш устидан кучли назорат ўрнатилади, франчайзер олдида мунтазам равишда ҳисобот берилади. Собик иттифок ҳудудида жойлашган бозорларда стандарт франчайзингдан фойдаланиш унчалик кенг тарқалмаган бўлиб, буни бизнесни олиб бориш амалиёти етарли даражада шаффоф эмаслиги ва интеллектуал мулкни ҳимоя қилиш яхши ривожланмаганлиги билан тушунтириш мумкин.

**Эркин франчайзинг.** Ўз ишини ташкиллаштиришда франчайзи деярли тўлиқ эркинликдан фойдаланади. Мазмуни бўйича франчайзингни бу тури оддий дилерликка жуда яқин ҳисобланади, фақатгина унга қўшимча равишда савдо белгиси, ўқитиш, маслаҳат бериш ва махсус шартлар қўлланилади. Эркин франчайзингда кириш бадали ва роялти миқдори рамзий ёки нолга тенг бўлиши мумкин, шунингдек, франчайзига нисбатан қўйиладиган талаблар ўта юмшоқ бўлиб, МДХ давлатларида энг тарқалган ҳолда энг қулай франчайзинг тури ҳисобланади.

**Кумуш франчайзинг ёки тайёр бизнес.** Франчайзер деярли ўзи филиал ташкил қилган ҳолда, уни франчайзи тасарруфига фойдадан фойиз олиш эвазига ўтказилади. Аксарият ҳолларда, филиал асосида корпоратив франчайзинг ташкил этилади. Стандарт ва эркин франчайзингдан фарқи – бу турдаги франчайзингда франчайзер билан тузилган келишувни бекор қилиб, шу жойнинг ўзида бошқа ном остида ўз ишини ташкил этиш мумкин эмас.

**Олтин франчайзинг ёки мастер-франчайзинг.** Бундай франшизани сотиб олганда франчайзи ўз ҳудудида ўзи франчайзерга айланади ва бу ерда ўз шаҳобчаларини очиб франшизаларни сотган ҳолда франчайзинг тармоғини ривожлантиради.

### **Франчайзинг афзалликлари нимадан иборат?**

Ўтган асрнинг 50-йилларидан бошлаб, франчайзинг бутун дунё миқёсида муваффақиятли ривожланиб, етакчи ўринни эгаллаб келмоқда. Замонавий франчайзинг ватанида, яъни АҚШда, франчайзинг схемаларини

қўллаётган фирмалар ялпи миллий даромаднинг деярли ярмини яратишади. Агар статистикадан темир йўл, қурол ишлаб чиқариш ва шунга ўхшаш олдиндан франчайзингга оид бўлмаган соҳаларни олиб ташланса, франчайзинг истъеъмол моллари ва хизматлар соҳасида устунликка эгаллиги ёрқин сезилиб қолади.

Франчайзинг бизнинг мамлакатимиз учун ҳам фойдали.

Ўзбекистон иқтисодиётини ривожлантириш манфаатлари нуқтаи назаридан франчайзингнинг тўртта асосий афзаллик томонларини ажратиш мумкин (франчайзинг муносабатларининг бевосита қатнашчилари – франчайзер ва франчайзи фойдалари ҳақида қуйида сўз олиб борамиз).

Франчайзинг бу:

**Хорижий ва маҳаллий муваффақиятли иш олиб бориш моделлари ва замонавий технологияларни тарқатиш ва кўпайтиришнинг самарали ташкилий шакли.**

Франчайзинг, бир томондан, бизнес етакчиларига ўзаро фойдали асосда синалган ишлаб чиқариш ва бошқариш технологияларини тадбиркорларга бериш, шунингдек, таъсир доирасини кенгайтиришга имконият яратади. Бошқа тарафдан – ишини эндигина бошловчи тадбиркорларга ўз самарасини тажрибада исботлаган модел ва технологияларни танлашга имконият беради.

Франчайзинг:

*маҳаллий шароитларни инобатга олган ҳолда йирик ва кичик бизнес афзалликларини бир-бирига мослаштиришга* (франчайзи ўз ҳудудини яхшироқ биледи, шунинг учун маҳаллий мижозлар талабларига асосланиб фаолиятида ўзгартиришлар киритиши мумкин);

*хусусий ташаббусни ишга солишга* (франчайзи, корхона мулкдори бўлгани учун ва унга ўз шахсий маблағларини сармоя қилганлиги сабабли, ёлланган менежерга кўра яхшироқ иш олиб боради) имконият яратади.

Иш олиб боришнинг муваффақиятли моделлари ва технологиялари кўлами кенгайтириши ва кўпайтирилиши натижасида **иқтисодиётнинг умумий самарадорлиги** ҳам ошиб боради. Бу юқорироқ иқтисодий ўсиш даражаси, бандлик ва аҳоли турмуш даражасида намоён бўлади.

Шунингдек, франчайзингнинг яна бир муҳим аҳамияти шундаки, у франчайзерни ўз ишини янада такомиллаштиришга рағбатлантиради.

Франчайзингни қўллаш учун франчайзер муваффақиятли ишбилармон, ва ўз соҳасида пешқадам бўлиши шарт. Франчайзинг тармоғи яратилгандан сўнг эса тармоқ ривожланиши учун масъул сифатида франчайзернинг асосий мақсади ўз ишини такомиллаштиришдан иборат бўлади.

Шуни ҳам албатта таъкидлаш лозимки, франшиза Ўзбекистонда фақатгина хорижий савдо белгиси ва технологияларини кўпайтиришни назарда тутмайди. Муваффақиятли ва иш олиб боришнинг самарали усулларини жорий этган ва шу билан ўзига ном чиқарган маҳаллий компаниялар ҳам франчайзер сифатида фаолият кўрсатишлари мумкин. Улар франчайзинг шартномаларини нафақат Ўзбекистон ҳудудида, балки ундан ташқарида ҳам тузишлари мумкин. Бошқа сўзлар билан айтганда, франчайзинг – *маҳаллий бренд соҳасини ривожлантириш ва муваффақиятли*

*маҳаллий компанияларнинг фаолиятини кенгайтиришга қаратилган ажойиб восита бўлиб хизмат қилиши шубҳасиз.*

Маҳаллий франчайзерларнинг хорижий ҳамкасбларига нисбатан Ўзбекистон ҳудудида бир қатор устунлиги борлигига аҳамият бериш ҳам лозим, булар қаторида: тил бирлиги, ягона ҳуқуқий ҳудуд, мамлакатимизда иш олиб бориш хусусиятларини яхши билиш. Аммо, ушбу механизм ишга тушиши учун маҳаллий тадбиркорлар иш ташкил этишнинг ушбу шаклининг фойдали ва самарали томонларини англаб олишлари керак.

## **2. Кичик бизнес учун «тарбия мактаби».**

Эндигина тадбиркорлик фаолиятини бошлаётган тадбиркорлар ўз ишини очишдан кўра, тайёр франшизани сотиб олсалар, мақсадга мувофиқ ва ишончлироқ бўлар эди. Натижада улар бозор тажрибасида синалган ишлаб чиқариш ва бошқариш технологиялардан фойдаланиш ҳуқуқига эга бўладилар, кўпчиликка маълум ва кенг тарқалган савдо белгиси остида ишлашга имкониятлари пайтда бўлади. Бундан ташқари, франчайзер франчайзи ходимларини иш олиб бориш усулларига ўргатади ва жорий фаолиятда маслаҳатлар бериб туради. Янги тадбиркор учун бундан яхши мактабни ўйлаб топиш мушкул масаладир.

Бундай ўқитишнинг самарасини тажриба исботлаб келмоқда. Жаҳон тажрибасида кўрсатиб турибдики, кичик бизнес соҳасида очилган янги корхоналарнинг аксарияти биринчи икки йилдаёқ ёпилиб, тугатилса, франчайзинг асосида ишлаётган компанияларнинг ўнтадан саккизтаси очилгандан беш йилдан сўнг ҳам ўз фаолиятини давом этмоқда! Шунинг учун ҳам АҚШда кичик бизнеснинг 60% франчайзинг соҳасида фаолият кўрсатаётганига ҳеч ҳам ажабланиш керак эмас.

## **3. Тадбиркорлар, шу жумладан, йирик ва кичик бизнес вакиллари кооперациясининг самарали шакли.**

Франчайзинг муваффақиятлари сабабларидан бири – франчайзи ва франчайзер ўртасидаги ҳамкорликнинг ўзига хос самарасидан иборат.

Ягона савдо белгиси остида фаолият олиб бораётган бир гуруҳ франчайзи, алоҳида тадбиркорлар амалга ошира олмайдиган фаолиятни олиб бориши мумкин.

Франчайзингнинг муҳим афзалликларидан бири рақобатбардошликни кўлга киритиш ва бутун тармоқ рақобатбардошлигини оширишдан иборатдир. Ушбу устунлик қуйидагилар ҳисобига таъминланади:

- ривожланиш стратегияси ягоналиги ва барча иштирокчилар фаолиятининг бир хиллиги;
- ахборот билан доим алмашилиб туриш (яъни, инновацион ғоялар ҳақида хабардор бўлиш ва бозордаги аҳволни ҳаққоний баҳолаш имконияти, бу эса ўз навбатида стратегик режалаштириш ва маркетинг даражасини оширади);
- бозорда товар/хизматларни тақдим этиш (ягона маркетинг стратегияси, умумий маркетинг тадбирлари, шу жумладан, марказлаштирилган реклама харажатлари) ва ресурсларни етказиб бериш шартларини аниқлаш (таъминотчиларни излаш ва

топиш, улардан чегирма ва бошқа имтиёзларни олиш) бўйича биргаликда олиб бориладиган фаолият;

- товар ва хизматлар, ходимлар малакаси ва бутун тармоқ обрўсининг ошиши.

Франчайзи ва франчайзер ўртасида меҳнат тақсимланиши мавжуд бўлиб, бунда франчайзер йирик корхона томонидан самарали бажариладиган вазифаларга жавоб беради, булар қаторида илмий тадқиқотлар, маркетинг, ресурс етказиб берувчилар билан келишув тузиш, корпоратив тармоғи имиджини ривожлантириш ва унга кўмак бериш бўйича махсус чоралар ва ҳоказо, франчайзи эса, ўз фаолияти билан кичик бизнесга хос бўлган тармоқ мослашувчанлигини таъминлайди.

Натижада франчайзинг тармоғининг барча иштирокчилари реклама ва бошқа маркетинг тадбирларга, тадқиқот ва ходимларни ўқитишга бўлган харажатларини қисқартиришга ҳамда таъминотчилардан харид учун чегирмалар ҳисобига маблағларни тежашга имкон топади. Тармоқнинг ўзи – фойдали маълумотни алмашиш ва янги ғоялар яратишнинг аъло механизмидир.

#### **4. Тадбиркорликка инсон ва маблағларни жалб этишнинг самарали шакли.**

Франчайзинг тадбиркорликка ташкилий қобилиятларга эга, аммо ўз куч ва кўникмаларига ҳали ишонмаган ва ўзининг антиқа бизнес-ғояси бўлмаган одамларни жалб этишга имконият яратади. Бундай одамларга муваффақиятга эришган шахс ва ташкилотлар ҳомийлигида тадбиркорликни амалга ошириш осонроқ бўлади. Шундай қилиб, франшиза тизимларининг кенг тарқалиши аҳолининг иқтисодий фаоллигини оширишга, пул ҳамда мулк шаклида йиғилган маблағларни иқтисодиётга сармоя қилиб ишлатишга имконият яратади.

#### **Ўзбекистонда франчайзинг ривожланишининг истиқболлари**

Ўзбекистонда франчайзинг ривожланишига тўсқинлик қилаётган омиллардан асосийси – тақдим этилаётган франшиза ҳамда турли давлатларда франчайзинг бўйича олиб борилаётган чора-тадбирлар ҳақидаги маълумотларнинг етишмаслигидир. Ҳар йилда дунёнинг кўп мамлакатларида франчайзинг тизими иштирокчиларига тажриба алмашиш ва янги билимларга эга бўлиш имкониятини берувчи франчайзинг бўйича кўرғазмалар ўтказилади, истиқболли инвесторлар – франчайзи иштирокида турли анжуман, семинар ва бошқа тадбирлар ташкил этилади. Мамлакатимизда ўз савдо белгисини Ўзбекистонда ҳам, кўшни давлатларда ҳам, шу жумладан, франчайзинг асосида ривожлантираётган компаниялар мавжуд. Бизнинг фикримизча, бу ҳали бошланиши холос. Мамлакатимиз тадбиркорлари бизнесни ривожлантиришнинг янги, ностандарт қарорлари талаб этилаётган босқичга етиб келишди. Бундай қарорларнинг бири сифатида франчайзингни кўриш мумкин. Бунинг учун иқтисодий ва ҳуқуқий заминлар аллақачон мавжуд.

#### **Бизнеснинг қайси соҳаларида франчайзинг мавжуд?**

Франчайзингнинг соҳавий йўналиши деярли чексиз. Бизнесни ташкил этишнинг ушбу модели савдо белгиси мавжуд товарларни сотишда ҳам (косметикадан автомашиналаргача), аҳоли ва бизнес учун хизмат тақдим этиш соҳасида ҳам (ёқилги қўйиш шаҳобчаларидан тортиб суғурта хизматларигача) ҳамда оригинал технологиялар асосида маҳсулотлар ишлаб чиқиш соҳасида қўлланилади.

Франчайзинг кенг тарқалган соҳаларни санаб ўтайлик:

**1. Савдо.** Франчайзи франчайзернинг фирма маҳсулотини сотади (биринчи зарурият буюмлари - косметика, пойабзал ва кийимдан тортиб автомашиналаргача). Аслида бу ерда франчайзер (ишлаб чиқарувчи ёки улгуржи савдогар) фирма дўконлари тармоғини ташкил этади. Ёки бунинг бошқача кўриниши, франчайзер – савдо корхонаси (масалан, супермаркет ёки тайёр кийим дўкони) ўзининг иш олиб бориш усулини тарқатади.

**2. Хизматлар.** Бундай хизматлар доираси ўта кенг, аммо қуйидаги соҳаларда франчайзинг тизими яхши ривожланган:

- умумий овқатланиш соҳаси, биринчи навбатда тез хизмат кўрсатиш корхоналари;
- ёқилги қўйиш станциялари, автосервис, автомашиналарни ижарага бериш;
- сайёҳлик, меҳмонхоналар фаолияти;
- офис учун хизматлар, масалан чоп этиш, нусха олиш ва кўпайтириш хизматлари, картриджларни таъмирлаш ва тўлдириш;
- вақтинча ва доимий ходимларни ёллаш бўйича хизматлар;
- бухгалтерия ҳисоби ва солиққа тортиш масалалари бўйича хизматлар, шу жумладан бухгалтерия ҳисобининг автоматик тизимлари;
- суғурталаш фаолияти;
- қурилиш;
- кўчмас мулкни ижарага бериш ва сотиш;
- транспорт хизматлари;
- ноширлик фаолияти;
- ўқитиш ва тарбиялаш, масалан, ҳайдовчиликка ўқитиш, болалар боғчаси, иш юритишни ўргатиш, компьютердан фойдаланишни ўрганиш;
- маиший хизматлар, масалан сартарошхоналар, гўзаллик салонлари, кимёвий тозалаш, кир ювиш жойлари;
- уй учун хизматлар, масалан тозалаш, зараркунандалардан ҳимоя, ойналарга панжара ўрнатиш, қўриқлаш тизимлари, пардалар тикиш, уй ичини безатиш;
- соғлиқ, спорт, дам олиш, кўнгиш очиш;
- уйга етказиб бериш бўйича хизматлар.

**3. Ишлаб чиқариш.** Одатда ичимликлар, озиқ-овқат маҳсулотлари, дори-дармон, косметика, оптика, болалар учун буюмлар, қишлоқ хўжалиги, кимё саноати соҳаларида қўлланилади.

### **Франчайзинг тарихи ва географияси**

Маҳсулот тарқатиш усули сифатида франчайзинг илк бор XIX асрнинг бошида пайдо бўлган, уни инглиз пиво пиширувчиларининг бир-бири билан боғлиқ уйлар тизими билан боғлашади. 1860 йилда франчайзингга жуда яқин усулда тикув машиналарини ишлаб чиқаришга ихтисослашган, американинг “Зингер” фабрикаси фаолият олиб борган. Фуқаролик урушидан сўнгги даврда бутун АҚШ ҳудудида ваколатхоналар тизимини яратиш учун маблағ етарли бўлмаган, шу билан бирга уй бекалари қиммат жихозни сотиб олишга шошилишмас эди. Шунда компания раҳбарияти савдо бозорларини излаб топиш муаммосининг ажойиб ечимини топишди. Бу ечим компания тикув машиналарини сотиш ва уларга хизмат кўрсатиш ҳуқуқларини мустақил сотувчиларга беришдан иборат эди. Шунда сотувчилар жиҳоз учун 60 доллар тўлаб, уни 125 долларга сотишар эди.

1886 йилда «Кока-Кола» ичимлиги формуласи яратилиши ва 1900 йилда унинг сотилиши франчайзинг ривожланиши учун кучли туртки бўлди. Ишлаб чиқариш ҳозиргача барчага маълум «Coca-Cola» савдо белгиси остида ўта тез тарзда ривожлана бошлади.

1940 йиллар охири – 1950 йиллар бошида АҚШда иккинчи авлод франчайзинги пайдо бўлди, уни бизнес-шакл франчайзинги деб аташади, бунда фойдаланишга савдо белгиси билан биргаликда бутун бизнес технологияси, шу жумладан савдо матрицаси, хоналар безаги, осма эълон ва ходимлар кийими берилди. Шундай қилиб, франчайзинг мавжуд маҳсулотни тарқатиш усули эмас, балки янги бизнес ташкил этишнинг ўзгача шакли сифатида қўлланила бошланди. АҚШдан бизнес-шакл франчайзинги бутун дунёга тарқалиб кетди.

Ушбу тизимни ривожлантиришда энг катта муваффақиятга 1950 йиларнинг ўртасида ака-ука Мак Дональдлар эришишди. Ҳозирги кунда бутун дунё бўйича «McDonald's» франчайзинг тизимида 20 мингдан ортиқ корхона фаолият кўрсатмоқда.

Ҳозирги кунда франчайзинг бутун дунёда маълум ва кенг тарқалган.

Франчайзерлар ва шу билан бирга, франчайзинг тармоқлари сони тез суръатда ўсиб бормоқда. Халқаро франчайзинг уюшмаси маълумотига кўра, ушбу асрнинг бошида дунё бўйича 16,5 минг франчайзер ва 1,2 млн. франчайзи мавжуд бўлган. Бу соҳада тан олинган етакчилар қаторига АҚШ (2000 франчайзер), Жанубий Корея (1300), Канада (1200), Бразилия (1000), Япония (1000) каби давлатлар киришади.

Ўзбекистонда, маҳаллий франчайзер ва франчайзилар бўлишига қарамасдан, франчайзинг ҳали кенг тарқалгани йўқ. Энг ривожланган франчайзинг муносабатлари – маҳаллий тадбиркор ва дастурий таъминот ҳамда бухгалтерия ҳисобининг автоматик тизимларини ишлаб чиқарувчи, «1С» компанияси (Россия) ўртасидаги муносабатлардир.

Компания сайтида жойлаштирилган маълумотга кўра, ҳозирги вақтда Ўзбекистонда компаниянинг 23 та ҳамкор-ташкilotи бўлиб, шулардан 7 таси – франчайзи.

Мамлакатимизда нафақат маҳаллий, ваҳоланки хорижий ҳамкорлар билан битимлари мавжуд франчайзер бор – бу “БЕК” ресторанлар тармоғи. Тармоқда франчайзинг шартномасига асосан Тошкент ва Самарқанд шаҳарларида 10 дан ортиқ амалдаги ресторан (кафе) фаолият кўрсатмоқда. Бухоро ва Новосибирск (Россия) ресторанлари ҳам ушбу франчайзингни сотиб олиш ниятини билдиришмоқда.

### **Франчайзинг турлари**

Франчайзинг йўналишига қараб тўрт турга бўлинади:

- маҳсулот франчайзинги;
- ишлаб чиқариш франчайзинги;
- хизмат кўрсатиш франчайзинги;
- бизнес-шакл франчайзинги.

Маҳсулот франчайзингида франчайзи кейинчалик сотиш учун имтиёзли шартларда франчайзердан маҳсулот олади. Франчайзи франчайзер савдо белгиси остида маҳсулот сотиш ва унга сотишдан кейинги хизмат кўрсатиш ҳуқуқини сотиб олади. Маҳсулотни франчайзернинг ўзи ёки бошқа компания ишлаб чиқариши мумкин. Одатда, франчайзер франчайзига келишилган ассортиментда маълум маҳсулотни келишилган технология бўйича сотиш учун етказиб беради.

Дилерлик шартномалардан фарқли жойи шундаки, маҳсулот франчайзинги ҳақидаги битим доирасида сотиш технологиясига қўйилган талаб ва савдо белгисидан фойдаланиш қоидалари аниқ кўрсатилади. Бундан ташқари, франчайзер, одатда, франчайзига молиявий (кўчмас мулк объектлари сотиб олинса ёки қурилса), реклама, маслаҳат ва маълумот таъминоти масалалари бўйича кўмаклашади, ва ходимларни ўқитиш ва малака ошириш бўйича хизматлар тақдим этади.

Бундай ёндашув ишлаб чиқарувчига маҳсулот харидорларга ишлаб чиқарилган кўринишида етказиб берилишини кафолатлайди. Бунда компания номи ва савдо белгиси кенг тарқалиб, кўпчиликка маълум бўлади.

Маҳсулот франчайзинги энг аввало бензин, автомашина, велосипед, маиший техника, косметика, фирма кийими, спиртли ва салқин ичимликларнинг чакана савдосида қўлланилиши мумкин.

Маҳсулот франчайзинги энг кам миқдордаги молиявий ва жорий харажатлар билан франчайзер савдо белгисини илгари суради ва савдо тармоғини кенгайтиради. Аммо аксарият ҳолларда савдо ташкilotлари учун ассортимент сиёсати муҳим аҳамиятга эга бўлгани учун, танланган маҳсулот билан савдо қилиш франчайзи учун доимо самарали бўлмайди.

Савдо ташкilotи алоҳида гуруҳ маҳсулотга ихтисослашган ҳолларда франчайзинг қўлланилиши мумкин, чунки сотувчи аниқ фирма маҳсулотларини сотиб, ўз имиджини ишлаб чиқарувчи имиджига мослаштиради ва натижада ўхшаш маҳсулотлар бозорида таниқли бўлиб



колади. Бу йўналишда самарали фаолият мисоли сифатида автомобиль саноати етакчиси “Дженерал Моторс” компаниясини келтириш мумкин.

Ишлаб чиқариш франчайзинги франчайзер аниқ маҳсулотни ишлаб чиқариш учун патентланган технология ва ашё беришини назарда тутати. Аксарият ҳолда бу франчайзинг тури қўлланганда, франчайзер маҳсулотнинг алоҳида таркибий қисмларини ўзи ишлаб чиқариб, франчайзига беради, бунда бу қисмларни ишлаб чиқариш технологияси франчайзига ошкор қилинмайди.

Франчайзингнинг ушбу тури салқин ичимликлар ишлаб чиқарилиш соҳасида кенг тарқалган. «Coca Cola», «Pepsi Cola» каби таниқли компаниялар маҳсулотини ишлаб чиқарувчи ва қадокловчи деярли барча корхоналар ўз фаолиятини ишлаб чиқариш франчайзинг доирасида амалга оширишади. Бунда франчайзер франчайзига ишлаб чиқариш учун зарур концентратларни сотади.

Ишлаб чиқариш франчайзинги лицензия келишувига кўп жиҳатлари билан ўхшайди. Фарқи шундаки, франчайзи франчайзер фирма номи ёки савдо белгиси остида фаолиятини амалга ошириб, у билан бирлашгандай бўлади ва франчайзер вакили каби қабул қилинади.

Ишлаб чиқариш франчайзинги доирасида маълум маҳсулотни ишлаб чиқариш учун зарур махсус жиҳозларни имтиёзли шартларда сотиб олиш ҳам келишув предмети ҳисобланади. Қойдага асосан франчайзинг ҳужжатлари йиғмасига ишлаб чиқариш ва омборхона хоналарига талаблар, ишлаб чиқаришни ташкиллаштириш бўйича қўлланмалар, ишлаб чиқариш ходимларини бошқариш йўриқномалари, патентлар билан ҳимояланган технология ва савдо белгисидан фойдаланиш ҳуқуқлари киритилади.

Хизмат кўрсатиш франчайзинги доирасида, франчайзер ўз савдо белгиси остида хизматлар тақдим этиш ҳуқуқини беради, шунингдек, жиҳоз, савдо ва миқозларга хизмат кўрсатиш технологияларини тақдим этади ҳамда улардан фойдаланишнинг барча жиҳатларини назорат қилади. Бундай иш юритиш мисоли сифатида кўплаб “тез овқатланиш” тармоқларини келтириш мумкин. Ҳар бир янги очилаётган савдо нуқтаси стандартларга жавоб бериши керак (хона дизайни, ходимлар кийими), ҳамда белгиланган ишлаб чиқариш технологиясига қатъий риоя қилиши шарт (масалан, таом пиширишда).

Хизмат кўрсатиш франчайзингининг асосий йўналиши – истеъмолчиларга юқори даражада хизмат кўрсатишдан иборатдир. Франчайзер ва франчайзи томонидан биргаликда олиб борилаётган сиёсат натижасида, истеъмолчи маълум савдо белгиси остида фаолият кўрсатаётган корхонада унга қандай миқдорда ва қандай сифат даражасида хизматлар кафолатланганлигини тез вақтда билиб олади. Истеъмолчи савдо белгиси эгасини ва савдо белгисидан фойдаланувчини бирдай кўради, бу эса франчайзинг тизимини янада ривожлантиришга кўмак бўлади.

Франчайзинг хизмат кўрсатиш соҳасининг деярли барча йўналишларида, шу жумладан, сайёҳлик ва меҳмонхона бизнесида, кўчмас

мулк соҳасида, ишга жойлаштириш, таълим бериш фаолиятида, умумий овқатланиш соҳасида қўлланилиши мумкин.

Бизнес-шакл франчайзинги франчайзингнинг бошқа турларига нисбатан энг мажмуавий ҳисобланади. Анъанавий ҳуқуқлар билан биргаликда, франчайзер франчайзига ўзининг ишлаб чиқилган бизнесни ташкил этиш ва бошқариш технологияларини беради. Бизнес-шакл франчайзинги савдо белгисини ижарага бериш билан боғлиқ катта ҳажмдаги ҳужжатлар тўплами франчайзер томонидан тузилишини назарда тутаяди, бу ҳужжатлар тўплами brand-book деб аталади. Brand-book ўз ичига бизнесни олиб бориш бўйича аниқ технология ва қоидаларни қамраб олади. Унда ҳаттоки кўчмас мулк билан иш олиб бориш хусусиятлари (жойлашиши, одамлар гавжумлиги, ижара тўлови чегаралари ва ҳоказо), хоналарнинг ички безатилиши, ёритиш усуллари, мебель жойлаштириш, ходимларнинг ташқи кўриниши, таъминотчилар билан иш олиб бориш хусусиятлари, реклама сиёсати ва бошқалар белгиланади. Натижада франчайзи франчайзер билан тўлиқ бирдай бўлиб кетади ва унинг умумий корпоратив тизимининг бир қисмига айланади.

Аксарият ҳолатларда, масалан, «McDonald's» тез овқатланиш тармоқларида, франчайзинг нуқталарига марказлаштирилган маҳсулот етказиб берувчилар хизмат кўрсатишади, улар технологик жараён, ассортимент, хизмат кўрсатиш усули ва бошқалар нуқтаи назаридан ягона ёндашувга риоя қилиб фаолият кўрсатишади. Стандартдан катта бўлмаган оғиш каби истисноларга камдан-кам йўл қўйилади. Масалан, бутун дунё бўйича «McDonald's» ресторанлар тармоғида маҳсулот ассортиментида спиртли ичимликлар киритилмаган бўлса ҳам, Германия ва Чехияда пиво миллий маданиятнинг ажралмас қисми ҳисобланганлиги учун, у таомномага киритилган.

Бундай франчайзингда франчайзер хом-ашё ишлаб чиқарувчи корхона, ишлаб чиқарувчи, улгуржи ва чакана сотувчи, хизмат кўрсатиш соҳасига оид корхона, ҳаттоки франчайзига маълум шартларда бериладиган ҳуқуқлар эгаси ҳам бўлиши мумкин.

Шу билан бирга бизнес-шакл франчайзингининг тизими бизнесни нафақат соҳа ичида ва унга яқин бўлган соҳалар доирасида ривожлантириш имкониятини беради, балки тизимга бизнеснинг турли йўналишларини киритиш имкониятини ҳам яратади. Масалан, ёқилғи қуйиш шаҳобчасига ташриф буюрувчи ёқилғи қуйилгунча қўнғироқ қилмоқчи, бирон нарса сотиб олмақчи, овқатланмоқчи ёки дам олмақчи бўлиши мумкин. Бундай хизматларни бир нечта алоҳида корхоналар тақдим этишлари мумкин. Ва бу ерда, корхоналар орасида келишилган фирма усули ва фаолият услуги бўлиши катта аҳамиятга эга.

Бизнес-шакл франчайзинги ҳозирги кунда жуда кенг тарқалган. Масалан, АҚШда, экспертлар ҳисоби бўйича, умумий франчайзинг муносабатларнинг 75% ни бизнес-шакл франчайзинги ташкил этади.

## **Иштирокчилар таркиби бўйича франшиза турлари**

Франчайзинг операцияларининг барча турлари иштирокчилар таркиби бўйича, яъни келишувга асосан ҳамкорлар бўйича классификация қилиниши мумкин. Шу нуқтаи назардан бундай келишувлар қуйидагилар ўртасида тузилиши мумкин:

Ишлаб чиқарувчи ва улгуржи савдо ташкилоти. Амалиётнинг ушбу тури, салқин ичимликлар ишлаб чиқарувчилари ўз қадоқлаш қувватларини франчайзинг шартларига ўтказишни одат қилганларидан сўнг вужудга келди. Қисқаси, бундай муносабатлар, улар ишлаб чиқараётган сироп концентратини бериш ва уни ишлатиш ҳуқуқларини беришдан бошланган (ва ҳозиргача давом этишмоқда). Бу турдаги франчайзинг муносабатларининг асосий мисоллари – «Кока-Кола», «Пепси-Кола» ва «Швепс».

Ишлаб чиқарувчи ва чакана савдо ташкилоти. Ушбу тур “франчайзинг тизимининг биринчи авлоди”га тегишлидир. Автомобилсозлик эндигина пайдо бўлганда, франчайзингнинг ушбу тури вужудга келган. Савдо муаммоларига дуч келгандан сўнг, ишлаб чиқарувчилар франчайзинг асосида дилер тармоқларини яратишди. Шунингдек, бензин ишл аб чиқарувчи ва ёқилғи қуйиш станциялар билан келишувлар тузилган эди.

Улгуржи ва чакана савдо ташкилотлари. Ушбу тоифа аниқ белгилаб берилмаган бўлиб, бирламчи назар ташлаганда, бу муносабатлар “ишлаб чиқарувчи ва чакана савдо” муносабатларидан фарқ қилмайди. Мазкур тоифага кирувчи бизнес турлари: майда буюмлар билан савдо қиладиган дўконлар, дорихона, супермаркетлар ва косметика сотувчи компаниялардир.

Чакана савдо ташкилотлари ўртасида. “Кўча савдогарлари” билан тузиладиган аксарият келишувлар шу тоифага тегишли, бундай муносабатлар йирик савдо фирмаси ўз савдо тизимини ривожлантириш учун ушбу усулни танлаганда вужудга келади.

### **Ўзбекистонда франчайзингнинг ҳуқуқий ва молиявий жиҳатлари**

Франчайзинг муносабатларини тартибга солувчи ҳуқуқий-меъёрий база Ўзбекистонда франчайзинг муносабатларини тартибга солувчи асосий ҳужжат Фуқаролик Кодекси, хусусан унинг 50 боби (франчайзинг) ҳамда 59, 62, 64, 65 боблари (интеллектуал мулк) ҳисобланади.

Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик Кодексида франчайзинг ҳақидаги келишув комплекс тадбиркорлик лицензияси шартномаси деб аталади; франчайзер – комплекс лицензиар, франчайзи – комплекс лицензиат; мукофот эвазига бериладиган фавқулодда ҳуқуқлар – лицензия комплекси деб юритилади. Лицензия комплекси таркибига лицензиарнинг фирма номидан ва ҳимояланган тижорат маълумотидан, ва шу билан бирга, шартномада белгиланган бошқа махсус объектлардан (савдо белгиси, хизмат кўрсатиш белгиси ва бошқалар) фойдаланиш ҳуқуқи киради.

Комплекс тадбиркорлик лицензияси ҳақидаги шартнома франчайзернинг лицензия комплексини, тижорат тажрибаси ва номини маълум ҳажмда муайян фаолият турини амалга ошириш учун (франчайзердан олинган махсулотни сотиш, хизмат кўрсатиш, ишларни бажариш ва ҳ.к.) қўллашни назарда тутди. Шартномада амал қилиш муддати

белгиланган ёки белгиланмаган бўлиши мумкин, шунингдек, франчайзи фаолият юритадиган ҳудуд белгиланган ёки белгиланмаган бўлиши мумкин. Тарафлар муносабатларида ноаниқликларга дуч келмаслик учун, ушбу масалаларни шартномада аниқ белгилаб қўйиш мақсадга мувофиқдир.

Комплекс тадбиркорлик лицензияси ҳақидаги шартнома тарафлари сифатида фақат тижорат ташкилотлари ва тадбиркор сифатида рўйхатдан ўтган фуқаролар иштирок этишлари мумкин.

Франчайзи франчайзерга мукофотни миқдори белгиланган тўловлар (бир маротабалик ёки даврий), тушумдан ажратмалар, франчайзер берган маҳсулотнинг улгуржи нархига қўшимчалар ёки шартномада белгиланган бошқа шаклда тўлаши лозим.

Франчайзинг шартномаси шартлари соҳа, фаолият тури, ишлаб чиқариш хусусияти, ва бошқа кўп омилларга боғлиқ бўлади.

#### **Қонунга мувофиқ, франчайзер қуйидагиларни бажариши шарт:**

- франчайзига техник ва тижорат ҳужжатларни бериш ва комплекс тадбиркорлик лицензияси ҳақидаги шартномага асосан франчайзига бериладиган ҳуқуқларни амалга ошириш учун зарур бошқа маълумотларни бериш, ушбу ҳуқуқларни амалга ошириш масалалари бўйича франчайзи ва унинг ходимларига маслаҳат бериш;
- шартномада белгиланган лицензияларни белгиланган тартибда расмийлаштириб, франчайзига бериш;
- франчайзига доимий равишда техник ва консултатив кўмаклашиш, шу жумладан, ишчиларни ўқитиш ва малакаларини оширишга ёрдам бериш.

Шартномада франчайзернинг бошқа мажбуриятлари ҳам белгиланиши мумкин.

#### **Франчайзи мажбуриятлари:**

- шартномада белгиланган фаолиятни амалга оширганда, франчайзернинг фирма номидан келишилган тарзда фойдаланиш;
- шартнома асосида ишлаб чиқарилаётган маҳсулот, тақдим этилаётган хизмат ёки бажарилаётган иш сифатини бевосита франчайзер томонидан ишлаб чиқарилаётган маҳсулот, тақдим этилаётган хизмат ёки бажарилаётган иш сифатига мослигини таъминлаш;
- лицензия комплексига кирувчи фавқулодда ҳуқуқлардан фойдаланиш стандартларини таъминлаш мақсадида франчайзер томонидан берилган барча йўриқнома ва кўрсатмаларга риоя қилиш, шу жумладан, франчайзига берилган ҳуқуқларни амалга оширишда ишлатилаётган тижорат жойларининг ички ва ташқи безатиш бўйича берилган кўрсатмаларни аниқ бажариш;
- буюртмачиларга (харидорларга) маҳсулот (хизмат, иш) бевосита франчайзердан сотиб олинганда тақдим этиладиган қўшимча

хизматлар мавжуд бўлса, франчайзи ўз фаолиятида худди шундай кўшимча хизматларни тақдим этиши шарт;

- франчайзернинг ишлаб чиқариш сирларини ва ундан олинган бошқа тижорат маълумотларни ошкор этмаслик;
- агар шартномада аниқ белгилаб ўтилган бўлса, келишилган миқдорда суб-лицензиялар бериш (унга тақдим этилган лицензия комплексидан фойдаланиш ҳуқуқларини ёки ушбу ҳуқуқларнинг қисмини бошқа шахсларга бериш);
- харидор (буюртмачилар)га энг тушунарли тарзда фирма номи, савдо белгиси, хизмат кўрсатиш белгиси ёки бошқа идентификация воситасидан комплекс тадбиркорлик лицензияси асосида фойдаланаётганлиги ҳақида маълумот бериш.

Шартномада франчайзининг бошқа мажбуриятлари ҳам белгиланиши мумкин.

Комплекс тадбиркорлик лицензияси шартномасида **чекловчи (эксклюзив) шартлар** белгиланган бўлиши мумкин, жумладан:

франчайзер томонидан франчайзи фаолият кўрсатувчи ҳудудда фаолият кўрсатиш ҳуқуқини берувчи комплекс лицензияларни бошқа шахсларга бермаслик мажбурияти ёки франчайзер ушбу ҳудудда бевосита мустақил фаолият кўрсатмаслик мажбуриятини ўз зиммасига олиши мумкин;

комплекс тадбиркорлик лицензияси қўлланиладиган ҳудудда франчайзининг франчайзер билан рақобатлашмаслик мажбурияти;

франчайзер рақоботдошларидан франчайзи томонидан бошқа комплекс тадбиркорлик лицензияларини олмаслиги;

шартнома бўйича франчайзига берилган фавқулодда ҳуқуқларни амалга ошириш учун ишлатиладиган хоналар жойлашиши ва уларнинг ички ва ташқи безатилишини франчайзер билан келишиш мажбурияти.

Чекловчи шартлар натижасида қуйидаги ҳолатлар вужудга келса, улар қонунга мувофиқ кучга эмас деб эълон қилинади:

франчайзер франчайзи маҳсулотига, ёки франчайзи томонидан бажарилаётган ишлар (хизмат) нархини белгилашга ҳақли бўлса ёки нархнинг юқори ва қуйи чегараларини белгиласа;

франчайзи фақат айрим тоифадаги харидор (буюртмачи) ларга маҳсулот сотиши (хизмат кўрсатиши) мумкин, ёки фақатгина шартнома билан белгиланган ҳудудда жойлашган харидор (буюртмачи)ларга маҳсулот сотишга (хизмат кўрсатиши) ҳақли бўлса.

Бозордаги аҳвол ва томонларнинг иқтисодий ҳолатларини инобатга олганда, чекловчи шартлар монополияга қарши қонунчиликка зид келса, улар кучга эга эмас деб эълон қилиниши мумкин.

Комплекс тадбиркорлик лицензияси ҳақидаги шартнома асосида франчайзи ишлаб чиқараётган (тақдим этаётган, бажараётган) маҳсулот (хизмат, иш) сифати талабга жавоб бермаслиги бўйича франчайзига қўйилган талаблар бўйича франчайзер **субсидиар жавобгарликка** тортилади. Яъни, агар франчайзи мижоз даъвосини қондиришдан бош тортса, ёки мижоз ўзининг талабига маълум муддат ичида жавоб олмаса, франчайзер

жавобгарлиги вужудга келади. Бундай ҳолатда мижоз эътирози франчайзерга йўналтириши мумкин.

Агар комплекс тадбиркорлик лицензияси шартномаси амалда бўла туриб, лицензия комплексига кирувчи фавқулодда ҳуқуқнинг амал қилиш муддати тугаса, ёки бундай ҳуқуқ бошқа асосга кўра бекор қилинса, бекор қилинган ҳуқуққа тегишли қоидаларни истисно қилган ҳолда шартнома амалда қолади, франчайзи эса, бошқа ҳолат шартнома билан белгиланмаган бўлса, франчайзерга тўланадиган мукофот миқдорини тегишли равишда қисқартиришни талаб қилишга ҳақли.

Франчайзер ўз фирма номини ўзгартирса, франчайзинг шартномаси ўз кучини йўқотмайди ва, агар франчайзи шартномани бекор қилишни талаб этмаса, янги фирма номига нисбатан амалда бўлади. Шартнома амалда қолган тақдирда, франчайзи франчайзерга тўланадиган мукофот миқдорини тегишли равишда қисқартиришни талаб қилишга ҳақли.

Комплекс тадбиркорлик лицензияси шартномасига нисбатан **Фуқаролик кодексининг интеллектуал мулк тўғрисидаги қоидалари** қўлланилади. Франчайзинг шартномасида фойдаланиш ҳуқуқлари белгиланиши мумкин бўлган интеллектуал мулк объектлари сифатида куйидагилар кўрилади:

Электрон ҳисоблаш машиналар учун дастурлар ва маълумот базалари;  
Ихтиролар, фойдали моделлар, ишлаб чиқариш намуналари;  
Ошкор этилмайдиган маълумотлар, шу жумладан ишлаб чиқариш сирлари (ноу-хау);  
Фирма номи;  
Савдо белгилари (хизмат кўрсатиш белгилари);  
Қонунчиликда белгилаб берилган ҳолларда, интеллектуал фаолиятнинг бошқа натижалари ва индивидуаллаштириш воситалари.

Франчайзинг шартномаси тузилганда, интеллектуал мулк объектига мутлақо ҳуқуққа эгалик қилувчи шахс (бу ерда франчайзер) интеллектуал мулк объектидан фойдаланиш ҳуқуқини франчайзига беради, ва бу ҳолат шартномада аниқ ёритилиши шарт. Шартномада берилаётган ҳуқуқ сифатида белгиланмаган ҳуқуқлар берилмаган ҳисобланилади.

Франчайзинг шартномасига кўра ёпиқ маълумот деб номланган, яъни учинчи шахсларга маълум бўлмаган техник, ташкилий, тижорат маълумотлари, шу жумладан ишлаб чиқариш сирлари (ноу-хау) берилиши мумкин. Агар учинчи шахсларга номаълумлиги ҳисобига бундай маълумот ҳозирги пайтда ёки истиқболли тижорат қийматига эга бўлса, қонуний асосда у сир сақланса ва маълумот эгаси унинг махфийлигини сақлаш учун чоралар кўраётган бўлса, ушбу маълумотни ҳимоялаш ҳуқуқи амалда бўлади. Ёпиқ маълумотни ноқонуний равишда фойдаланишдан ҳимоялаш ҳуқуқи ушбу маълумотга нисбатан расмий ҳаракатлар (қайд этиш, гувоҳнома олиш ва ҳоказо) бажарилган ёки бажарилмаганлигидан қатъий назар вужудга келади. Ёпиқ маълумотни қонуний асоссиз ошкор этган ёки ундан ноқонуний равишда фойдаланган шахс, маълумотнинг қонуний эгасига ҳаракатлари билан етказилган зарарни қоплаши шарт.

Франчайзи шартнома асосида олинган маълумотлар махфийлигини таъминлаш учун зарур чораларни кўриши шарт, ва учинчи шахслардан маълумотни ҳимоялашда франчайзер билан бир хил ҳуқуқдан фойдаланади. Агар шартномада бошқа тартиб белгиланмаган бўлса, ва тегишли маълумотлар махфийлиги шартнома муддати тугагандан сўнг ҳам бекор қилинмаган бўлса, франчайзининг маълумотни ошкор этмаслик билан боғлиқ мажбурияти ва жавобгарлиги сақланиб қолинади.

Маҳсулот ишлаб чиқарилган жой каби интеллектуал мулк объектини франчайзинг шартномаси доирасида топширилиши мумкин эмаслигини ёдда тутиш зарур.

Фуқаролик Кодексида, комплекс тадбиркорлик лицензияси шартномаси турларини ҳисобга олган ҳолда франчайзи унга берилган фавқулодда ҳуқуқларни суб-лицензия асосида учинчи шахсларга фойдаланиш учун бериш имкониятини кўзда тутилган. Бундай шартнома мажбурий тарзда ҳуқуқ эгаси (франчайзер) билан келишилиши шарт ёки олдиндан, комплекс тадбиркорлик лицензияси шартномасида белгиланиб кўйилади. Шунингдек, шартномада франчайзининг маълум даврда маълум сонли, фаолият ҳудуди белгиланган ёки белгиланмаган суб-лицензиялар бериш мажбурияти белгиланиши мумкин.

Суб-лицензия асосида берилган ҳуқуқлар ушбу ҳуқуқлар билан фойдаланувчининг асосий шартнома бўйича олган ҳуқуқларнинг ҳосиласи ҳисобланади ва берилган ҳуқуқлар чегарасидан ўтмайди.

Шундай қилиб, иккиламчи франчайзи франчайзер билан бевосита шартномавий муносабатларда бўлмаса ҳам, вужудга келтирган зарари учун франчайзер олдида жавоб беради.

Шартнома ёзма равишда тузилиши шарт. Бундан ташқари, шартнома франчайзерни рўйхатдан ўтказган **давлат органида** рўйхатдан ўтказилиши керак. Ўзбекистон Республикасида хўжалик юритувчи субъектларни рўйхатга олиш, уларнинг ташкилий-ҳуқуқий шакли, амалга ошираётган тадбиркорлик фаолияти ва хорижий капитал иштирокидан келиб чиққан ҳолда турли давлат органлари томонидан амалга оширилади. Агар шартнома асосида берилаётган фавқулодда ҳуқуқлар мажмуасига ихтирога **патентланган ҳуқуқлар**, фойдали моделлар, ишлаб чиқариш намуналари, савдо белгилари киритилган бўлса, бундай шартнома патент идорасида рўйхатдан ўтказилиши шарт.

Комплекс тадбиркорлик лицензияси шартномаси томонлар келишувига кўра ёки томонларнинг биронтаси шартларни қўпол равишда бўзган ҳолда ёхуд шартнома тузишда томонлар келиб чиққан шароит кескин ўзгариб кетган бўлса, суд қарорига асосан **ўзгартирилиши ёки бекор қилиниши** мумкин. Қўпол равишда шартларни бузиш деб томонларнинг бири шартнома шартларини бажармаганлиги оқибатида иккинчи томонга келтирилган зарар миқдори, у кўзлаган фойданинг муҳим қисми йўқолишига олиб келиши тушунилади. Шароит ўзгариши натижасида вужудга келган шароитлар аввал бўлганида, ушбу шартнома умуман тузилмаса ёки сезиларли даражада фарқли шартларда тузилса, бундай ўзгаришлар кескин деб тан олинади.

Агар шартнома ўзгартирилишига ёки бекор қилинишига асос томонларнинг бири ўз мажбуриятларини бажармаганлиги бўлса, иккинчи томон шартнома ўзгартирилиши ёки бекор қилиниши натижасида унга етказилган зарарни қоплаш талабини қўйишга ҳақли.

Бундан ташқари:

Лицензия комплексига киритилган фирма номидан фойдаланиш ҳуқуқи тугаса, фирма номини янги фирма номига алмаштирмасдан шартнома бекор қилинади.

Шартномани тўлиқ ёки қисман бажаришдан бир томонлама бош тортиш имконияти шартномада белгиланган бўлиши мумкин. Бунда бир томон қандай ҳолатларда шартноманинг айрим шартларидан озод бўлиши аниқ кўрсатилиши керак.

Томонларнинг ҳар бири, агар шартномада хабар бериш муддати бошқача белгиланмаган бўлса, иккинчи томонни олти ой аввал огоҳлантириб, муддатсиз франчайзинг шартномасини бекор қилиши мумкин.

Шартномага ўзгартириш киритиш ёки уни бекор қилиш ҳақидаги келишув, шартнома тузилган тартибда амалга оширилади.

### **Франчайзи бўлиш билан боғлиқ хавфлар ва қийинчиликлар**

Агар сиз франчайзи бўлмоқчи бўлсангиз, мавжуд хавф ва бўлиши мумкин бўлган қийинчиликларни назарда тутишингиз керак:

1. Сотиб олинган франшиза дастлабки вақтларда тасаввур қилинганидек самарали бўлмаслиги мумкин. Бунинг сабаблари қуйидагилар бўлиши мумкин:

Франчайзернинг ёлғон ёки етарли бўлмаган маълумоти;

Маҳсулот бозор талабларига жавоб беришини ўрганмаслик;

Франчайзер томонидан тармоқ ўсишини бошқара олмаслик, тармоқ ривожига қизиқишнинг йўқолиши;

Франчайзер ёки тармоқ банкротлиги ёки иш обрўси йўқолиши.

Шунинг учун а) нафақат бозорда ўз самарасини, балки франчайзинг тармоғини бошқаришда самарадорлигини исботлаган; б) ишни ташкил этиш қоидалари сизнинг иш ташкил этиш ва олиб бориш қоидаларингизга мос келадиган франчайзерни топиш ўта муҳим.

2. Сиз франчайзер билан ишлаш жараёнида қуйидаги сабабларга кўра қийинчиликларга учрашингиз мумкин:

Ҳудудингизда корхоналар сони кўплиги ва асоссиз франчайзи корхоналарининг бир бирига яқин жойлашиши;

Франчайзер томонидан ноўрин назорат кучлилиги сабабли франчайзи фаолиятининг кескин чегараланиши;

Франчайзи томонидан жиддий қоида бузиш ҳолати бўлмаганига қарамай, шартномани муддатдан аввал тугатилиши;

Шартномани тикланмаслиги ва/ёки тиклашда шартнома шартларига жиддий ўзгартиришлар киритилиши.



Ёдда тутинг: франчайзи ва франчайзер ўртасидаги муносабатлар манфаат кўзлаб тузилган никоҳга ўхшаш. Шунинг учун, франчайзинг шартномасининг барча шартларига жиддий муносабатда бўлинг, ва ундан яхшиси, франшиза сотиб олишдан аввал манфаат кўзламаган мутахассислар ёрдамидан фойдаланинг.

3. Вақт ўтгандан сўнг, франчайзинг сизга тўғри келмаслиги маълум бўлиши мумкин. Бунинг сабаблари бир бирига қарама-қарши:

Сиз мустақил фаолият олиб боришга тайёр эмассиз ва масъулиятли қарорлар қабул қилишга ёки стресс ҳолатларига дуч келишга қодир эмассиз. Унда мустақил бизнес сиз учун эмас;

Сиз франчайзинг учун ўта эркин ва мустақилсиз, юқоридан ҳеч қандай кўрсатмаларни қабул қила олмайсиз. Унда умуман мустақил фаолият кўрсатишингиз керак. Ёки сизга ўта миқдорда мустақиллик бериб, жорий ишларингизга аралашмайдиган франчайзер топишингиз керак.

Франчайзи ўз ташаббуси ва мустақиллиги аҳамиятини тўлиқ тушунмаслик хавфи ҳам мавжуд. Харидорларни жалб қилиш, бозорда маҳсулот/хизматни илгари суриш чоралари франчайзер зиммасида деб ўйлаши мумкин. Бундай ёндашув франчайзинг қоидаларига зид бўлади ва франчайзи фаолиятига салбий таъсир кўрсатиши мумкин.

### **Франчайзи бўлишга қай даражада тайёрсиз?**

Франчайзи франчайзер билан тил топиши ва бозорда омон қолиши учун қайси талабларга жавоб бериши кераклигини кўриб чиқайлик. Сиз ушбу талабларга қанчалик жавоб беришингиз ва белгиланган даражагача етиш учун нима қилишингиз зарурлиги ҳақида ўйлаб кўринг.

Франчайзи мустақил ишбилармон ва гуруҳда ишлай оладиган, яъни умумий иш фойдаси учун келишишга тайёр ва ўз манфаатларини умумий иш манфаатларига бўйсундира оладиган одам сифатларини ўзида қамраб олиши керак. Франчайзи аниқ бир мақсадга интилувчи, нима истаётганлигини билиши ва шу вақтнинг ўзида франчайзинг тизимининг барча қоидаларига риоя қиладиган инсон бўлиши керак.

Одамлар билан муомалани билиши керак, чунки миқдорлар, франчайзер вакиллари, таъминотчи ва ходимлари билан ишлашга тўғри келади.

Франчайзи бизнесда оқилона, ҳаққоний иш юритиши, ва франчайзернинг тизимни ривожлантириш истагини доимо қўллаши керак.

Франчайзи янги маълумотни тез ўзлаштира олиши ва уни бажонидил ҳаётга жорий қилиши керак. Махсус ўқув курсларда иштирок этган ҳолда, малакангизни доимо ошириб боришга тўғри келади. Франчайзи ижобий фикрлаши керак ва доимо франчайзер белгилаган доирада интизомини сақлаб, ўзгарувга тайёр бўлиши керак.

Франчайзи корхонага кўп маблағ, вақт ва уринишларини сарфлашга тайёр бўлиши керак. Франшиза қийматини тўлашдан ташқари жой учун ижарага, жиҳоз сотиб олишга, маҳсулотнинг биринчи миқдорларини харид қилишга, ходимларга иш ҳақи тўлашга ва бошқаларга маблағ мавжуд бўлиши

керак. Ишлаб чиқаришни ишга туширишни ташкил этиш ҳам, агар сиз кумуш франчайзинг, яъни франчайзернинг тайёр филиалини сотиб олмаётган бўлсангиз, франчайзи зиммасида.

Франчайзи бош ташкилот томонидан нафақат унинг молиявий муваффақиятлари, ваҳоланки франчайзер томонидан “франчайзинг пакети”да берилганлардан қанчалик тежамли фойдаланишини назорат қилинишига тайёр бўлиши керак. Чунки, агар виждонсиз франчайзи сифатсиз овқат сотса ёки ходимларини етарли даражада ўқитмаса, бутун тармоқ шаънига доғ тушади.

Харидор франчайзер ёки франчайзи корхонасига келганлигини суруштириб ўтирмайди.

Аксарият франчайзерлар истиқболли ҳамкорларига кўядиган икки жиддий расмий талаб мавжуд. Биринчидан маблағ мавжудлиги ва агар сўз кўчмас нукта ҳақида кетаётган бўлса, маълум катталиқдаги жой мавжудлиги. Бунда франчайзерлар узоқ муддатли ҳуқуқни ҳужжатлар билан тасдиқлашни сўрайдилар. Ўзининг франчайзиларига алоҳида талабни лицензия олиши керак бўлган фаолият юритаётган баъзи бир компаниялар кўяди: франчайзидан тегишли лицензиянинг, шунингдек, бозорнинг мана шу қисмида иш тажрибаси мавжудлиги талаб қилинади. Энг сўнгида, франчайзерларнинг кўпчилиги тадбиркорлик тажрибаси мавжудлигини талаб қиладилар, чунки, сиз келажакда алоҳида корхонани бошқаришингиз керак бўлади. Бу нарсанинг йўқлиги туфайли, франшизани сотиб олишни истаётган одамларнинг деярли ярми “ғалвирдан ўтмай қолади”.

### **Керакли франшизани топиш: ўзини-ўзи таҳлил қилиш ва дастлабки маълумотларни излаш**

Сиз жуда яхши тайёрланишингиз ва ҳамма нарсани батафсил ўрганишингиз керак.

Бу жараён, бевосита сизнинг **истагингиз ва имкониятларингизни таҳлил қилишдан** бошланади. Сиз мана бу саволларга жавоб бераётиб, ўз-ўзини таҳлил қилишнинг кўзда тутилган ва тўлиқ жараёнидан бошлашингиз керак:

Сизнинг қанақа қобилият ва кўникмаларингиз бор?

Қайси соҳада энг яхши натижаларга эришгансиз?

Фаолиятнинг қайси тури сизга кўпроқ ёқади?

Сиз мустақил корхонани бошқаришни эплай оласизми? Жисмоний ва шахсий тавсифномангиз бизнес билан шуғулланишга йўл кўядими? Иш бошлашингизни оилангиз кўллайдими?

Сиз одамлар билан самарали алоқалар боғлай оласизми (франчайзинг тармоғи, мижозлар, ҳамкорлар, ходимлар билан)?

Сиз, агар хатто сизга ёқмаса ҳам, тармоқ қоидаларига, франчайзер талабларига бўйсунма оласизми?

Таваккалчиликка муносабатингиз қандай? Бизнес барбод бўлиши мумкинлигига тайёرمىсиз?

Франшизага қандай сармоя ва қанча муддатга сафарбар қилишни истайсиз ва имкониятингиз қай даражада? Франшизадан фойда олмасдан, қанчалик узоқ вақт ишлай оласиз?

Бу корхона ёрдамида нимага эришишни истайсиз?

Ўз-ўзингизни таҳлил қилиш натижасида, бу бизнесдан истиқболда нимага эришишни, шунингдек, франчайзердан нима олишни истадингиз ҳақида, аниқ мақсадлар ва режаларингиз бор бўлиши керак:

- Таниқли ном,
- Сотиш учун сифатли маҳсулот,
- Ишлаб чиқариш ва сотишнинг самарали технологияси,
- Маҳсулот ва хизмат кўрсатишни йўллашда қўллаб-қуватлаш,
- Бозорда ишлаш усулларига ўрганишни,
- Ишлаб чиқариш усулларини ўрганишни, ходимлар билан ишлашни,
- Етказиб берувчилар билан алоқалар,

Яна нима?

Бу тўғри франшизани танлаш учун жуда муҳим, акс ҳолда, ҳақиқатда сизнинг мақсадларингизга мос келмайдиган нарсаларга пул кетказишга таваккал қилган бўласиз.

Шундан кейин, бизнеснинг соҳавий йўналишини аниқлаб олишингиз лозим. Кўпчилик франчайзинг тармоқлари сиз кўрсатган ҳудудда маҳсулот ва хизмат кўрсатишни сотишга эксклюзив ҳуқуқ берадилар. Бу бутун бир мамлакат ёки унча катта бўлмаган шаҳар ҳудуди бўлиши мумкин.

Аммо, талтайиб кетманг: франчайзинг бозор рақобатчилигидан қутилишнинг воситаси эмас. Сизнинг маҳсулотларингизга ўхшайдиган маҳсулотлар ва хизмат кўрсатишни таклиф қилаётган бошқа компаниялар сиз томонингиздан сотиб олинган франшиза фаолият юритадиган ўша ҳудудда савдо фаолиятини ёйиб юборишлари мумкин.

Шунинг учун, сиз маҳсулотлар сотишни (ишлаб чиқаришни), хизмат кўрсатишни, шунингдек ишлашни режалаштираётган бозорнинг таҳлилинини ўтказинг:

Шунга ўхшаш маҳсулотлар ва хизмат кўрсатишни таклиф қилаётган компаниялар яқин-атрофда йўқлигини текширинг.

Сизнинг маҳсулотларингиз/хизмат кўрсатишларингиз рақобатчиларнинг маҳсулотлари/хизмат кўрсатишлари билан таққослаганда қандай устуворлик ёки камчиликларга эга эканлигини аниқланг.

Ўз оилангиз ва дўстларингиздан сиз таклиф қилаётган маҳсулотлар ва хизмат кўрсатишларни сотиб олаётганда қийинчиликларга дуч келган-келмаганликларини сўранг.

Ўз бизнесингизнинг хусусиятлари ҳақида адабиётларни ўқинг, сиз ишлашни мўлжаллаётган бозорнинг аҳволи ва истиқболи ҳақидаги нашр қилинган изланишларни топишга ҳаракат қилинг.

Танланган ҳудудда катта бўлмаган маркетинг тадқиқоти олиб бординг. Кўчада ўтаётганлар билан гаплашинг ва сиз таклиф қилишни мўлжаллаётган маҳсулотлар в хизмат кўрсатишлар ҳақида уларнинг фикрини билинг.

Агар сиз қиммат франшизани сотиб олишни истаётган бўлсангиз, бозорни янада жиддий текшириш учун профессионал маркетинглогларни ёлланг.

Кейинги босқичда мавжуд франчайзинг тармоқлари ҳақида маълумот тўпланг. Маълумотни Интернетдан топиш мумкин. Аммо, улар одатда, чет эл компанияларидир. Агар улар Ўзбекистонда ўз агентлари ва вакилларига эга бўлса, улар билан мулоқотга киришиб, қўшимча ахборот олиш ва ҳатто мамлакатдан чиқмай туриб, таълим олиш ҳам мумкин. Агар ваколатхона бўлмаса, кийинроқ. Бундай ҳолда, франчайзер жойлашган мамлакатга ўз хисобингиздан бориб, бош компания билан мустақил равишда муносабатларни ўрнатишга тўғри келади. Агар сиз буни қила олсангиз, унда сиз нафақат франчайзи, ҳатто субфранчайзер, яъни, янги франчайзилар билан шартнома тузиш ҳуқуқи билан бирга франчайзернинг ҳудуддаги вакили ҳам бўлиб олишингиз мумкин.

Аммо, агар сизнинг машҳур чет эл франшизасини сотиб олишга молиявий имкониятларингиз бўлмаса ва бунинг устига, чет тилларни яхши билмасангиз, франчайзерни топишнинг янада мақбул бир йўли бор. **Ўз франчайзерингизни ўзингиз яратинг!** Ўзбекистонда ёки кўшни мамлакатларда оммавийлиги ва иш тамойиллари билан сизни ўзига жалб қиладиган компаниялар, брендлар борми? Албатта бор! Бу компанияларнинг раҳбарларига франшиза шартномасини тузиш бўйича таклиф билан мурожаат қилинг. Агар улар шу пайтгача франшизалар билан ишламаган бўлсалар, балки, бу сиз учун яхшиликкадир: одатда, биринчи франчайзи билан шартномалар имтиёзли тартибда тузилади.

Айтгандек, кўпчилик таниқли франчайзинг тизимлари шу тарзда пайдо бўлганлар: «пастдан» ташаббус билан. Гарчи бунда франчайзинг тизимида иш тажрибаси қанча кам бўлса, франчайзи таваккали ҳам шунча кўплигини эсда тутиш керак – чунки, қоидалар ва технологиялар ишлаб чиқилмаган, тизим эса бозор томонидан текширилмаган. Аммо айнан шунинг учун ҳам сиз ўзини аллақачон тавсия қилган тармоқда қатнашиш билан солиштирганда, худди шундай франшиза учун анча кам пул тўлайсиз.

Бошқа вариант – унинг маркаси остида иш олиб бориш шarti билан сизга ёққан компаниянинг ишлаб турган филиалини сотиб олиш. Эҳтимолки, яхши даромад келтираётган филиални сизга сотмаслар. Қандайдир сабабларга кўра «оёққа тура олмаган» филиални эса – марҳамат! Аввал, бу сабаблар нимадалигини аниқлаб олинг: фақат ёмон бошқаришдами ёки қандайдир объектив сабаблардами (кучли рақобатчилик, талабнинг пастлиги). Агар ростдан ҳам менежмент иши билан боғлиқ бўлса, қуйдаги саволга жавоб беринг: ўзингиз бу ишни яхшироқ бажара оласизми?

## **Франчайзинг самарадорлигининг 12 мезони**

Қуйида 12 мезоннинг рўйхати берилган бўлиб, улар орқали у ёки бу компаниянинг франчайзингга тайёрлигини, шунингдек, франчайзер сифатида муваффақият қозониш эҳтимолини баҳолаш мумкин.

**1. Ишонч.** Франшизани муваффақиятли сотиш учун компания истиқболли харидорларнинг ишончига эга бўлиши керак. Ушбу ишонч қуйидаги кўринишларда акс этиши мумкин: фирманинг бўлимлари сони билан ўлчам, компания ва унинг бўлимларининг иш давомийлиги, оммабоплиги, харидорнинг савдо белгиси ҳақидаги хабардорлиги, шунингдек, менежментнинг самарадорлиги.

**2. Фарқланиш.** Ишончдан ташқари, франшизани таклиф қилаётган фирма ўз рақобатчиларидан етарлича фарқли жиҳатларга эга бўлиши шарт. Ушбу фарқли жиҳатлар буюмнинг ёки хизмат кўрсатишнинг ўзига хослигида, харажатларнинг пастлигида, маркетингнинг илгари қўлланилмаган стратегиясида ёки бўлмаса фарқли мақсадли бозорларда акс этиши мумкин.

**3. Билим бериш имконияти.** Франчайзинг самарадорлигининг муҳим мезонларидан бири фирманинг бошқа фирмаларни ўз тизимига ўргатишидир. Франшизани бериш учун, кўп ҳолларда, нисбатан кичик давр мобайнида бизнесга тегишли керакли билимларни унинг истиқболли олувчиларга бериш имконияти бўлиши керак.

**4. Мослашиш қобилияти.** Кейинчалик концепцияни қай тарзда бир бозордан иккинчисига ўтказиш мумкинлигини аниқлаш лозим. Сизнинг концепциянгиз харидорларнинг диди ва афзал кўришларидаги мамлакатлар ва ҳудудлараро фарқлар ва қонунчилик туфайли янги географик кенгликларга ёмон мослашиши мумкин.

**5. Тимсолнинг шаффофлиги ва муваффақиятли фаолияти.** Тизимнинг самадорлигини намойиш қилиш учун, одатда, франшиза олувчиларни ўқитиш пайтида, восита сифатида хизмат қиладиган тимсолни тақдим қилиш керак. Тимсол, шу жумладан, янги буюмлар, маркетинг усуллари, янги хизмат кўрсатишлар, фойдаланиш самарадорлиги ва савдо учун синов майдони сифатида ҳам қўл келади.

**6. Ҳужжатлаштириш.** Барча муваффақиятли тадбиркорлар ўз ҳужжатлаштириш тизимига эга. Аммо, франчайзинг нуктаи-назарида, кўпроқ самарадорликка эришиш учун ушбу тизим ҳужжатларнинг керакли рўйхатини ўз ичига олиши керакки, уларнинг кўмагида уни франшизани олувчига дадил бериб юбориш мумкин бўлсин.

**7. Имкониятлар.** Ушбу ўлчам истиқболли сотиб олувчининг, франшизанинг очилиш баҳосини қўшган ҳолда, керакли франшиза учун тўловни амалга ошириш имкониятини акс эттиради.

**8. Сармоянинг қайтарилиши.** Бу ўлчам франчайзингнинг самарадорлиги учун ҳақиқий синовдир. Франшиза бўйича берилаётган бизнес даромадли бўлиши лозим, бошқача бўлиши мумкин эмас! Бундан ташқари, у франчайзинг учун пул тўлагандан сўнг франшизани сотиб олувчиларга салмоқли даромад келтириши лозимки, бу билан улар ўзлари

сафарбар қилган жамғармаларини, шунингдек, вақтларини ва пулларини қопласинлар.

**9. Бозорнинг тамойиллари ав шароитлари.** Қуйидагиларга жавоб олиш керак:

- бозор ўсаяптими?
- келажакда бизнесингизда қандай ўзгаришлар рўй бериши мумкин?
- франшизани сотиб олувчиларнинг буюмлари ва кўрсатаётган хизматлари кейинги йил ларда харидорбоп бўладими?
- бозорда рақобат қай даражада?
- Сизнинг франшизангизни сотиб олувчининг муваффақиятига рақобатчиларнинг таъсири қай даражада бўлиши мумкин?

**10. Капитал.** Гарчи франчайзинг бизнесингизни кенгайтириш учун арзон усул бўлсада, у текин эмас. Франчайзингнинг керакли дастурини ижро этиш учун, франчайзер керакли сармоя ва захираларга эга бўлиши керак. Захираларнинг ўлчами кенгайтириш режасига боғлиқ: режалар қанчалик кенг бўлса, шунча кўп захиралар талаб қилинади. Матбуот, маркетинг аудити ва ходимларга кетадиган харажатларни қўшишни унутманг.

**11. Ҳамкор бўлишга содиқлик.** Муваффақиятли саналадиган франчайзерлар ҳаммадан кўпроқ ўз франшизасини сотиб олувчилари билан узоқ ва ўзаро фойдали муносабат ўрнатишга ҳаракат қиладилар.

Франшизани сотиб олувчилар билан яхши муносабатларга эга бўлганда, франчайзерга франшизаларни сотиш, шунингдек, тизимнинг самардорлигини назорат қилиш ва унга керакли ўзгартиришларни киритиш анча енгил.

**12. Менежментнинг самардорлиги.** Ушбу мезон франчайзернинг ҳар қандай муваффақиятга хизмат қиладиган бошқа мезонлари орасида энг муҳими ҳисобланади. Ҳаммадан кўпроқ бошловчи франчайзерлар омадсизлигининг бош сабаби бўлиб, ходимларнинг етишмовчилиги ёки бўлмаса, менежмент даражасидаги тажрибанинг йўқлиги ҳисобланади. Ҳаммасидан кўпроқ бўладигани эса - янги бошловчи франчайзерларнинг ўзларига бениҳоя кўп масъулият олишга уринишларидир. Холбуки, янги мажбуриятларни бажариш учун франчайзерларда вақт оз қолади ёки умуман қолмайди ва унинг тажрибаси энг кам даражада ёки умуман йўқ бўлган маркетинг, франшизани сотиш, ўқитиш, бўлимларнинг кўп сонини бошқариш каби соҳаларда ўз кўникмаларини намоиш қилиши керак.

Юқоридагилардан келиб чиқиб, франчайзинг сотиб олиш ҳақидаги қарорни ўзингиз қабул қилинг.

## Тармоқли маркетинг

## MLM тарихи

**MLM тарихи** америкалик Карл Ренборг (1887-1973) номи билан чамбарчас боғлиқдир. Унинг амалга ошган ғоялари кўп миллиардли айланмага эга индустрияга айланди.

Ренборг 12 йил давомида Хитойда яшади ва турли Америка компанияларида ишлади. У ўша ерда ишлаб юрган вақтларидаёқ одамнинг тўғри овқатланиши ва унда витаминларнинг ўрни ҳақида ўйлай бошлаган.

20-йиллар ўртасида у кўпчилик чет элликлар каби турмага тушади. Айна шу вақтда у турли диеталарни синаб кўра бошлайди. Чунки турма овқати саломатликни сақлаб қолишга умуман имкон бермас эди. Лекин организм учун керакли элементларни қаердан олиш мумкин?

Масалан, темирни? Карл йўлини топди – биринчи овқатга кўшимча ... занглаган мих бўлган! Уларни Ренборг турма овқатига кўша бошлади. Кейин у кўриқчилардан турли ўтларни келтириб беришни сўрай бошлади... Карл Ренборг ва унга эргашганлар нафақат яшаб қолишди, балки ўз юртларига соғ-саломат қайтишди.

Ренборг 1927 йилда АҚШга қайтиб келади ва турли овқатга кўшимчаларни яратишга киришиб кетади. Уларнинг асоси сифатида турли витаминлар, минераллар, оксил ва бошқа фойдали компонентларга эга бўлган люцернани олади.

Унинг асосида яратилган препаратларни Ренборг ўз танишларига синаб кўриш учун бепул тарқата бошлайди. Ҳеч қандай натижа олинмайди, чунки ҳеч ким уни истеъмол қилиб ҳам кўрмайди. Шунда Карл улар учун пул ола бошлайди, чунки у бепул нарса кадрланмаслигини тушуниб етган эди. Шунда натижалар пайдо бўла бошлайди ва бу натижалар ижобий эди. Фойдали кўшимчалар ҳақидаги гаплар кенг тарқала бошлади (чунки Ренборгнинг танишларининг ҳам кўплаган танишлари бор эди). Янги маҳсулотлар ҳақида ахборот бериш учун Ренборгни учрашувга таклиф қила бошлашди. Ренборг ҳамма талабларни қондира олмас эди. Шунда унинг калласига дохиёна фикр келади.

Ренборг дўстларига танишларига ахборот беришни таклиф қилди ва агар улар маҳсулотни сотиб олишса, уларга комиссия бонуслар беришини айтди. У ўзининг дўстларининг танишларига ҳам пул тўлашни ва улар ҳам ўз танишларини ишга солиб маҳсулотни сотишларига имкон беришга қарор қилди.

Шундай қилиб Тармоқли Маркетинг пайдо бўлди ва 1934 йилда Карл Ренборг "California Vitamins" компаниясин иташкил қилди. Маҳсулотнинг истеъмолчилари унинг тарқатувчиларига (дистрибьюторларига) айланувчи сотув тизими туфайли компания реклама учун бир доллар ҳам сарфламасдан 7 миллион долларлик айланмага эришди.

1939 йилда Карл Ренборг ўз компаниясининг номини "Nutrilite Products" деб ўзгартирди, лекин овқатга кўшимчаларни тарқатиш принципини сақлаб қолди. Унинг ходимлари ўзлари ишга янги одамларни

жалб қилишар, уларга керакли ахборотларни беришар, ўз танишларини жалб қилиш билан ўз бизнесларини қуришни таклиф қилишар эди. Компания ўз дистрибьюторларига нафақат уларнинг ўзлари сотган маҳсулотлардан, балки улар шахсан жалб қилган дистрибьюторнинг сотув ҳажмидан ҳам даромад тўларди.

Шундай қилиб, Ренборг анъанавий бизнес амалиётига “Бир босқичли маркетинг”ни киритди.

МЛМнинг кейинги тарихи "Nutrilite"нинг ходимлари Рич Де Вос ва Джей Ван Энделларнинг номи билан боғлиқ. Улар Ренборгнинг структурасида ўзларининг 10 йиллик муваффақиятли фаолиятларидан кейин 1959 йилда ўзларининг "American Way Corporation", қисқача "AMWAY" деб аталувчи компанияларини ташкил қилишди. Ушбу одамларнинг хизматлари шундан иборатки, улар биринчи бўлиб фақат битта маҳсулот сотиш чегараларидан чиқишди. Улар ўз ассортиментларига овқатга қўшимчалардан ташқари хўжалик молларини ҳам қўшишди.

МЛМ тарихида қийин даврлар ҳам бўлган. 1975-79 йилларда Америкада молиявий пирамидалар билан кураш бошланади ва бу кампания доирасида сал бўлмаса сувга қўшиб болани ҳам ташлаб юборишаёзди. Савдо бўйича Ферерал комиссияда "AMWAY"ни молиявий пирамида деб қоралашга уринувчи амалдорлар топилди. Тўрт йил давомида компаниянинг фаолияти текширилди ва натижада суд тармоқли маркетингни маҳсулотларни тарқатишнинг қонуний йўли деб тан олди.

Федерал ҳокимият ортидан бирнига бир қатор штатлар ҳам тармоқли маркетингни қонуний деб тан олишди.

**Тармоқли маркетинг** ёки MLM бизнес – 20-асрнинг 70-йилларида ушбу иш учун мукофотлаш билан боғлиқ маҳсулотлар ва хизматларни тарқатиш тизимини шу термин билан атай бошлашди.

## **Тармоқли маркетингнинг устунлиги**

Олдин нимадан устун деган саволга жавоб берсак. Албатта, бошқа ҳамма қила оладиган ва легал пул ишлаш усулларидан устун. Потенциал дистрибьюторликка кандидатлар билан суҳбатда унинг оладиган фойдалари ва устунликларини кўрсатиш керак. Қуйида сизга одамларни жалб қилишда ишлатишингиз мумкин бўлган тармоқли маркетингнинг бир нечта устунликларини келтираман.

**Ўзингиз учун қулай бўлган командада ишлаш.** Тармоқли маркетинг компаниясига келган истаган бир киши ўзининг биринчи линиясига ўзи ишлашни истаган одамларни таклиф қилади ва ўзининг структурасини яратади.

**Ҳамма учун бизнес.** Бу ерга истаган бир киши пул учун, мулоқот учун, тан олиниш учун, янги ғоя учун, мотивация учун, ахборот учун, маҳсулотларга чегирма учун, ёлғизликдан ва бир хилликдан қочиш учун, қўллаб-қувватлашлари учун, дўстлар қидириб, ўзини кўрсатиш ва



орзуларини амалга ошириш учун келиши мумкин. Истаган одам: нафақахўр, талаба, бизнесмен, уй бекаси келиши мумкин.

**МЛМни бошқа иш билан бирга олиб бориш имконияти.** Янги киши ҳамма нарсадан воз кечиши керак эмас. Дастлабки босқичда тармоқли маркетинг учун кунига 1-2 соат сарфласа, етади. Структура катта куч билан ўса бошлаганидан ва унга кўп вақт сарфлаш керак бўлган пайтда одамнинг ўзи олдинги ишини ташлаш ёки биргаликда олиб бориш ҳақида қарор қабул қилиши керак бўлади. Амалда кўпчилик бу вазифани қуйидагича ҳал қилишади: агар тармоқдаги иккинчи иш асосий иш жойидаги кўп вақт талаб қиладиган ишдан кўпроқ даромад келтира бошласа, МЛМ асосий фаолият тури бўлади.

**Эркинлик.** Тармоқли компанияда одам ўз фаолиятининг ҳажми, вақти ва жойини ўзи аниқлайди. Унинг ўзи эрталаб 7 ёки 10 да туришни, қачон ва ким билан учрашишни, кун бўйи қанча ишлишни, қачон ва қанчага таътилга кетишни ва бошқаларни ҳал қилади.

**Чегараланмаган молиявий истиқбол.** МЛМда олинадиган даромад дистрибьюторнинг шахсан ўзи ва унинг структураси томонидан амалга оширилган сотиш ҳажмига боғлиқ бўлади.

**Оддийлик.** Тармоқли маркетинг – ҳақиқатан ҳам оддий бизнесдир. Оддий, лекин енгил эмас. Умуман олганда унда бирорта ҳам мураккаб нарсанинг ўзи йўқ – у оддий усулларга асосланган. Велосипедни янгидан яратишнинг кераги йўқ – индустрия 60 йил давомида жуда бой тажриба орттирган. Шунчаки ундан фойдаланишни ўрганиш керак, холос. Бу ерда сиз шу пайтгача шунчаки, бепул қилаётган ишларингиз учун ҳам пул олиш имкониятига эгасиз! Шунчаки одамлар билан мулоқот қилганингиз, янги танишлар орттирганингиз, фойдали ахборотни берганингиз, ақлли китоблар ўқиганингиз, сифатли маҳсулотлардан (яна чегирма билан) фойдаланганингиз, қизиқарли одамлар билан мулоқот қилганингиз учун оласиз.

**Карьерада тез ўсиш ва даромаднинг ошиши темпи.** Оддий компанияда одам карьерасининг яхши ўсиши учун камида 5 йил ўқиши, профессионализми ошиши учун бир неча йиллар давомида ишлаши керак бўлади. Лекин бунда унинг карьерада ва моддий даромадининг ўсиши компаниядаги раҳбарлик ўринларининг сони билан чегараланган бўлади. МЛМда эса ҳатто бир йил давомида нолдан бошлаб, ишлаб ҳам карьерада ва даромадларда юксакликка эришиш имконияти мавжуд. Албатта, ҳамма юлдуз бўла олмайди. МЛМ статистикасига кўра катта муваффақиятга 10% кишиларгина эришишади, лекин тан олиш керакки, бу ҳам катта натижадир. Даромадларнинг ошиши ҳам ҳайратда қолдиради. Структура ақл билан тузилганда, ўқитиш ва мотивация тизими яхши йўлга қўйилганда, сетевикнинг даромади ҳар йили икки баробар ўсиб бориши мумкин! Тармоқли маркетингда ушбу саволни беришни яхши кўришади: қайсиниси яхши – 100 минг долларни ҳозир олганми ёки ҳар кунни иккиланадиган бир центми? Албатта математикани салгина биладиган одам центни маъқул кўради. Чунки у бир йил давомида кўплаган миллионларга айланади!

**Карьерада ўсиш.** Тармоқли маркетингда карьерадаги ўсиш 100% дистрибьюторнинг ўзига боғлиқ бўлади. Карьера бўйича ўсишни фақат сотув ҳажмини ҳисоблаб борадиган ва бошқа нарсага эътибор бермайдиган компьютер амалга оширади. МЛМда таниш-билишлик қилиш ўсиш ёки раҳбарият билан муносабатларингиз ёмон бўлганлиги учун даражангизнинг пасайишининг имконияти йўқ. Карьерадаги муваффақият сизнинг жинсингиз, ёшингиз, маълумотингиз ва олдин нима иш билан шуғулланганингизга боғлиқ эмас. МЛМда 60 ёшдан кейин иш бошлаб ҳам катта муваффақиятларга эришган уй бекаларини учратиш мумкин. Ёш бизнесменлар, олимлар ва психологлар ҳам бор.

**Тезда янги касбни ўрганиб олиш имконияти.** МЛМда бор-йўғи бир-икки йилда профессионал бўлиш мумкин. Бунинг учун ўнлаган фанларни ўрганиш керак эмас. Сиз ўрганишингиз керак бўладиган барча адабиёт кичик ҳажмли бир нечта китобча, журналлар, аудио ва видеодисклар бўлади.

**Шахсий ўсиш.** Муваффақиятга эришишнинг асосий шартларидан биридир. Етакчи бўлиш иорзу қилган сетевик албатта қизиқарли шахс бўлиши керак, бу эса ўзининг турли соҳаларда дунёқараши ва билимларини чуқурлаштиришисиз амалга ошмайдиган жараён дир. Узокни кўра олувчи спонсорлар ўз дистрибьюторларининг ривожланишига кўп вақт ва куч сарфлашади. Кўпчилик компанияларда ўргатувчи семинарлар албатта маданий дам олиш каби ўтказилади. У ердан одамлар фақат ўрганиб эмас, кўп нарсани кўриб, дам ҳам олиб қайтишади. Бундай сафарларга бўлган чиқимлар сотув ҳажмининг ошиши билан қопланиб кетади, янги дистрибьюторлар эса шахс сифатида ўсишлари учун рағбат олишади.

**Бошланғич капиталнинг кичиклиги.** Одатда тармоқли маркетинг компаниясининг дистрибьютори бўлиш учун ўзингиз фойдаланишингиз ҳамда сотиш учун маҳсулот сотиб олиш керак бўлади. Бошланғич капиталнинг баҳоси кўпинча 50-200 доллар атрофида бўлади.

**Молиявий таваккалчиликнинг йўқлиги.** Агар маҳсулотни сота олмасангиз, уни компанияга қайтариш ва тўлаган пулингизни қайтариб олишингиз мумкин – кўпчилик компаниялар шундай ишлайди.

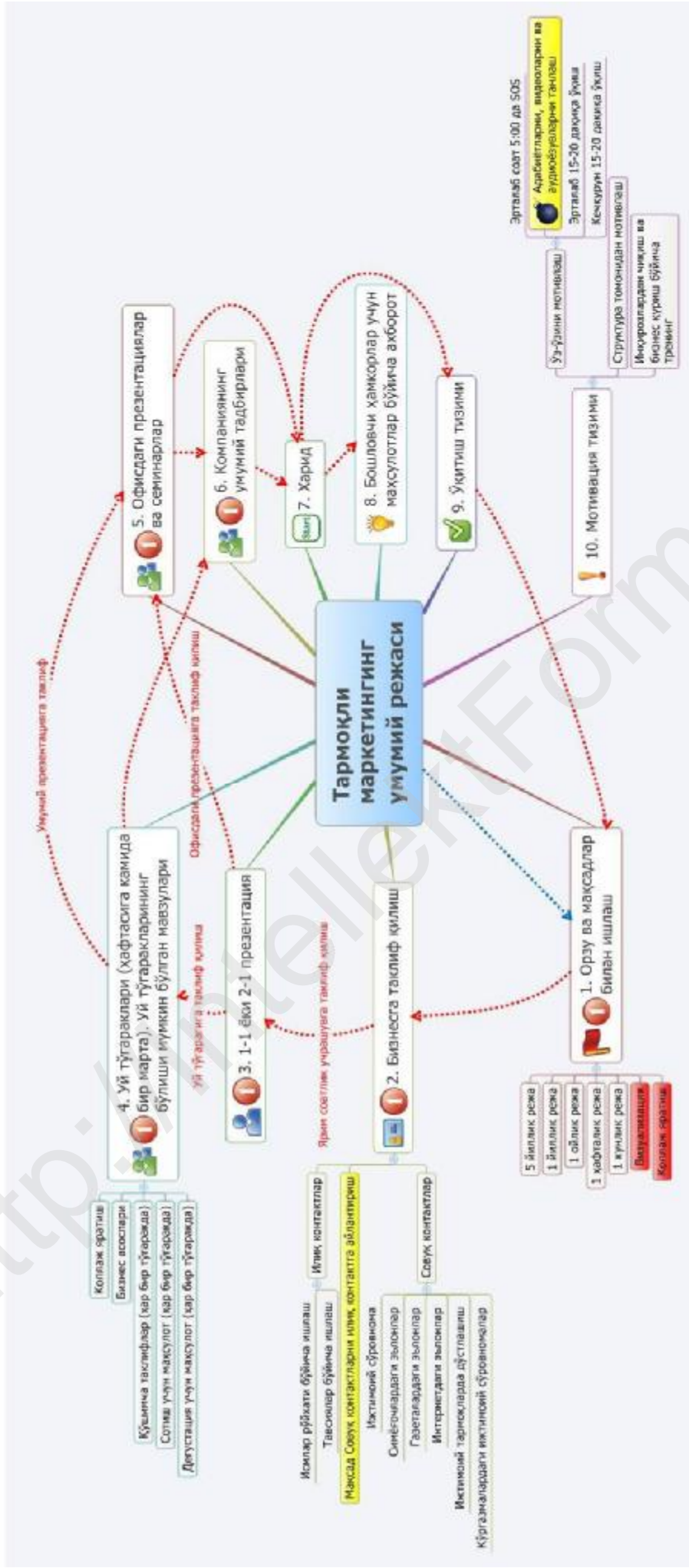
**Яхши ва узок муддатли истиқбол.** Тармоқли маркетинг компаниялари ўта юқори сифатли ва кенг омма орасида талаб юқори бўлган маҳсулотлар билан савдо қилишади ва кризислар уларга энг кам таъсир қилади.

**Бизнеснинг олийжаноблиги.** Ҳар қандай бошқа бизнес – ёлғиз одамларнинг бизнесидир. Унда яшаб қолиш учун рақобатчингиз (ҳатто айрим пайтларда ҳамкорингиз ҳам) сизни оғир аҳволга солиб қўйиши, яширин ва очик зарбалар бериши мумкин, чунки у ерда – бу яшаб қолишнинг асосий усулидир. Ҳар битта сетевик иложи борича кўпроқ одамларга спонсорлик қилишга ва бу билан янги иш жойларини ташкил қилишга ҳаракат қилади. Иккинчидан, сотувнинг ошиши ишлаб чиқаришни рағбатлантиради. Учинчидан, ўзларининг кундалик ҳаётлари ва саломатликларини яхшилашади, юқори сифатли ва фойдали маҳсулотларни олишади.

**Ўз меҳнатингиздан маънавий қониқиш ҳосил қилишнинг юқори даражаси.** Сиз томонингиздан жалб қилинган кишиларнинг эркин, соғлом ва бой бўлишини кузатишдан ҳам кўпроқ хурсандчилик бахш этадиган нарса бўлиши мумкинми? МЛМда ўзларининг муваффақиятлари учун сизга чин дилдан раҳмат айтувчи кўплаган дўстлар топиш имконияти мавжуд.

**Оилавий бизнес.** Қаерда турлича маълумотга ва касбга эга бўлган эр ва хотин ягона мақсад – ўз оилаларининг ишончли молиявий келажагини таъминлаш учун биргаликда ишонч билан ҳаракат қилишлари мумкин? Тармоқли маркетингда бу жуда муҳимдир – чунки бу ҳиссиётлар ва яхши кайфият бизнесидир. Биргаликдаги иш ҳаётга янги маъно беради, бир-бировни яхшироқ тушуниб олишга ёрдам беради, эр-хотиннинг биргаликда шахсий ўсишларига имкон беради.

**Молиявий ва ташкилий масалалар,** бухгалтерия ҳисоби, бошқариш, маълумотларни қайта ишлаш, маҳсулотларни ишлаб чиқариш, сақлаш ва етказиб бериш ва бошқалар – бу компаниянинг вазифаларидир. Тармоқли маркетингдаги биринчи кунингизданок сиз эркин ва мустақилсиз.



http://www.Formula.uz

## **Муваффақиятли сетевикнинг қоидалари**

Тармоқли бизнес – одамлар орасидаги муносабатлар бизнесидир. Яъни бу ерда асосий кадрият ва ҳаракатга келтирувчи куч – бу одамлардир. Шунинг учун тармоқли маркетингга бизнес қуриш мақсадида келган истаган бир одам бошқа одамлар билан ишлашни ўрганиши керак. Бундан муваффақиятга интилаётган сетевикнинг айрим қоидалари келиб чиқади.

### **1-қоида. Сизнинг гапиришингиз.**

Гапирган гапларингизни бир неча марта диктофонга ёзиб олинг ва уни эшитиб кўриб, тегишли ҳулосалар чиқаринг. Паразит сўзлардан қутулишга ҳаракат қилинг. Баланд овозда, аниқ ва ишонч билан гапиринг. Агар жуда тез гапириш сиз учун одат бўлса, ахборотни секинроқ беришга мослашинг. Нотиклик санъати машғулотларига қатнашинг. Ўз профессионализмнингизни ривожлантиринг.

Эсингизда бўлсин, онгимизнинг 7% гапиришга қаратилган.

Ушбу статистикани сиз учун ишлашга мажбурланг!

### **2-қоида. Сизнинг ташқи кўринишингиз.**

Ҳамиша яхши кўрининг. Озода бўлинг. Кийимингиз замонавий бўлиши шарт эмас, классикани кўпроқ афзал билинг. Ҳамма тугмалар ўз жойида бўлсин. Турли рангдаги иплар билан тикилган чоклар кўриниб турмаслиги керак. Оёқ кийимингиз ялтиллаб турсин. Тирноғингизда ярми кўчган лак бўлиши мумкин эмас.

Эсингизда бўлсин, қуйи онгинг 55% ташқи кўринишга қаратилган бўлади. Бу ташқи кўриниш, уй ва шунга ўхшаган нарсалардир. Кийимига қараб қабул қилишади, ақлига қараб кузатишади деган ажойиб гап бор. Сизни яхши кутиб олиш ва ундан ҳам яхшироқ кузатиб қўйишса – бу сизнинг фойдангиз.

Ўзингизнинг ажойиб ташқи кўринишингиз билан охириги фоизгача ютиб олинг!

### **3-қоида. Сизнинг аксессуарларингиз.**

Сиз фойдани кўрсатиш учун ёзадиган ручкангизнинг устидаги ёзувлари ўчиб кетган, қопқоғи чайналган бўлиши мумкин эмас. Қоғоз эса бурчаги йиртиб олинган ва ғижимланган бўлмаслиги керак. Бугунги кунда барча компаниялар ўз материалларини чоп қилдиришади. Компания ҳақидаги проспектлар, маҳсулотлар каталоглари ва маркетинг режаси – буларнинг ҳаммаси иложи борича оригинал бўлиши керак, нусхаланган ва ишқаланавериб тешилган бўлмаслиги керак. Барча аксессуарларингизда компаниянинг логотипи бўлсин. “Бегона” аксессуарлардан – сумкалар, косметичкалар, ручкалар, кундаликлар, ёзув дафтарлари, кепка, футболка ва шунга ўхшаш бошқа компаниянинг логотипи туширилган нарсалардан воз кечинг.

Эсингизда бўлсин, бизнинг қуйи онгимизнинг ёки ассоциатив фикрлашимизнинг 38% бу символлар ва белгилардир. Шунинг учун ўзингиз учун қулай бўлган лекин бошқа компаниянинг логотипи туширилган нарсани

ишлатиш билан суҳбатдошингизнинг эътиборининг учдан бир қисмидан кўпроғини рақобатчиларга қаратган бўласиз.

Бошқаларга имконият бермасликни одат қилинг!

#### **4-қоида. Ўзингизга ишонинг.**

Сиздан ўзингизга ишонч ва муваффақият нур сочиб турсин. Фақат ўзингиз 100% ишонадиган ва бу ҳақда ҳамма нарсани биладиган нарсаларингиз ҳақида гапиринг. Агар сиз бирор мавзуда ҳамма нарсани билмасангиз ёки ишончингиз камроқ бўлса, ушбу мавзунини айланиб ўтинг. Лекин барибир ушбу мавзуда гап очиладиган бўлса, бу ҳақда кам билишингизни ва кейинги учрашувда ёки телефон орқали бунинг жавобини айтишингизни айтинг. Эсингизда бўлсин, ёлгон гапирганингиз ёки нокомпетент эканлигингизни яшираётганингизни бировлар билиб қолганидан кўра, кам билишингизни ўзингиз айтганингиз маъқул.

Муваффақият бу омаднинг келиши эмас, балки бир хил ҳаракатларнинг – кўнғироқлар, учрашувлар, тренинглари ва бошқаларнинг – ҳар куни қайтарилишидир. Вақт ўтиши билан сон сифатга айланади. Учрашувлар сони қанчалик кўп бўлса, сиз ўзингизни кўпроқ ишонч билан тута бошлайсиз ва муваффақиятлироқ бўла борасиз.

Ўз ишингизнинг профессионалигини айланинг!

#### **5-қоида. Ижобий (позитив) бўлинг.**

Тармоқли маркетингда кадрлар оқувчанлиги катта эканлигини ҳамма билади. МЛМга кўп одамлар келади ва кўп одамлар кетади. Нимага? Жавоби жуда оддий – агар одам тармоқли маркетингга келса ва вақт ўтиши билан унинг қадриятлари, приоритетлари ва ҳаётга қарашлари ўзгармаса, у бизнестан кетади. Ўзингизнинг дунёқарашингизни ўзгартирмасдан туриб тармоқли маркетингда муваффақиятга эришиб бўлмайди. Бундан шундай хулоса чиқадики, агар сиз бу ерга муваффақиятга эришиш учун келган бўлсангиз, унда ўлдириб бўлмас оптимистга айланишингиз керак. Битта мана шунинг ўзи сизга ўз мақсадларингизга эришингизда катта имкониятлар яратиб беради.

Идишга ярми бўш деб эмас, ярмигача тўлган деб қаранг!

#### **6-қоида. Ўқиб-ўрганинг.**

**Ҳақиқий сетевик** – бу янги ахборот учун доимо очиқ ва “абдий ўқувчи”дир. Олдинги авлоддаги дистрибьюторлар йўл қўйган умуман керакмас ва ўйланмаган хатоларни яна қайтармаслигингиз учун ўқишингиз керак. Бошқаларнинг хатоларида ўқинг-ўрганинг! Аллақачон яратилган велосипедни қайтадан яратишга уринманг! Одам бирор нарсани ўрганиб олса, унинг ўзига бўлган ишончи ортади! Генри Форд айтгандай “70 ёшида ҳам ўқиётган омаднинг қалби ёш, 20 ёшида ўқишдан тўхтаган одам эса қариядир”.

Абадий ёш бўлинг!

#### **7-қоида. Ҳаракат қилинг.**

Машқ қилмасангиз тез югура олмайсиз. Ёш вақтингизда мактабда югураётганингизда ўзингизни спортчиман деб ўйлайсиз. Лекин стадионга бориб, у ерда машқ қилаётган спортчиларни кўрганингизда “тошбақа”

сизнинг иккинчи исмингиз эканлигини тушуниб етасиз. Тўғрими? Бизнинг бизнесимизда ҳам худди шунақа – фақат ташқи кўриниш ва кўп нарсани билганингиз муваффақиятга олиб келмайди. Эсингизда бўлсин, “Ҳаракатсиз билим – ипсиз камон ўқидир” деган Аз-Замаҳшарий. Билимларингизни амалиётга қўлланг – фақат шугина сизни муваффақиятга олиб боради. Қанчалик кўроқ ва тез-тез ҳаракат қилсангиз, истаган нарсангизга тезроқ етишасиз.

*“Фикрлар ҳаракатга айланганда орзулар ҳақиқатга айланади.” Дмитрий Андреевич Антонов.*

## Ҳомийлик қилиш (спонсорлаш) жараёни

Бизнинг бизнесимизда одамлар қиладиган энг катта хатолардан бири – бу ҳомийлик қилишни бир босқичда амалга оширишга уринишларидир. Аслида ҳомийлик қилиш – бу жараёндир. Сизнинг мақсадингиз кандидатга қарор қабул қилиши учун етарлича ахборот беришдир. Одатдаги сотувдан фарқли равишда тармоқли маркетингда биз мустақил ҳаракатларни амалга оширишга етарлича мотивланган одамларни қидиришимиздир. Бу ҳар битта кандидат ўзининг қизиққанлик даражасини кўрсатадиган танлаш жараёнидир. Бошқача айтганда тармоқли маркетингда биз одамларни “очамиз”.

Ҳомийлик қилиш кетма-кетлиги

### 1-қадам – Квалификацияловчи савол/дастлабки қадам

<input type="checkbox"/> Кандидат қизиқяпти	<input type="checkbox"/> Кандидат қизиқмаяпти →	Уни маҳсулот сотиб олувчига айлантинг
↓		

### 2-қадам – Дастлабки презентация

<input type="checkbox"/> Кандидат қизиқяпти	<input type="checkbox"/> Кандидат қизиқмаяпти →	Уни маҳсулот сотиб олувчига айлантинг
↓		

### 3-қадам – Якуний презентация (Уй тўғараги, офисдаги презентация)

<input type="checkbox"/> Кандидат қизиқяпти	<input type="checkbox"/> Кандидат қўшилишга тайёр	<input type="checkbox"/> Кандидат қизиқмаяпти →	Уни маҳсулот сотиб олувчига айлантинг
↓	↓		

5-қадамга ўтинг

### 4-қадам – Катта тадбир (кандидатнинг 3- ёки 4- кўриши)

<input type="checkbox"/> Кандидат қизиқяпти	<input type="checkbox"/> Кандидат қўшилишга тайёр	<input type="checkbox"/> Кандидат қизиқмаяпти →	Уни маҳсулот сотиб олувчига айлантинг
---	---	---	---------------------------------------



Қўшимча учрашув



### **5-қадам – Харид**

“Бизнесни қандай бошлаш” дастури

Энди эса бутун жараёни схемада кўрсатилгандек қараб чиқамиз. Бу схемада нима тасвирланган?

Биз танийдиган ва учрашадиган ҳар қандай одам кандидат хисобланади. У потенциал дистрибьютор, чакана харидор бўлиши ёки иккаласи ҳам бўлмаслиги мумкин. Жараённинг биринчи қадами потенциал дистрибьюторни ажратиб олишдир. Бу дастлабки қадамда амалга оширилади. Квалификацияловчи саволлар уларнинг қизиқиш даражасини аниқлашга ёрдам беради. Агар улар қизиқишмаса, балки харидор бўлишни исташар. Ҳар қандай ҳолатда ҳам улар кандидатдир. Агар улар қизиқиш билдиришмаса, ҳаётларида нимадир ўзгармагунча улар шундайлигича қолиб кетишади.

Энди сизнинг кандидатлар рўйхатингиз анчага камайди. Бу одамлар иккинчи қадамга – қисқа (30 дақиқалик) дастлабки презентацияга таклиф қилинади. Бу учрашув бирга бир ёки иккига бир (спонсор билан бирга) ўтказилади. Бу қадамда сизнинг мақсадингиз бизнес билан чуқурроқ танишишни исташадими ёки йўқми, шуни аниқлашдан иборат. Кўпчилик буни истайди. Бошқалар бу бизнес улар учун эмас деган қарорга келишади. Бу одамларга ҳам харидор бўлишни таклиф қиласиз.

“Ҳа” ҳам “йўқ” ҳам демаганларни 3- ва 4- қадамлардан ўтказиш керак. Айримлар бизнесга қўшилишади, айримлари харидор бўлишади, бошқалар эса кетишади. Бизга “ҳа” ёки “йўқ” керак. “Бўлиши мумкин” деган нарса билан келиша олмаймиз. Эсингизда бўлсин, биз одамларни ишонтиришга уринмаймиз. Биз уларнинг ўзлари қарор қабул қилишлари учун уларга керакли вақтда керакли ахборотни берамиз.

Шундай қилиб, 2-, 3-, 4-қадамларда кандидатларингизнинг айримлари дистрибьюторларга, айримлари эса харидорларга айланишади. Умуман олганда бу хомийлик қилишнинг тугашини билдиради. Лекин яна битта босқич бор. Биз дистрибьюторларимизнинг етакчиларга айланишини истаймиз. Бу эса ўзини-ўзи ривожлантириш дастури – яъни ўқитиш жараёнида амалга оширилади.

Бирор киши харидорга айланса, бизнинг мақсадимиз уни бизнинг маҳсулотимизни бошқаларникидан афзал кўрадиган харидорга айлантириш бўлади. Бу эса юқори сифатли хизмат кўрсатиш билан амалга оширилади.

Сиз уларнинг маҳсулотлари тамом бўлиб қолмаслиги учун қачон талабнома беришни билдириб туришингиз керак. Доимий равишда улар билан боғланиб, улар маҳсулотни тўғри истеъмол қилаётганликлари билан қизиқинг. Улар маҳсулотдан қониқиш ҳосил қилаётганликларини ўрганинг



ва саволларига жавоб беринг. Сизнинг мақсадингиз – бутун умрлик мижоз орттириш. Ушбу қоникқан мижозлардан бир нечта бизнес қурувчилар чиқиб қолади.

Энди дастлабки жараёнга қайтсак ва уни батафсил кўриб чиқсак.

Биринчи қадам янги дистрибьюторлар учун энг қийинидир. Айримларига ёрдам беришга тўғри келади. Квалификацияловчи саволларни беришни ўрганмагунларича дистрибьюторнинг ёнида бўлинг.

**Янги дистрибьютор кандидатларни квалификациялаш ва уларнинг қўлига материалларни беришни ўрганмагунча бизнес қура олмайди.**

Бу ерда ҳомийлик қилиш жараёнининг сири берилган. Кандидат ҳар сафар презентацияни кўрганида у олдингисидан каттароқ бўлиши керак. Сиз жараённинг асосий нуқталарини тушуниб олишингиз ва ҳомийингиз билан ҳар битта майда-чўйдани ҳам маслаҳатлашиб олишингиз керак.

Кандидат билан биринчи марта учрашаётганингизда учрашув бемалол бўлиши керак. Бу учрашувни кандидатнинг уйида, ўзингизнинг уйингизда ёки бирор кафедра, умуман олганда истаган тинч жойда ўтказишингиз мумкин. Учрашувни уйда ўтказганингиз маъқулроқ. Чунки бунда эр-хотинларнинг иккаласига ёки кандидатингиз ота-оналари билан яшайдиган бўлса уларга ҳам бир вақтда тушунтиришингизнинг имкони бўлади.

Учрашувга борганингизда шароитни ўз қўлингизга олишингиз керак. Ўзингизнинг ҳам уларнинг ҳам вақтини қадрлашингизни айтиб дарҳол ишга ўтишингиз керак. Халақаит бериши мумкин бўлган нарсалар: телевизор, радио, телефон ва бошқаларни ўчириб қўйишни илтимос қилинг. Чунки уларга ҳозир айтадиган нарсаларингиз жуда муҳим ва сизларни ҳеч нарса чалғитмаслиги керак.

Айримлар телефонларини ўчиришади, айримлар эса – йўқ. Лекин ҳар қандай ҳолда ҳам сиз буни сўраганингиз маъқулроқ. Агар презентация вақтида телефон қилиб қолишса ва кандидатлардан бирортаси телефонни олса, у гаплашиб бўлгунича презентацияни тўхтатиб туринг.

Агар уларнинг фақат биттаси презентациянгни кўрса, буни ҳамроҳига етказиб бера олмаганлиги учун ҳам шундай қилишингиз керак. Иккинчидан уларнинг иккаласи учун ҳам биттаси қарор қабул қилса, иккинчиси нима қилади? У эрининг ёки хотинининг асоссиз қароридан оиласини ҳимоя қила бошлайди. У ушбу қарорнинг хатоларини топади, агар хато бўлмаса ўйлаб топади. **Эр-хотиннинг иккаласи ҳам, болаларининг ёнида ота-оналари ҳам презентацияни кўриб, биргаликда қарор қабул қилсаларгина улар бу қарорга амал қилишади.**

Агар сиз эр-хотиннинг фақат биттасига презентация ўтадиган бўлсангиз, ушбу презентацияни иккинчисига ўзи тушунтирмаслигини сўрашингиз керак. Бунда қўшимча учрашув белгиланг ва уларнинг иккаласига бирга презентация ўтинг.

Презентацияни бошлаш учун столнинг бир томонига сиз иккинчи томонига улар сизни кўриб туришлари учун кандидатларни ўтқизасиз.

Шундан кейин презентация қаерда ўтказилаётганидан қатъий назар стандарт тарзда ўтилади.

Дастлабки презентация вақтида иқтисодиётнинг ёмонлиги ва кўпчилик одамлар оғир аҳволда яшаётганлиги ҳақида гапириш керак эмас. Буни қилмаслигининг сабаблари қуйидагилар.

Биринчидан, кўпчилик одамлар биринчи учрашувда ўзларининг аҳволи оғир эканлигини, ишларини ёмон кўришлари, қарзга ботганликларини тан олгилари келмайди ва ўзларини аслидагидан яхшироқ кўрсатишга уринишади. Агар биринчи учрашувда бу мавзунини кўтарсангиз, улар ҳимояга ўтиб олишади ва сиз билан баҳслаша бошлашади. Бу ахборотни кейинги сафар учун сақлаб қўйинг ва бизнеснинг фойдали томонлари ҳақида гапиринг. Бизнес қандай қурилиши ва ўз маҳсулотларингиз ҳақида гапириб беринг.

Иккинчидан, улар иккинчи учрашувда кўпроқ ахборот олишлари керак. Шунинг учун буни биринчи учрашувда айтманг. Дастлабки презентация 30 дан 45 дақиқача давом этиши мумкин. Бундан чўзманг.

Ушбу учрашувда уларга кейинги учрашувларда кўпроқ ахборот олишлари мумкинлиги ва уларга боришлари кераклиги ҳақида очикчасига айтишингиз керак. Бу ерда сиз ўз спонсорингизни промушен қилишингиз керак (Жамол аканинг қандай презентация қилишини кўришингиз керак – у компаниямизнинг ҳақиқий юлдузи!).

Иккинчи презентация биринчисидан каттароқ бўлиши керак. Бунинг учун кандидатларингизни ўз уйингизга ёки офисга таклиф қилишингиз мумкин. Бу тадбирда ҳам олдинги презентация такрорланади, лекин кандидатлар йирикроқ тадбирни кўришади. У кўпроқ вақтни олади, унда кўпроқ ахборотлар берилди ва у кўпроқ байрамона руҳда бўлади – кандидатлар бошқа дистрибьюторларни ҳам кўришади. Бизнес уларга ўзига жалб қилувчи бўлиб кўрина бошлайди.

Кейинги босқичда сиз кандидатларни компаниянинг катта, очик тадбирларига олиб боришингиз керак. Ушбу тадбирда 150-300, айрим ҳолларда ундан ҳам кўп киши қатнашиши мумкин. Бу ерга кандидатингизни олиб боришингиз муҳим воқеа бўлади. Тадбирда одамларнинг сони қанча кўп бўлса, кандидатнинг кўшилиши эҳтимоли шунча ошади. Агар тадбирда 300 кишидан ортиқ бўладиган бўлса, унда қатнашган истаган киши бизнесга кўшилишни истаб қолади.

Бу нарса содир бўлиши учун у олдин жуда бўлмаганда битта презентацияни кўрган бўлиши керак. Тайёр бўлмаган кишини катта тадбирга олиб бориш керак эмас. Улар негатив позицияни эгаллашлари ва бошқа кандидатларга таъсир ўтказа бошлашлари мумкин. Очик учрашувлардан фақат дастур билан танишишнинг 2-, 3- ёки 4-босқичларидагина фойдаланилиши керак.

Албатта, очик учрашувларда презентацияни энг мохир дистрибьюторлар ўтказишади. Улар аллақачон маҳоратнинг чўққисига чиқишган. Бу сизнинг ҳомийлик қилиш жараёнинингизнинг энг муҳим давридир. Кандидат ўсиб бораётган ташкилотни кўради. Албатта, унинг ўзи

билан касбдош одамларини (“Ҳа, бу компьютерчи учун яхши бизнес бўлиши керак”) ёки танишларини (“Зубайдани кўряпсизми? Агар эртароқ бошлаганимда у менинг гуруҳимда бўлиши мумкин эди. Уни таклиф қилишни ўйлаётган эдим”) учратиб қолиши эҳтимоли ҳам ошади.

Ушбу жараёни сиз назорат қиласиз ёки жараён сизни назорат қилади.

Агар сиз айрим қадамлардан сакраб ўтишга уринсангиз, жараён бузилади ва у самарасиз бўла боради. Ўзингизни кандидатнинг ўрнида тасаввур қилиб кўринг. У бу жараёндан қандай ўтади.

Улар танийдиган, ишонадиган одамлардан биттаси улардан кўшимча дармоад олишни исташи тўғрисида сўрайди, улар бўлса бунга қизиқиш билдиришади. Шундан кейин уларга дастлабки материал берилади.

Бу таклиф уларга ишончли туюлади, уларга материаллар ёқиб қолди ва улар кўпроқ маълумот олишни исташади. Лекин улар ҳалиям унчалик ишонқирамаяптилар. Шунинг учун сиз уларга кўпроқ маълумот берасиз ва бунга иложи борица оҳисталик билан ёндашасиз. Улар билан ўз уйларида ёки яқин орадаги бирор кафедра учрашасиз. Сиз уларга буни ярим соат ичида қилиш мумкинлигини айтасиз.

Учрашганингизда қисқача презентация қиласиз ва энг керакли ахборотларнигина берасиз ҳамда бизнеснинг фойдали томонларини алоҳида бўрттириб кўрсатасиз. Улар сизнинг олдингиздан уларнинг ишончини янада мустаҳкамлайдиган янги ахборотлар билан кетишади.

Лекин бундан олдин сиз улар билан кейинги учрашувни келишиб олишингиз керак ва бу учрашувда улар янада кўпроқ ахборот олишлари мумкинлигини айтишингиз керак.

Сизнинг уйингиздаги ёки офисдаги учрашувда улар олти ёки ўнта янги одамларни кўришади. У ерда сиз таклиф қилган бошқа кишиларингиз ва ўз меҳмонлари билан келган ҳомийингиз ҳам бўлишади.

Энди сизнинг кандидатингиз: “Буёғи жуда қизиқ бўла бошляпти” деб ўйлай бошлайди. Спонсорингиз яхшилаб презентация қилиб берганидан кейин улар яна озгина гаплашиш учун қолишади. **Эсда сақланг, энг муҳим учрашув – бу учрашувдан кейинги учрашувдир!**

Агар шунда ҳам кандидатингиз ҳалиям тайёр бўлмаса, уни кейинги катта тадбирда учрашувга таклиф қиласиз. У офисда ёки махсус ижарага олинган жойда ўтказилиши мумкин.

Сиз кандидатни 30 (ёки 300) киши йиғилган учрашувга олиб борасиз. Энди унга бу жуда яхши ғоя бўлиб кўрина бошлайди. У ўзига ўхшаган одамларни кўради. Танишларини учратади. У ушбу одамларни ўз ташкилотда деб тасаввур қилади ва бундан қанча фойда олиши мумкинлигини ўйлай бошлайди.

Агар олдинги босқичлар тўғри ўтказилган бўлса, 90% одамларингиз бундан кейин ҳамкорликка киришади.

Кандидатингиз ишониш мумкин бўлган бирор нарсани қидираётганини тушунишингиз керак. Кўпчилик одамларда ижтимоий уйғунлик ва ҳатто оила туйғуси ҳам йўқдир. Бу уларга етишмайди ва уларнинг ўрнига нимадир қидиришади. Улар ўзларидан катта бўлган ва ишониш мумкин бўлган

нарсани қидиришади. Бир жойга йиғилган 500 та фаол ва бир-бирлари билан муносабатларидан лаззаланаётган одамларни кўриш – бу маст қилувчи таассуротдир ва кўпчилик одамлар дарров уларга қўшилишга тайёр бўлишади. Агар кандидатингиз ушбу босқичда ҳам қўшилишни истамаса, унга қўл силтанг – у бизнинг бизнесимизга тўғри келмайди.

Аслида кўпчилик одамлар дастур билан танишишнинг иккинчи ёки учинчи босқичида қўшилишади ёки кетишади. Агар кандидатингиз дастлабки босқичларда қўшилган бўлса ҳам уни бутун жараён бўйлаб ўтказишингиз керак. Бу унинг қарори тўғри бўлганлигига ишонч ҳосил қилиши учун керак ва унинг энтузиазмини оширади. **Сиз қилишингиз бўлган энг яхши иш – уларга ўзлари олиб келган меҳмонлари олдида презентация қилишига ёрдам бериш ва уларни дистрибьютор сифатида ёздир олишларига имкон беришингиздир.**

Хато қилманг – бизнинг бизнесимиз айнан шундай қурилади: бирга-бир презентациялар сизни уйингиздаги ёки офисдаги учрашувларга бошлайди, улар эса ўз навбатида катта тадбирларга олиб келади.

Сиз ушбу жараёнга амал қилмасангиз турли муаммолар келиб чиқа бошлайди. Агар сиз бирга бир учрашувни ўтказиб юборсангиз, кўпчилик кандидатларингиз уй тўғарақларида умуман кўринмайди. Бунда уларнинг дастлабки саволларга ижобий жавоб берганлари ва келишга ваъда берганларининг аҳамияти йўқ.

Ҳудди бошқа одамларга ўхшаб улар ҳам телевизорда бирор кўрсатув ёки қизиқ фильм бўлаётган бўлса, уни ушбу учрашув учун ўтказиб юборишни исташмайди ва учрашувга боришмайди. Агар улар бирга бир презентацияни кўрсалар ва бу яхши имконият эканлигини тушунсалар, уй тўғарақига албатта боришади.

**Агар сиз уй тўғарақларини ўтказмасангиз ҳам жараён худди шундай хатоликлар бера бошлайди.** Катта тадбирлар кандидатларингиз учун ўз жозибдорлигини йўқотишини кўрасиз. Агар дистрибьюторлар доимий равишда уй тўғарақларини ўтказмасалар, бу уларнинг доимий кандидатлар оқими йўқлиги ва уларнинг уй тўғарақларини ўтказиш учун етарли мотивга эга эмасликларини кўрсатади. Одамлар борган сари камроқ кела бошлайди, учрашувлар сони камаюди ва таназзул бошланади.

Бу нарса сиз билан содир бўлишининг олдини олинг. Бунинг учун сиз иккита шартни бажаришингиз керак:

1. Жараённинг ҳар битта босқичининг охирида ҳамиша кейинги учрашувни белгиланг.
2. Кандидат кўраётган ҳар битта презентация олдингисидан каттарок бўлсин.

Ушбу қоидаларга амал қилсангиз, жуда кўплаган ижобий натижаларга эришасиз. Агар сиз доимий равишда ҳафтасига 3-5 та бирга бир презентациялар ўтказсангиз ва улар уй тўғарақларига олиб борадиган бўлса, тез орада бойиб кетасиз!

Энди эса кандидатларни қандай топишни кўриб чиқамиз.

# 1. ОРЗУ ВА МАҚСАДЛАР БИЛАН ИШЛАШ

Ҳамма нарса орзудан бошланади. Буни яхши тушунасизми?

Кўпчилик одамларнинг орзуси йўқ – чунки орзу пул туради.

Бой одам камбағалдан нимаси билан фарқ қилади? – Орзусининг катталиги билан. Бой одамнинг орзулари катта ва камбағалнинг орзулари кичик бўлади. Шундай экан, сиз бой бўлмоқчи бўлсангиз, энг аввало орзуингизнинг ўлчамини катталаштиришингиз керак.

Сиз ўзингизга “Мен буни ўзимга рухсат бера олмайман” га ўхшаган гапларни айтишга рухсат бермаслигингиз керак. Бунинг ўрнига сиз “Буни қандай қилиб ўзимга рухсат берсам экан?” га алмаштиринг.

Ниманидир ўзингизга рухсат бера олишингизни аниқлашингиз янада каттароқ орзуга эга бўлишингизга олиб келади.

Сизнинг орзуингизни ўлдириши мумкин бўлган одамлардан қочинг. Айрим одамлар сизга:

“Сен буни қила олмайсан”, “Бу жуда хавфли, қанча одамлар муваффақиятсизликка учраган”, “Аҳмоқ бўлма, бу нарсани қаердан олдинг?”, “Мен текшириб кўрганман – бу иш бермайди” каби гапларни айтишади.

Бошқаларнинг орзуларини ўлдирувчи кишилар – бу ўзларининг орзуларидан кўнгиллари қолган, уларни аллақачон ўлдириб бўлган кишилардир.

Бой одамлар учун пулсизлик – бу вақтинчалик ҳолатдир.

Ҳеч қачон ушбу вақтинча молиявий муаммога сизнинг орзуингиз ўлчамини кичиклаштиришга имкон берманг.

Вақтинча синишингиз, бир умр камбағалликка олиб келади. Кўпчилик одамлар ўз орзуларидан кўнгиллари қолгани учун камбағалдирлар.

Орзумандларнинг беш тури.

1. Ўтмишда яшовчи орзумандлар. – жуда кўпчилик одамларнинг ҳаётдаги энг катта эришганлари ўтмишда қолган. Одатда, булар ўтмиш билан яшайдиган футбол экс-юлдузлари, кино юлдузларидир. Уларнинг энг яхши кунлари ўтмишда қолган. Бу одамларнинг жуда катта қисмидир. Ўтмишда орзу қиладиган одамлар – ҳаёти тугаган одамлардир. Улар ҳаётга қайтишлари учун орзуни келажакда яратишлари керак.

2. Жуда кичик орзуга эга бўлган орзумандлар. – Бу типдаги орзумандлар фақат кичикина нарсаларни орзу қилишади ва унга эришишларига аниқ амин бўлишни исташади. Бу ерда муаммо шундаки, улар орзуга эришишлари мумкинлигини билишади, лекин унга эришишмайди. Бундай одамлар сиз ўйлаганингиздан ҳам кўпроқни ташкил қилади. Улар одатда: Биласизми, мен буни бир йил олдин қилишим керак эди, лекин кейин бунга умуман қайтмаганман дейишади ва буни қилмаганликлари учун ўзларини оқловчи баҳоналар топишади. Бу орзумандлар жуда хавфлидирлар. Улар худди тошбақаларга ўхшаб, ўзларининг уяларига яшириниб олганларича яшайдилар. Агар сиз уларнинг зирҳини тешиб ўтиб унга уларга ниш

санчсангиз, улар бунга жавобан сизни кучли чақиб олишлари мумкин. Кўпчилик ҳолатларда улар ҳеч нимага интилишмайди ва уларга шундоғам яхши.

3. Орзуларига аллақачон эришган ва янги орзуларга эга бўлмаган орзумандлар. – Бундан йигирма йил олдин мен инженер бўлишни орзу қилгандим ва бу орзуим ушалди ҳам. Лекин ҳозирда бу менинг жонимга теккан. Орзуимга эришдим, лекин ниманидир кўлдан чиқарганга ўхшайман. Зерикиш – бу янги орзу учун вақт келганини билдирувчи белгидир.

4. Катта орзуси бору, лекин уни амалга ошириш бўйича режаси йўқ орзумандлар ҳеч нарсага эришишмайди. – Одатда, бундай одамлар: “Мен янги саҳифани очяпман” ёки “Мен ... учун кўпроқ ишлишга тайёрланяпман” ёки “Менинг кўникмаларим керак бўладиган битта компания ҳақида эшитиб қолдим. Бу мен учун омад келтириши мумкин” – дейишади. Бундай одамлар орзу қилишда давом этишлари, ушбу орзуларини амалга оширишга ёрдам берадиган режани ва жамоани қидиришлари керак.

5. Катта орзуларга эга бўлган ва яна каттароқ нарсани орзу қилувчи орзумандлар. – Ўйлашимча жуда кўпчилик айнан мана шу категориядаги одам бўлишни истаган бўлар эди. Жуда бўлмаганда мен ўзим шундай бўлишни истайман. Бизнинг бизнесимиз катта орзу қилишни ва унга эришишни рағбатлантиради. Анъанавий бизнесда эса, одатда, одамлар орзу қилишлари рағбатлантирилмайди ва бунга қаршилик қилинади.

Мен кўпчилик ҳолларда бошқаларнинг орзуларини ўлдирадиган одамларга дуч келаман. Буни билиб қўйинг ва, одатда, сизнинг орзуларингизни ўғирлайдиган бу одамлар айнан сизнинг яқинларингиз бўлади. Ўз орзуингизни ҳимоя қилишингиз, у учун курашингиз керак бўлади.

#### **Уйга вазифа.**

1. Орзулар китобини яратинг. Коллаж.

2. Бир варақ қоғоз олинг ва уни 3 га ажратинг. Биринчи қисмида 50 та орзуингизни, иккинчи қисмида бунинг қанча туришини, учинчи қисмида эса унга эришиш муддатини ёзинг.

3. Ушбу бизнесни бошлашингиз учун асос бўлган 10 та сабабни ёзинг.

4. Йўққа нисбатан муносабатингизни ўзгартиринг.

Мақсад орзудан нимаси билан фарқ қилади? Агар сизнинг мақсадларингиз бўлса, бу аниқ кўриниб туради.

## **Режалаштириш – тайм-менежментнинг ташкил қилувчиларидан бири**

Нимага биз режалаштириш ҳақида муваффақиятнинг ташкил қилувчиларидан бири сифатида гапиряпмиз? Чунки вақт – бу ҳаётдир, вақтни йўқотиш эса – ҳаётни йўқотиш билан баробардир. Эсда сақланг, вақт дефицити мавжуд эмас. Агар биз ундан самарали фойдалансак, катта

муваффақиятга эришиш, ҳақиқатан ҳам қилишни истаган нарсамизга эришиш учун вақтимиз етарли бўлади.

Ҳаётдаги ёки бизнесдаги муваффақиятни ҳам режалаштириш мумкин. Лекин аввало ўзингиздан сўрашингиз керак: қандай чўққига эришмоқчисиз ва қанча вақтда?

Тармоқли маркетингда тинмасдан ҳаракат қилиб ётган ва бунда ҳеч нимага эришмаётган одамлар жуда кўпчилиқни ташкил қилади. Бу нарса бу одамлар ушбу натижаларни олиш учун нималар қилиш кераклигини аниқ белгилаб олмаганликларидан келиб чиқади. Бунинг натижаси эса – бизнесга бўлган ишончнинг йўқолиши бўлади.

МЛМ бизнесда бириллиант директор даражасига бир йилда чиқиш мумкин. Бунинг учун нима қилиш керак? Ўн иккинчи ой охирида олишингиз керак бўлган мукофот пулининг қийматини аниқланг. Ушбу даромадни олиш учун қанча маҳсулот сотиш кераклигини аниқланг.

Кейинги қадам – бўлғуси етакчилар сонини аниқланг. Одатда, бу 4-6 киши бўлади. Сиз истаган даромадни сотув ҳажми ва етакчилар сони нуқтаи назаридан аниқлаганингиздан кейин бир йиллик вазифангизни бажаришда биринчи қадам бўладиган биринчи 30 кун учун режалаштиришга ўтишингиз керак.

Режалаштиришнинг асосий ташкил қилувчилари:

1. Ўзингизнинг кундалигингизда компания томонидан ва сизнинг устингиздаги спонсорлик линияси томонидан ўтказиладиган барча тадбирлар рўйхатини тузинг.

2. Мустақил билим олиш. Агар етакчи бўлмоқчи бўлсангиз, ўзингиз ўқинг ва одамларингизни ўқитинг.

3. Гуруҳ билан ишлаш, етакчиларингиз билан учрашиш.

4. Компания менежменти томонидан тавсия қилингандек янгилар билан шахсий учрашувлар.

5. Телефон кўнғироқлари. Эрталабки ва кечқурунги беш дақиқаликлар, учрашувлар тайинлаш.

6. Офисда учрашувлар – дистрибьюторлар ва янгилар билан офисда ишлаш вақтлари.

7. Контактлар сони. Муваффақиятга эришган спонсорлар ойига 100 контактни тавсия қилишади. Шундагина сиз бизнесингизга мижозлар ва ҳамкорлар топа оласиз.

30 кунлик режани тузиб олганингиздан кейин ҳафталик ва кундалиқ режангизни батафсил режалаштиришга киришинг. Ҳамма ишларингизни режалаштиринг ва уларни муҳимлик даражаси бўйича ёзиб чиқинг.

Албатта ҳар бир ишни қилиш учун кетадиган вақтни ҳисобланг. Ҳар куни эрталаб 10-15 дақиқани кундалиқ режани аниқлаштиришга ва кечқурун – ўтган куннинг таҳлилига ажратинг. Бу ерда ўз-ўзингизни назорат қилишингиз ва шу билан биргаликда спонсорингиз томонидан назорат остида бўлишингиз муҳим.

Ҳозирги 30 кунга режа тузганингиздан кейин кейинги ой учун қоралама режа тузинг. Бу сизнинг кейинги қадамингиз қандай бўлишини билишингиз учун керак.

6 ойдан кейин назорат текширувини ўтказиш керак. Сизнинг қўлингизда 12 ойлик режа турса, мақсадингизга қандай бориш йўлини яққол кўрасиз.

Энди эса ҳаракат қилишга ўтамиз, чунки бирорта ҳам режа бизнинг иштирокимизсиз, мустақил ишлай олмайди. Бу бизнесга келган ҳар бир киши ўзида катта мевали дарахт бўлиб ўсиш дастурига эга уруғни олади. Ундан боғ ёки улкан ўрмон ўстира олишимиз фақат ўзимизга боғлиқ.

Агар муваффақиятга эришмоқчи бўлсангиз, ўзингиздан бошланг. Шахсий муваффақият режасини ишлаб чиқинг. Чунки одам ўзини бошқаришни ўрганмаса, ҳеч қачон бошқаларни бошқара олмайди. Ўзингизнинг таклиф қилган кишиларингизга муваффақият режасини тузишга ёрдам беринг ва уларга ўзларининг одамларига ушбу режани тузишни ўргатишни ўргатинг. Уларга ўз билимларингизни улашинг, қалбингиз кўрини беринг, шундагина сизнинг боғингиз мева бера бошлайди. Шундай қилиб, ОЛГА!!!

## Тармоқли маркетингда режалаштириш

Агар сиз тармоқли маркетинг компаниясида муваффақиятли ишлашни истасангиз, энг аввало ўз вақтингиздан максимал фойда оладиган тарзда фойдаланишингиз керак. Бунинг асоси эса – аниқ қўйилган мақсадлар, кунлик, ҳафталик ва ойлик режалардир. Ишни мақсадларни аниқлашдан бошланг: жадвалларни тўлдиринг.

### ПРОФЕССИОНАЛ МАҚСАДЛАР РЎЙХАТИ

... дан кейин	Оладиган даромадим
30 кун	
90 кун	
6 ой	
1 йил	
3 йил	
5 йил	
... дан кейин	Квалификациясига эга бўламан

### ШАХСИЙ МАҚСАДЛАР РЎЙХАТИ



Яқин 10 йил давомида нима билан шуғулланишни истар эдингиз? Нималарга эришишни хоҳлайсиз? Булар ҳақида ўйлаб кўринг ва ёзинг. Ҳар битта мақсаднинг тўғрисига унга эришиш вақтини ёзинг. 1, 3, 5, 10 йилни танланг. Ушбу йил учун ва ой учун энг муҳим мақсадларни аниқланг.

Фаолият соҳаси	Мақсадлар	Муддат
1. Оила		
2. Шахсий ривожланиш		
3. Даромадлар		
4. Эришадиганларим		
5. Хобби		
6. Дам олиш		
7. Саёҳатлар		

Режанинг амалга ошишини албатта кузатиб боринг ва амалга ошган мақсадларнинг устидан чизинг.

#### БИР ОЙЛИК ИШ РЕЖАГА МИСОЛ

ДУ.	Тармоқдаги дистрибьюторлар билан учрашув	Бир кунлик режа бўйича	Бир кунлик режа бўйича	Бир кунлик режа бўйича
СЕ.	18.00 - презентация, Ишни нимадан бошлаш керак мавзусида ўқиш.	18.00 - Тармоқдаги дистрибьюторлар билан учрашув	18.00 - презентация.	18.00 - презентация, телефонда конференция
ЧО.	Бир кунлик режа бўйича	Бир кунлик режа бўйича	Тармоқдаги дистрибьюторлар билан учрашув	Бир кунлик режа бўйича
ПА.	18.00 - презентация. Мижозлар куни.	18.00 - презентация.	18.00 - презентация.	18.00 - Тармоқдаги дистрибьюторлар билан учрашув
ЖУ.	Бир кунлик режа бўйича	Бир кунлик режа бўйича	Бир кунлик режа бўйича	Бир кунлик режа бўйича

ША.	Бошловчи дистрибьюторлар учун семинар-тренинг	Бошловчи дистрибьюторлар учун семинар-тренинг	Бошловчи дистрибьюторлар учун семинар-тренинг	Дам олиш куни
Я.	Бошловчи дистрибьюторлар учун семинар-тренинг	Дам олиш куни	Бир кунлик режа бўйича	Дам олиш куни

### БИР КУНЛИК ИШ РЕЖА

Тармоқли маркетингда ишлашнинг жуда кўплаган устунликларидан бири – бу ўз иш кунингизни режалаштиришингиз мумкинлигидир. Масалан, сизнинг бир кунлик иш режангиз қуйидагича бўлиши мумкин:

Кун тартиби	Изоҳ
9.00 – Телефонда ишлаш	
10.00 – Янги одамлар билан учрашиш (совуқ контактлар)	
11.00 – Учрашув ўтказиш	
12.00 - Учрашув ўтказиш	
13.00 - Учрашув ўтказиш	
14.00- Тушлик	
15.00 - Янги одамлар билан учрашиш (совуқ контактлар)	
16.00 – Махсулот сотиш	
17.00 - Янги одамлар билан учрашиш	
<b>Қўнғироқ қилиш керак:</b>	
Спонсорингизга	
Дистрибьюторларингизга	
Танишларингизга	
Мижозларингизга	
“Совуқ” контактларга	
Қариндошларингизга	
Газетадаги ва бошқа эълонлар бўйича	
Бошқа қўнғироқлар	
<b>УЧРАШИШ КЕРАК:</b>	
<b>МУҲИМ:</b>	

20 та кўнғироқ қилиш	
Маҳсулот ҳақида айтиш (Ф.И.О.).	
Китобни ўқиш	
Янгиларни тренинга олиб бориш	
Конспект қилиш:	
Маҳсулот сотиш (Ф.И.О.).	
(Ф.И.О.) билан телефонда конференция қилиш.	
Коллаж қилиш.	
Туғилган куни билан табриклаш (Ф.И.О.).	

### НАТИЖАЛАРНИ НАЗОРАТ ҚИЛИШ

Аниқ мақсадлар ва иш режаларини ишлаб чиқиш – бу ҳали ишнинг ярми ҳолос. Ишнинг иккинчи ярми эса унга амал қилишдир. Бунинг учун ҳар куни ўзингиз қилган ишларингизни белгилаб бориш керак. Шунда сиз ўз ишингизни баҳолашингиз, унинг самарадорлигини оширишингиз ва кейинчалик йўл қўйган хатоларингизни тўғрилашингиз мумкин бўлади. Ҳар кун белгилаб боринг:

Амалга оширилган кўнғироқлар сони	ДУ	СЕ	ЧО	ПА	ЖУ	ША	Я.
Тайинланган учрашувлар сони							
Амалга оширилган учрашувлар сони							
Тавсиялар сони							
Янги дистрибьюторлар сони							
Ўйлаётганлар сони							
Рад этганлар сони							
Янги мижозлар сони							
Қайта мижозлар сони							
Кунлик режанинг бажарилган пунктлари сони							
Кунлик режанинг бажарилмаган пунктлари сони							

## 2. БИЗНЕСГА ТАКЛИФ ҚИЛИШ

### Иш методлари

#### 1. Тавсиялар

Танишларингизнинг танишлари. Улар ҳеч қачон тамом бўлмайдди. Тавсияни ҳаммадан сўраш керак, фақат сизнинг таклифингизга рози бўлганлардангина эмас.

## 2. Кўчадаги эълонлар.

Бу эълонларни рухсат берилган ҳар қандай жойга илиш керак.

## 3. Варақалар

Сизнинг бизнесингизни ёки компаниянгиз маҳсулотни реклама қилувчи варақа тайёрланг. Ушбу варақада албатта контакт телефони ёки презентация вақти ва адреси кўрсатилади ва кўчага чиқасиз. Натижа олиш учун 1000 тадан кам бўлмаган сонда варақа тарқатиш керак. 5000 та варақа тарқатмагунингизча текстни иложи борица ўзгартирманг. Бу статистикани аниқроқ юритиш учун керак.

## 4. Интернет

Иш ҳақида эълонлар бериш, ўзингизнинг сайтингизда ишлаш, форумларда танишиш ва кейин ўз таклифингизни беришингиз мумкин.

## 5. Стендлар

Одам гавжум жойда йиғма столни ёясиз, унинг устда маҳсулотингизнинг бир нечта бўш бангалари, мавзуга оид брошюраларни (брошюра, варақа, аннотациялар) қўясиз. Қизиққан кишиларга консультация, учрашув, дисконт таклиф қиласиз ва контактларини оласиз.

## 6. Кўргазмалар

Компаниянгизнинг фаолиятига яқин бўлган мавзудаги кўргазмаларда иштирок этасиз. Йиғма столнинг устига маҳсулотингизнинг бир нечта бўш бангалари, мавзуга оид брошюраларни (брошюра, варақа, аннотациялар) қўясиз. Қизиққан кишиларга консультация, учрашув, дисконт таклиф қиласиз ва контактларини оласиз.

## 7. Табличка

Одам гавжум жойда “ИШ БОР!” деб ёзилган табличка билан турасиз. Қизиққан кишиларга учрашув таклиф қиласиз ва контакт телефонини оласиз.

## 8. Танишлар рўйхати

Танишлар рўйхати бўйича кўнғироқлар қиласиз ва бу рўйхатни доимо тўлдириб борасиз.

## 9. Ахборот пакетлари

Бу керакли ахборотлар жамланган дисклар ёки адабиётлар бўлиши мумкин. Уларни одамларга 24 соатга берасиз. Қайтиб олаётганингизда эса “Раҳмат, керак эмас” ёки “Қизиқ нарса экан...” деган жавобни оласиз.

## 10. Кўчадаги ижтимоий сўровномалар.

Кичикроқ анкета тузасиз, қоғозга чиқарасиз ва кўчага чиқасиз. Мақсад: маълум сондаги одамларнинг телефон рақамларини олиш. Бу усул билан битта ўзингиз эмас, яхшиси спонсорингиз ёки дистрибьюторингиз билан бирга ишлаганингиз маъқул. Кейин ушбу номерларга телефон қиласиз ва учрашувга таклиф қиласиз.

## 11. Уйлардаги ижтимоий сўровномалар

Кичикроқ анкета тузасиз, қоғозга чиқарасиз ва уйларга кириб-чиқасиз. Мақсад: маълум сондаги одамларнинг телефон рақамларини олиш. Бу усул билан битта ўзингиз эмас, яхшиси спонсорингиз ёки дистрибьюторингиз билан бирга ишлаганингиз маъқул. Кейин ушбу номерларга телефон қиласиз ва учрашувга таклиф қиласиз.

## 12. Газеталар

Газетада эълон бериш учун реклама тексти ва контакт телефони керак бўлади. Яхшиси номер мобил телефон эмас, шаҳар телефониники бўлгани маъқул. Эълоннинг тахминий текстини истаган бир газетадан олишингиз мумкин.

## 13. Кўчадаги танишувлар (Актив контактлар)

Бу танишлар рўйхатини тўлдиришнинг энг оддий ва шу билан биргаликда энг мураккаб усулидир. Бу ерда “чўзилган кўл” принципи қўлланилади. Яъни сиз кўлингиз етадиган ҳар қандай одам билан суҳбатлаша бошлашингиз керак бўлади. Улар истаган одам бўлиши мумкин. Бу усулнинг энг яхши мисоли сифатида эркакларнинг аёллар билан танишишини келтириш мумкин. Бу усулда ҳам худди шу мақсад қўйилади: ўзингизга кизиқтириш ва контактларни алмашлаш. Фақат кейингина бизнесга кизиқтириш. Бунда сиз ушбу одамнинг эътиборини ўзингизга тортиш учун бир нечта гаплар тузиб қўйишингиз керак бўлади. Масалан: “Кечирасиз. Шаҳар истироҳат боғига қандай борса бўлади?”.

## 14. Телемаркетинг

Телефонда ишлаш. Исталган бир рақамни теринг ва гаплашишни бошланг. Фақат олдинига бунга сабаб топиб қўйинг. Масалан, аҳоли орасида анкета саволномаси ўтказиш.

# Танишлар рўйхати

Спонсорингиз билан биргаликда камида 100 кишидан иборат танишлар рўйхатини тузасизлар.

№	ФИО	Таъсир доираси	Маълумоти	Изоҳ
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

Спонсорингиз сизни танишларингизни у билан учраштиришингиз учун қандай таклиф қилишингиз кераклигини ўргатади ва ҳатто бу амалда қандай бўлишини кўрсатиш учун бир нечта таклифни ўзи қилиб кўрсатади. Энди эса танишларингизга кўнғироқ қилиб, уларни презентацияга таклиф қилиш навбати сизники. Бу вақтда спонсорингиз сизнинг ёнингизда бўлади. Бу босқичда сиз қандай қилиб учрашувга таклиф қилишни ўрганишингиз керак. Сиз буни қанчалик тез ўзлаштириб олсангиз, учрашувга келадиганлар сони ҳам шунча кўп бўлади.

Шу учрашувнинг ўзида спонсорингиз таклиф қилган одамларингизга спонсорингизни қандай қилиб промоушн қилишингиз кераклиги ва бу ушбу бизнесда қанчалик зарур эканлигини ўргатади. Шундан кейин у сиз

фаолиятингизни бошлаш вақтида ўқиб чиқишингиз керак бўлган бир нечта китобларни тавсия қилади. Сиз таклиф қилган кишиларингизни спонсорингиз билан учраштиришни келишиб олганингиздан кейин уйингизга қайтасиз ва танишларингиз рўйхатидагиларга кўнғироқ қилишда давом этасиз.

Кечқурун спонсорингизга телефон қиласиз ва учрашувлар вақтини яна бир марта аниқлаб оласиз.

Кейинги куни ўзингизнинг энг яхши кийимларингизни киясиз ва учрашув жойига белгиланганидан ярим соат олдин келасиз. Сиз таклиф қилинган кишини кутиб оласиз, уни спонсорингиз билан таништирасиз, спонсорингизга кеча ўргатилгандай промоушн қиласиз ва уни спонсорингизнинг қўлига топширасиз. Сиз таклиф қилинган кишининг ёнига ўтирасиз, қўлингизга дафтар ва ручкани олиб, айтилган гапларнинг ҳаммасини ёзиб борасиз. Спонсорингиз нима қилаётгани ва нималар деётганини диққат билан кузатинг. Амалда кўрсатилган исталган бир майда деталь назарий жиҳатдан ўрганилган тоғдай келадиган материалга тенг бўлиши мумкин.

Таклиф қилинган кишини кузатиб қўйганингиздан кейин спонсорингиз билан учрашув натижаларини муҳокама қилишингиз керак. Ҳар сафар қилинган ишни таҳлил қилиш, қандай хатоларга ва нимага йўл қўйилганлигини аниқлаш, энг асосийси кейинги сафар уларни қандай тўғрилаш мумкинлигини таҳлил қилиш сизнинг асосий қондангиз бўлаши керак.

Шундай қилиб яна битта иш куни ўтади. Бу бизнес унчалик мураккаб эмас, лекин ҳар куни шу оддий амалларни қайтариш керак: таклиф қилиш, учрашиш, ўқитиш.

#### **Оддий қондалар:**

а) Ҳар кунингизни спонсорингизга телефон қилишдан бошланг ва тугатинг.

б) Спонсорингиз нималар қилаётганлигини ва айтаётганлигини диққат билан кузатинг ва ҳаммасини ёзиб боринг.

в) Ҳар кун компаниянги маҳсулотни истеъмол қилинг.

г) Тармоқли маркетинг бўйича китобларни ўқинг.

д) Кундалик дафтар тутинг ва ҳар битта кунингизни режалаштиринг.

е) Доимий равишда танишлар рўйхатини тўлдириб боринг. Ҳар куни учрашувлар ўтказинг.

ж) Қилинган ишни таҳлил қилинг.

#### **Танишларингиз рўйхатини қандай қилиб 500 кишигача кенгайтириш мумкин**

500 кишидан иборат рўйхат тузиш учун ўзингизнинг бутун тарихингизни эслашингиз керак бўлади. Яхшиси рўйхат тузишда расмлар альбоми, телефон контактлари, визит карточкаларидан фойдаланганингиз маъқул. Танишларингиз рўйхатини қуйида келтирилган гуруҳларга ажратиб олишингиз, уни тузишингизни осонлаштиради:

- Оила аъзолари
  - Қариндошлар
  - Синфдошлар
  - Курсдошлар
  - Касбдошлар
  - Бошқа давлат ёки вилоятлардаги танишлар
  - Улфатлар
  - Умумий танишлар (бу гуруҳга олдинги гуруҳларга кирмаган ҳамма танишларингизни киратсиз.

Ушбу одамларнинг айримлари сиз билан ҳамкорлик қилишади, айримлари фақат маҳсулотни истеъмол қилишади, бошқалари бўлса – рад жавобини беришади. Лекин шунга қарамасдан барча танишларингизни рўйхатга киритишингиз керак.

**Танишлар рўйхатини кенгайтириш учун қуйидагиларни қилишингиз керак:**

- “Совуқ” (нотаниш одамлар билан) контактлар қилишингиз.
- Сизга рад жавобини берган одамлардан тавсиялар олиш.
- Ўз мижозларингиздан тавсиялар олиш.
- Интернетда, газета, радио, телевидениеда эълонлар бериш.
- Эълон берувчи кишиларга кўнғироқ қилиш.
- Имкони бор ҳар қандай жойда янги одамлар билан танишиш.

Дистрибьютор касби – бу янги контактлар ўрнатиш ва танишлар рўйхатини кенгайтириш касбидир. Сиз буни қанча тезроқ қилишни бошласангиз, сизнинг дистрибьюторлик тармоғингиз шунчалик тезроқ кенгая бошлайди.

## **Телефонда таклиф қилиш**

Сиз потенциал дистрибьюторлар ёки мижозлар рўйхатини тузиб чиқдингиз ва кўнғироқ қилишга киришмоқчисиз. Лекин олдинга сиз суҳбатингиз сценарийини яхшилаб ўйлаб олишингиз, ундан ҳам яхшиси уни ёзиб олишингиз керак.

Сизнинг бизнесдаги муваффақиятингиз телефондаги суҳбатингизга боғлиқ бўлади, шунинг учун бунга ўта жиддий ёндашишингиз керак. Сиз ўз гапларингизни диққат билан тайёрлашингиз, суҳбатдошингиз бериши мумкин бўлган саволлар вариантларини олдиндан билишингиз ва уларга жавоблар тайёрлаб қўйишингиз керак. Яхшиси иккита сценарий тайёрлаб қўйинг: биттаси дўстларингиз ва яқинларингиз билан, иккинчиси таниш бўлмаган кишилар билан суҳбатлашиш учун.

Телефонда сўзлашишда суҳбатни олиб боришингизни енгиллаштирувчи қуйидаги қоидаларга амал қилишингиз ҳам жуда муҳим.

1-ҚОИДА. Энг аввало суҳбатдошингиздан у ҳозир гаплаша олиш-олмаслиги ҳақида сўранг.

Умуман олганда буни қилиш ҳатто сиз иш бўйича кўнғироқ қилмаётганингизда ҳам фойдалидир. Ўзингиз ҳеч қачон ваннадалигингизда, ҳаммаёғингиз совунланган, елвизакда туриб дўстингизнинг қувнок оҳангдаги: “Салом. Мен сенга ҳозир шундай зўр нарсани айтаманки, ўзингдан кетиб қоласан!” деганини эшитмаганмисиз? Ўз-ўзидан маълумки бундай ҳолатда унинг сизга нима демоқчилигига тупурасиз. Сиз учун кўнғироқ қилаётган кишингиз сизни эшитишга тайёр бўлиши жуда муҳимдир. Шундай экан унинг эшитишга вақти бор-йўқлигини албатта сўранг.

2-ҚОИДА. Сизга телефон ўзингиздаги барча ахборотни айтиш учун эмас, балки унга қисқа ахборот бериш, уни қизиқтириш ва учрашишга келишиб олиш учун керак.

Телефонда гаплашаётиб суҳбатдошингизга тўлиқ маънода таъсир қилиш имкониятига эга бўлмайсиз: сиз унинг юз-кўзини, айтаётган гапларингизга реакцияларини кўра олмайсиз. Сиз унга ўзингизни тўлқинлантираётган фикрни етказишга уринаётган пайтингизда у оёғи остида ўралашаётган мушукни қуваётган бўлиши ёки телевизор томоша қилаётган бўлиши мумкин. Сизнинг вазифангиз уни уни шундай қизиқтириб қўйишки, унинг ўзи нимани таклиф қилаётганингиз ҳақида кўпроқ билиб олишга интилсин ва сиз билан учрашувга рози бўлсин.

3-ҚОИДА. Суҳбатдошингизнинг эътиборини жалб қилиш учун энг бошиданок ундан маслаҳат сўрамоқчи эканлигингизни айтинг.

Айтайлик, ҳозир сизга жуда қизиқ нарсани таклиф қилишди ва сиз бундан ҳайратдасиз. Суҳбатдошингизга бўлса фақат у барча танишларингизнинг орасида буни етарлича баҳолай оладиган ва ишни қандай ташкил қилишни маслаҳат бера оладиган одам бўлгани учун кўнғироқ қиляпсиз. Гапнинг маъноси яққол кўриниб турибди. Суҳбатдошингизга хушомад қилиб, у сизни диққат билан тинглашига эришасиз: чунки ундан маслаҳат сўрашяпти, демак у маслаҳат бера олиши учун айтилаётган таклифни ҳар томонлама ўрганиб чиқиши керак. Сизнинг вазифангиз банд эканлигингизни баҳона қилиб, бу ҳақда батафсил гаплашиб олиш учун “бир соатга” учрашишни таклиф қилишдир.

4-ҚОИДА. Учрашувга чақираётиб унга “танловсиз танловни” таклиф қилинг.

“Танловсиз танловда” сиз суҳбатдошингизга бир нечта тайёр вариантларни таклиф қиласиз. Бунда у “қилайми ёки қилмасамми” босқичидан сакраб ўтади ва сиз таклиф қилган вариантлар ҳақида ўйлай бошлайди. У учун ўз режаларини аниқлаштириб олиш, ўз ишлари орасида сиз учун вақт топа олиши осонроқ бўлади.

Биринчи вариант – бу суҳбатдошингиз қизиқиб қолган ва учрашувга рози бўлган ҳолат. Бунда сиз ундан қачон учрашиш қулай эканлигини сўрайсиз “Эртага учрашамизми ёки индингами? Эрталаб яхшими ёки тушдан кейинми?” ва учрашув вақтини белгилайсиз.



Иккинчи вариант. Агар суҳбатдошингиз қизиқмаса, ундан бунинг сабабларини сўрайсиз. Ундан нимага учраша олмаслигини сўранг ва буни билишингиз жуда муҳим эканлигини айтинг.

Ҳар қандай ҳолатда ҳам суҳбатдошингизга босим ўтказманг ва унга ялинманг! Сизнинг ўзингиз ҳам сизни бирор ишни қилига мажбурлашганини ёқтирмайсизку. Бунинг устига сиз ноқулай вақтда қўнғироқ қилган бўлишингиз, унинг кайфияти ёмон бўлган ёки бошқа минглаган ҳолат бўлиши мумкин. Бунда сиз унга бир неча кундан кейин яна қўнғироқ қилишингиз ва ундан маслаҳат олмоқчилигингизни айтинг. Ўшанда таклифингизни қайтадан беришингиз мумкин бўлади.

Учинчи ҳолат ҳам бўлиши мумкин. Ёшлигингиздан таниш бўлган дўстингиз, сизнинг унга таклиф қилаётган ажойиб имкониятлар ҳақидаги гапларингизни охиригача эшитмасдан туриб сизни беҳурмат қилувчи гаплар билан сиз ҳақингизда ва ақлий қобилиятингиз ҳақида ўйлайдиганларининг ҳаммасини айтиб ташлайди.

Ундан хафа бўлиш ва унга ҳам шу тарзда жавоб бериш керак эмас. Биринчидан, дўстлар билан жанжаллашиш керак эмас. Иккинчидан эса, тармоқли маркетингда ишлашнинг яна битта қондасини эслаб қолинг: бирор ҳаётий шароит туфайли ёки шахсий ҳолатлар туфайли ушбу бизнес билан шуғуллана олмайдиган кишиларга бизнесни тиқиштирамаслигингиз ва уларга ялинмаслигингиз керак. **Сизнинг вазифангиз ўз ҳаётида ниманидир ўзгартиришга ич-ичидан тайёр бўлган одамларни топишдан иборатдир.** Сизнинг таклифингиз керакли одамларга керакли вақтда берилиши керак ва буни телефонда қилиш энг осонидир.

Охирида сизнинг суҳбатингиз нима билан тугашидан қатъий назар сиз суҳбатдошингизга сиз учун қимматли вақтини ажратгани (ҳатто суҳбатингиз икки дақиқа давом этган бўлса ҳам) ва қимматли маслаҳатлар бергани (унинг маслаҳати “бу аҳмоқгарчиликка тупур” бўлса ҳам) учун раҳмат айтишингиз керак.

Ишонч билан айтиш мумкинки, бу сизга ҳам унга ҳам ёқади. Бунинг устига сиз одамлар билан мулоқот қилишнинг яна битта кичкинагина кўникмасини оласиз.

Қуйида сизга ўз бизнесингизнинг имкониятларини тушунтириб бериш учун одамни учрашувга таклиф қилишингиз учун бўлиб ўтадиган суҳбатнинг амалда синалган сценарийини тақдим этаман. Буни ўқиб чиқинг. Ундаги ўзингизга тўғри келадиган жойларини ўз амалиётингизда қўлланг. Уни ўзингизнинг талабларингиз ва ўзингизнинг гапириш тарзингизга мослаштиринг.

Қуйидаги мисолдаги Дониёр яқиндагина тармоқли маркетингда фаолият бошлаган. У ўзининг таниши Мафтунага қўнғироқ қилиб, ўзининг бизнеси имкониятлари билан таништириш учун учрашув тайинламоқчи.

Дониёр: “Салом Мафтуна! Икки дақиқа гаплашиб олишга вақтинг борми? (Тасдиқлатиб олганидан кейин) Кечирасану, лекин мен дарров ишга ўтсам. Ҳозир мен жуда бандман ва сен билан узоқ гаплашиб тура олмайман. Сен сешанба куни кечқурун нима билан бандсан?”

Бу ерда шунга эътибор берингки Дониёр суҳбатнинг бошиданок ўзининг жуда банд эканлиги ва суҳбатнинг қисқа бўлишига ишора беряпти. Мафтуна бир неча соат давомида телефонда суҳбатлаша олмаслигини тушунади. Шунинг учун бизнеснинг ўзига хосликларини ҳозирнинг ўзидаёқ телефонда аниқлашга ҳаракат қилмайди. Бу нарсани юзма-юз суҳбатда аниқлаштириб олиш маъқулроқ. Бу бизнес шахслараро муносабатларга қурилган бўлганидан кейин ҳамиша мижоз билан шахсан учрашган маъқул.

Мафтуна: “Қиладиган ишим йўқ, нима эди?”

Дониёр: “Мен битта бизнес-лойиҳа устида иш бошладим. Менимча бу ишда иккаламиз биргаликда яхшигина пул ишлаб олсак бўлади”

Суҳбатда “бизнес-лойиҳа” иборасини ишлатинг, “бизнес имкониятлари” эмас – бу яхшироқ жаранглайди ва профессионаллингизни кўрсатади. Сизнинг мақсадингиз суҳбатдошингизнинг қизиқишини пайдо қилиш ва унинг учрашувга келишини таъминлашдир. Бундан ташқари Дониёр “иккаламиз биргаликда” деган иборани ишлатди. Бу усул Мафтунани Дониёр ўзига ёлланма ишчи эмас, балки ҳамкор қидираётганлигига ишонтиради.

Мафтуна: “Яна нима иш бошладинг? Нимани айтмоқчисан? Қандай лойиҳа?”

Дониёр: “Мени бу иш жуда қизиқтириб қўйди! Мен сен билан бирга ўтириб, қанча фойда олиш мумкинлигини гаплашиб олмоқчиман. Агар бу сенга ёқса, қўшимча ахборотларни ҳам бераман. Агар ёқмаса, ҳеч зарари йўқ. Бу гап бўлганини унутамиз”

Бунда сиз ўзингизнинг хурсандлигингизни ва ҳаяжонланаётганлигингизни кўрсатинг! Чунки сиз ўзингиз ва оилангизни молиявий жиҳатдан мустақил қилиш усулини биласиз. Шу фактнинг ўзи хурсанд бўлиш ва ҳаяжонланишга сабаб эмасми! Бунинг устига сизнинг потенциал дистрибьюторингиз сизнинг кўтаринки руҳингиз туфайли бу ишга қизиқиш билдиради, қандайдир рақамлар ёки фактларни кўриш учун эмас. Яна шу нарсага эътибор берингки, Дониёр Мафтунани ўзида бор нарсани кўришга таклиф қиляпти. Уни бирор нарса сотиб олишга, унга нимадир тикиштиришга ёки бирор авантюрага тортишга ҳаракат қилаётгани йўқ. Ҳозирги вақтда сетевиклар учун потенциал мижозлар билан ишлашда нималарга эътибор қаратиш кераклиги ҳақидаги жуда кўплаган адабиётлар мавжуд.

Мафтуна: “Ҳмм, мен билмадим...”

Дониёр: “Менинг сешанба ёки чоршанбада бўш вақтим бор. Сенга қайси бири қулай? Еттидами ёки саккизда?”

Сиз албатта суҳбатдошингизга учрашув куни ва вақтини танлаш имкониятини беришингиз керак. Лекин вариантларни унинг вақтига эмас, ўзингизнинг вақтингизга қараб таклиф қиласиз. Бу вақтлар сизнинг иш графигингизга мос бўлиши керак. Эсингиздан чиқарманг, бу сизнинг бизнесингиз, ҳаммасини сиз ҳал қиласиз!

Одатда, одамлар сизни саволлар билан кўмиб ташлай бошлаганда кўрқув исканжасига тушиб қоласиз. Қуйида сизга асосий саволлар ва

уларнинг жавоблари вариантларини таклиф қиламан. Бу сизга олдиндан ҳаммасини ўйлаб олишингиз ва уларга тайёр бўлишингиз учун керак бўлади.

Мафтуна: “Нима ҳақида гапиряпсан? Нима билан шуғулланыпсан? Қандай лойиҳа ҳақида гап кетяпти?”

Ўндан тўққиз ҳолатда нима билан шуғулланаётганлигингизни албатта сўрашади. Жавобга тайёр бўлинг. Бунда бир нечта вариантлар мавжуд. Сиз хаамиша сирлилик пардасини туширишингиз, кўплаган миллионерларни яратган қизиқишни янада кучайтиришингиз мумкин. Лекин бунда ҳаддан ошиш керак эмас, одамлар уларнинг устидан манипуляция қилганларини ёқтиришмайди. Бунинг ўрнига сиз тўғридан-тўғри: “Мен АБВ компаниясида ишляпман. Бу жуда ажойиб компания. Мен сенга нима билан шуғулланишимиз ҳақида гапириб бермоқчиман. Сен ҳатто бу ерда қандай имкониятлар борлигини тасаввур ҳам қила олмайсан!” ёки “Мен ҳаддан ташқари тез ўсаётган компанияни топдим! Буни сен ўз кўзларинг билан кўришинг керак, бунақасига ишонишинг ҳам қийин, лекин бу факт!” дейишингиз мумкин.

Мафтуна: “Бу тармоқли маркетингми?”

Дониёр: “Албатта, сен тармоқли маркетинг ҳақида нималарни биласан?”

Бундай саволга тўғри ва аниқ жавоб бериш керак. Лекин эсингиздан чиқмасин, жавоб беришингиз билан албатта савол беришингиз керак. Бунда одамлар шу пайтгача эшитган тармоқли маркетинг ҳақидаги салбий миш-мишларини айта бошлашади. Бунга тайёр бўлишингиз керак.

Мафтуна: “Бу ишинг мен учун қизиқ бўлмаслиги аниқ”

Дониёр: “Қаерда қизиқ бўлмаслиги?”

Мафтуна: “Тармоқли маркетингда”

Дониёр: “Шундайми? Сен у ҳақда бошқача нималарни биласан?”

Дониёр ҳозирча ўзининг берган саволига жавоб ола олмади. Дўстона муносабатда, лекин қатъий бўлинг. Суҳбатдошингизга ўз жавобини ўйлаб кўришига имкон беринг. Эсингизда бўлсин, сиз учун ҳақиқатан ҳам дўстингиз тармоқли маркетинг ёки сизнинг компаниянгиз ҳақида нималарни билиши ёки эшитгани қизиқ бўлиши керак.

Мафтуна: “Мен битта одамни билардим. У бу иш билан шуғулланиб кўрганди, кейин эса уни арзимайдиган иш деб ташлаб кетган”

Дониёр: “Мафтуна, худо кўрсатмасину, эртага сен касал бўлиб қолсанг, врачга мурожаат қиласанми ёки тиббиёт институтида ўқиётиб, бу арзимайдиган иш деб ташлаб кетган одамгами? Ўйлашимча саволингга аниқ жавоб олдинг, агар бу нима эканлигини билмоқчи бўлсанг ушбу бизнесда муваффақиятга эришган одамни топиб, ундан сўраш керак, муваффақиятсизликка учраган одамдан эмас.”

Сиз суҳбатдошингизнинг соғлом фикрига мурожаат қилинг, ишончли мисоллардан фойдаланинг ва кимдир томонидан яратилган ишга бўлган ишончсизликни синдириг. Сизнинг мақсадингиз суҳбатдошингизга сизнинг ўзингизни руҳлантирган ишонарли фактларни беришдир. Одамлар онгли равишда қарор қабул қилишлари учун аниқ ахборотга эга бўлишлари керак.

Мафтуна: “Буларни менга телефонда тушунтириб бера оласанми?”

Дониёр: “Йўқ, Мафтуна, тушунтириб бера олмайман. Ахборот жуда кўп, буларнинг ҳаммасини сен ўз кўзинг билан кўришинг керак. Бу ҳақда телефонда гапириш, сенинг сочингни телефон орқали турмаклаш билан баробардир”.

Мафтуна: “Мен яна билмадим...”

Дониёр: “Майли, Мафтуна. Кўряпманки, сенга бемахал кўнғирок қилибман. Ҳозир мен жуда шошиляпман ва бошқа гаплаша олмайман. Балки бошқа вақт сенга телефон қиларман?”

Сизнинг маслаҳатларингиз ҳудди печенъега ўхшаши керак, агар улар уни татиб кўришни исташмаса, дарҳол орқага қайтаришингиз керак. Профессинал сетевик ўз бизнеси имкониятларини мажбурий равишда ҳеч кимга тикиштирмайди. Унинг мақсади – шу пайтгача қилаётган ишида олганларидан кўпроқ имкониятлар берадиган ишни қидираётганларни излаб топишдир. Телефондаги суҳбатни тугатишдан кўрқманг (албатта, хушмуомалалик билан). Яна бошқа бировга кўнғирок қилинг. Сиз бу одамга истаган бир бошқа вақтда телефон қилишингиз мумкин. Бундан ташқари сизнинг бизнесдаги муваффақиятингиз ва олаётган фойдангизнинг ошиши билан бу одамнинг ўзи сиз билан учрашишни истаб қолиши эҳтимоли жуда катта. Сетевикларнинг эски мақолини эсда сақланг: **“Кимдир хоҳлайди. Кимдир йўқ. Нима бўпти? Кейингиси!”**

Мафтуна: “Бир дақиқага тўхтаб тур. Яхши! Мен чоршанба куни соат саккизда бораман, бу сенга тўғри келадими? Шунда нима таклиф қилишингни кўрамиз.”

Дониёр: “Жуда яхши. Сен билан учрашувни кутаман. Демак, чоршанба куни соат саккизда. Мен буни кундалигимга ёзиб қўяман. Сен ҳам эсдан чиқармаслик учун ёзиб қўй. Биласанми, мен тез орада бу нарсани топганимдан ҳаммага мақтана оладиган бўлишимдан жуда хурсандман!”

Дониёр аниқлаштириб олиш учун кун ва вақтини қайтаради ва Мафтуна буни эсдан чиқариб қўймаслиги учун ёзиб қўйишини ҳам сўрайди. Бундан ташқари тармоқли маркетингнинг барча экспертлари суҳбатнинг ижобий ва юқори нотада тугатишни уқтиришади. Яна бир марта ўзингизнинг хурсандчилигингиз ва кўтаринки руҳингизни кўрсатинг!

Ҳар қандай ишда бўлгани каби телефонда гаплашиш маҳорати ошиши учун ҳам амалиёт талаб қилинади. Бу ишни сиз қанчалик кўп такрорласангиз, ўзингизни шунчалик хотиржам ва қулай ҳис қиласиз. Телефонда суҳбатлашишни ҳудди мусиқа асбобида чалишни ўргангандиек ўрганинг: амалиёт, амалиёт ва яна амалиёт!

Спонсорингиз ҳамиша ёнингизда ва ёрдам беришга тайёр! Тармоқли маркетингнинг ҳақиқатларидан бири шундаки сизнинг спорсорингиз сизнинг муваффақиятга эришишингиздан манфаатдор. Ушбу устунлигингиздан фойдаланинг. Спонсорларингиздан айрим кўнғирокларни сиз учун бажаришни сўранг ёки улар сиз гаплашаётганингизда ёнингизда туришсин ва вақтида нима қилишингизни айтиб туришсин.

Телефон олидаги кўрқув сизни издан чиқаришига йўл қўйманг! Бу одатдаги янги ва нотаниш нарса олдидаги кўрқувдир. Сиз бунга тайёр бўлишингиз керак. Нервларингиз ўйнашига йўл қўйманг. Эсингизда бўлсин, ҳозирда катта муваффақиятларга эришган ҳар қандай сетевик ҳам ўз вақтида худди шундай кўрқувни ҳис қилган. Сизларнинг орангиздаки фарқ шундан иборатки, у жуда кўплаган шундай қўнғироқларни амалга оширган! Энди эса трубкани кўтаринг ва қўнғироқ қилинг!

## Тавсиялар

Статистика бўйича кўпчилик одамлар тармоқли маркетингга айнан пул йўқлиги учун келишади. Буни билишингиз ушбу одамларнинг жамиятнинг қайси қатламига мансублигини аниқлашингизни осонлаштиради. Қуйидаги ҳолатни тасаввур қилинг: янги дистрибьютор ўз рўйхатига бир нечта фамилия ва телефонни қўшиб қўйди. Кўпчилик ҳолатларда ушбу рўйхатга рўйхат тузувчининг ўзи турган қатламдаги одамлар тушади. Бу ҳолатда янги киши иккита хатога йўл қўйиши мумкин. Биринчиси – ушбу одамлар билан яққа ўзи ишлай бошлаши. Иккинчиси – учрашув ўтказган одамларининг ҳаммасидан тавсиялар олмаслик. Агар у бу хатоларни қила бошласа, воқеаларнинг кейинги ривожини қуйидагича бўлади: рўйхат тезда тамом бўлади, у пул ишлай олмайди, қариндошлари эса: “Биз сенга айтгандик, ҳеч нима қила олмайсан деб. Энди тушундингми? Биз ҳақ эдик!!!”. Шунда бизнинг дистрибьюторимиз норози, кўпчилик ҳолларда эса агрессив-норози одамлар армиясини тўлдиради. Яъни биз янги дистрибьюторни рўйхат билан ишлашга ўргатмасак, ўз қўлларимиз билан бозорнинг бир қисмини, ўзимизнинг келгусидаги бозоримизни ўлдираемиз. Бу дистрибьютор ишдан кетаётган ўзининг барча танишларига у қандай “яхши” ишлагани, лекин компаниянинг ўзи яхши эмаслиги ва спонсорлари ҳам аҳмоқ эканлиги ҳақида гапирди. Кейин нима бўлишини айтиб ўтириш ортиқча деб ўйлайман.

Биз учрашадиган одамларнинг кўпчилиги (статистика бўйича 80% атрофида) таклифимиз уларни қизиқтирмаслигини айтишади. Буни қўнглингизга яқин олманг. Уларнинг бу жавоби ортида нима ётганлигини сиз билишингиз керак: уларни бу таклифингиз ҲОЗИР қизиқтирмайди. Бу ҳолатда сиз чидашингиз ва сабр қилишингиз керак бўлади. Кўпчилик ҳолатларда рад жавобини эшитгандан кейин дистрибьюторлар ўзи таклиф қилган кишини ўз далилларига қўшилишни, жуда бўлмаганда битта маҳсулотни сотиб олишни сўрай бошлашади. Бу энг кенг тарқалган ХАТОдир. Менимча, бу ҳолатда таклиф қилган одамнингиздан тавсия олиш мақсадида, аниқроғи ўзингизнинг танишлар рўйхатингизни кенгайтириш, ўз ишингизни меҳнат бозоридаги самарали одамларни қидириб топишга қаратиш учун учта оддийгина саволни бериш керак. Бу қандай саволлар?

1) Сизнинг танишларингиз орасида соғлигида муаммоси бор одамлар борми?

Кўпчилик ҳолларда саволнинг маъносини ўзгартиришади ва “Танишларингиз орасида соғлигидаги муаммоларни ҳал қилишга ҳаракат қилаётган одамлар борми?” деб сўрашади. Бу ҳолатда саволнинг ўзи унга танишлари учун қарор қабул қилиш – яъни унинг таниши саломатлигидаги муаммоларни ҳал қилишни истайдими ёки йўқ деган муаммони ҳал қилишни сўралади. Саволни бундай тарзда бериш мақсадга мувафиқ эмас. Чунки танишингиз беш дақиқа олдин ўзи учун ҳеч нимани ҳал қила олмаётган эди. Энди эса у бошқа одам учун ҳал қилиши керак. Бу ҳолда сиз навбатдаги “йўқ” ни эшитасиз.

2) Танишларингиз орасида ўқитувчилар, врачлар ёки тармоқли маркетинг компанияларида, масалан, Oriflame, Tyan-Shi, Sunrise, Ganoda ишловчилар борми?

Албатта 3-4 та компания номларини айтишингиз керак. Бу суҳбатдошингизга гап нима ҳақида кетаётганлигини тушуниб олиши учун керак. Савол ҳажмини кичрайтиришга уриниш керак эмас. Айрим ҳолларда дистрибьюторлар компанияларнинг номларини айтмасдан, шунчаки “тармоқли маркетинг” деб кўя қолишади. Сизнинг суҳбатдошингиз бу термин билан унчалик таниш эмас ва сиз буни яна кўшимча тушунтириб беришингизга тўғри келади. Ёки ундан ҳам ёмони сиз қатъий “йўқ” жавобини олишингиз мумкин. Бундай натижа сизга кўшимча пул келтирмайди.

3) Сиз менга юқорида айтган одамларнинг 5-6 тасининг телефонларини бера оласизми?

Кўпчилик ҳолларда таклиф қилинган кишининг ёнида уларнинг телефон номерлари бўлмади, уларни эслай олмайди ва сизга айта олмайди. Ушбу тавсияларни олиш учун биз кундалик дафтаримизни очамиз ва жуда муҳим гапни айтамыз: “Сиз уларни менга айтишингиз учун бугун кечкурун соат нечада сизга қўнғироқ қилсам бўлади?”. Таклиф қилинган кишининг кўзи олдида сиз кундалигингизга ушбу вақтни ёзасиз ва: “Сизга албатта шу вақтда қўнғироқ қиламан” дейсиз. Кундаликка ёзишингиз ва кейинги айтадиган гапингиз жуда муҳим, чунки улар суҳбатдошингизнинг мажбурият ҳис қилишига сабаб бўлади. Кўпчилик одамларнинг режа бўйича яшамаслиги ва уларни ҳаракатга келтириш ҳамда ўз ишингизнинг ФИКни ошириш ва керакли тавсияларни ола олишингиз учун кўшимча таъсир усуллари кераклиги ҳеч кимга сир эмас.

Албатта, ҳар қандай усулни қўллаганингизда ҳам бирор сабаб топиб сизга керакли тавсияларни бермайдиган одамлар учраб туришини тушунишингиз керак. Кимдир 10 та тавсия, кимдир эса бирорта ҳам тавсия бермаслиги мумкинлигини билишингиз муҳим. Бизнинг мақсадимиз – ҳар битта таклиф қилинган кишидан ўртача 2 та тавсия олишдир. Шундай қилиб, кунига иккита учрашув ўтказсак, бизнинг танишлар рўйхатимиз кунига икки баробарга оша бошлайди.

Биринчи учрашувдаёқ сизга “йўқ” деган кишилар билан қандай ишлаш керак деган савол пайдо бўлади. Бу одамлар билан самарали ишлаш учун қуйидаги жадвални тўлдириб боришингиз керак:

№	Ф.И.О.	Қачон учрашгансиз ёки қўнғироқлашгансиз (сана)	Унга қандай схемаларни таклиф қилдим унга нималарни айтдим	У қандай саволлар берди	Бу одам қандай қарор қабул қилди	Унга яна қачон телефон қилиш керак (сана)	У кимни тавсия қилди

Ҳар битта учрашувни сиз ушбу жадвалга аниқ шарҳлар билан киритасиз. “Унга нималарни айтдим” деган устунга алоҳида эътибор қаратишингиз керак. Чунки буни сиз кейинги сафар қайтармаслигингиз керак. Шунингдек “Унга яна қачон телефон қилиш керак” устуни ҳам жуда муҳим.

Гап шундаки кўпчилик одамлар юқорида айтганимиздек режасиз яшашади, режаси борлар ҳам “статистика менга таалукли эмас, менда ҳамма бир текис кетади” принципи асосида тузишади. Америкаликлар “Одамлар муваффақиятсизликни режалаштиришади, улар муваффақиятсиз режалаштиришади” дейишади.

Айтайлик, одам сизга бугун “йўқ” деб жавоб берди. Лекин бу унинг жавоби бутун умр давомида ўзгармайди дегани эмас. Масалан, кўпчилик касалликлар қишининг охири ва баҳорнинг бошланиш вақтида, яъни организмда витамин ва минералларнинг захираси камайиб кетган вақтда кучайиши маълум. Бу вақт сиз учун яна бир марта қўнғироқлашиб, гаплашиб олишингиз учун яхши сабабдир. Бу вақтда сизнинг танишингиз сизни яхшироқ тинглаши мумкин. Мен эса ўзим учун қизиқ бўлган кишиларга ойига бир марта қўнғироқ қиламан. Бундан ташқари молиявий инқирозлар ёки умумий молиявий аҳвол ёмонлашган вақтларда ҳам қўнғироқ қиламан. Чунки муваффақиятсиз режалаштирувчи кишилар бу вақтда оғир аҳволга тушиб қолишади ва менинг таклифимга бошқачароқ ёндаша бошлашади. Дисрибьюторлик амалиётида бундай мисолларни кўплаб келтириш мумкин. Мен бу ерда айтмоқчи бўлган энг асосий фикр қуйидагича: учрашув тугаши билан дарҳол унга кейинги қўнғироқ қиладиган вақтингиз, иккинчи, учинчи учрашувингиз санасини ёзиб қўйишингиз керак. Бу вақтни дафтарингизга ёзишингиз билан уни кундалигингизга ҳам тушинг. Бу сизга кўп ҳафталар олдиндан кундалик иш режасини тузиб олишингизга ёрдам беради. Бундан ташқари сиз бошқа регионга ишлашга кетсангиз, ўз рўйхатингизни дистрибьюторларингизга беришингиз ҳам мумкин. Бу сиз таклиф қилган одамларнинг сизнинг дистрибьюторларингиз билан биринчи учрашуви бўлади ва балки улар бир-бирларининг қўнглини топишар. Шундай қилиб сизнинг дистрибьюторларингизга янги регионда тезда старт олишлари учун кўп вақт талаб қилинмайди.

Энг асосий нарсани эсдан чиқарманг: бизнинг ишимизда муваффақият калити – бу тизимдир. Ҳиссиётларга бой бўлишингиз мумкин ва ҳатто керак ҳам, лекин тизимсиз узоққа бора олмайсиз.

## **МЛМга жалб қилишнинг энг самарали шаблонлари**

Одамлар сизнинг бизнес имкониятларингизни кўришга рози бўлиши ва кейинчалик у билан тўғри ишлаш учун маълум кўникмалар керак бўлади. Бу ўзингиз ўрганишингиз ва сиз билан ишлайдиган барчага ўргатишингиз керак бўлган кўникмалардир.

Одамлар тармоқли маркетинг туфайли уларга таклиф қиладиган нарсаларимизга муҳтожлар. Уларни шунчаки ҳар қандай имкониятларга қарши туришга ўргатишган. Бизнинг вазифамиз эса уларга ушбу тўсиқдан ўтишга ёрдам бериш ва биз нима билан шуғулланаётганимизни профессионал даражада тушунтиришдир. Мен сизга амалиётда ўз исботини топган потенциал мижозлар билан гаплашишнинг 8 қадамлик жараёни билан таништирмоқчиман. Бу сизга жуда кўп бўлиб кўриниши мумкин, лекин сиз уларнинг ҳар биттасидан ўтиш ва энг зўр гаплашиш сценарийларини кўрасиз. Ўрганишни тугатганимиздан кейин ҳар битта кандидатингиз учун таклиф қилиш шаклини тўлдиришнинг қанчалик осон эканлигига ишонч ҳосил қиласиз ва уни ишга соласиз. Кейин эса бу жараённи қадам-бақадам бажарасиз.

***Бошлашдан олдин яна бир нечта нарсаларга эътиборингизни қаратинг.***

Шунга эътибор қаратингки, ушбу дастур сизнинг таклифингизни яхшироқ тушуниши учун 3-томоннинг кўшимча материалларини мижозга тақдим қилишга йўналтирилган. Ушбу материаллар сифатида DVD, аудио дисклар, журналлар, брошюралар, китоблар, веб-сайтлар ва шунга ўхшашлар тушунилади. Ушбу дастур тадбирга таклиф қилишга мўлжалланмаган. Бу умуман бошқа жараён. Лекин сиз ҳозир одамлар 3-томоннинг кўшимча материаллари ёрдамида сизнинг таклифингизга эътибор қаратишларига диққатингизни жамласангиз, кейинги тадбирга таклиф қилишингиз анча осон ва энгил бўлишини кўрасиз.

Ушбу дастурда ўрганадиганларингиз телефон сўзлашуви ва юзма-юз учрашувга мўлжалланган. Буни электрон почта орқали жўнатишда ярамайди. Бу дастур фақат тирик мулоқотга йўналтирилган.

Сиз буни “илиқ контактлар” (сиз танийдиган одамлар) ёки “совуқ контактлар” (сиз танимайдиган одамлар) учун қўллашингиз мумкин. Сиз иккала гуруҳдаги одамлар учун мисолларни кўрасиз. Дастурнинг охирида “илиқ контактлар” учун анкеталар берилган. “Совуқ контактлар” учун эса озроқ машқ қилишингиз керак бўлади.

**Келинг, яхшиси 8 та қадамнинг барчасини кўриб чиқамиз ва уларни бирлаштириб, унинг қандай ишлашини кўрамиз.**

**1-қадам:** Шошилиш

**2-қадам:** Мақташ

**3-қадам:** Таклиф қилиш

**4-қадам:** Агар мен \_\_\_\_\_ , қиласизми?



**5-қадам:** Вақтни келишиш

**6-қадам:** Тасдиқлатиш

**7-қадам:** Вақт ва телефон номерини олиш

**8-қадам:** Суҳбатни тугатиш

## **1-ҚАДАМ. Шошилиш**

Бу психологик омил, лекин одамлар шошилаётган одамга ҳурмат билан қарашади. Агар сиз телефондаги суҳбатни ёки шахсий учрашувни шошилаётганингиздан бошласангиз, суҳбатингиз қисқа ва аниқ бўла бошлашини кўрасиз. Сизга камроқ саволлар беришади ва одамлар сизни ҳамда вақтингизни қадрлай бошлашади.

### **Шошилаётганингизнинг бир нечта мисоллари:**

“Илиқ контактлар” учун:

- «Вақтим жуда оз, лекин сизни кўришим жуда муҳим»
- «Миллионта ишим бор, лекин сизга кўнғироқ қилиб туша олганимдан хурсандман»
- «Мен кетишим керак, лекин сиз билан тезгина гаплашиб олишимиз керак»

“Совуқ контактлар” учун:

- «Ҳозир ушбу суҳбат учун унчалик яхши вақт эмас ва мен кетишим керак, лекин...»
- «Кетишим керак, лекин...»

Бу ерда нима демоқчи эканлигимни тушуняпсизми?

Суҳбатингизга шошилишчилик элементини қўшинг.

## **2-ҚАДАМ. Мақташ**

Бу жуда муҳим. Самимий мақтов (у албатта самимий бўлиши керак) дўстона мулоқот учун эшикларни очади ва кандидатингизни сизни эшитишига мойил қилади.

### **Мана мақтовларга бир нечта мисоллар:**

«Илиқ контактлар» учун:

- «Сиз жуда муваффақиятли одамсиз, мен сизнинг бизнес билан шуғулланишингизни ҳамиша ҳурмат қилганман»
- «Сиз мени ҳамиша қўллаб-қувватлагансиз, мен буни қадрлайман»
- «Мен биладиган одамлар ичида сизнинг мулоқот доирангиз энг каттаси. Бу менга ҳамиша ёққан»
- «Сиз менинг ҳаётимдаги энг муҳим одамсиз (ёки одамлардан бирисиз). Мен сизнинг сезгингизга ишонаман»
- «Сизнинг бизнесга оид фикрларинг жуда ажойиб. Сиз бошқалар сезмайдиган нарсаларни ҳам кўра оласиз»
- «Менинг дўстларим ичида энг зийрак одам ким деб ўйлаб қолдим. Ва бу сиз эканлигингизни топдим»
- «Мен учратган одамлар ичида сиз энг ижобий йўналган ва фаол одамсиз»

- «Айрим одамлар ёпиқ бўлишади ва бу уларнинг имкониятларини камайтиради. Лекин сиз ҳамиша янги нарсаларга очиклигингизни мен ҳамиша қадрлаганман»
- «Менга ҳозир кўриб чиқаётган нарсанинг барча камчиликларини топа оладиган одам керак. Сиздан ҳеч нима яшириниб қола олмаслигини яхши биламан»
- «Сиз (технологияларни/ўз соғлиғига жиддий қарайдиган/молияни/модани/гўзалликни/велнессни ва бошқаларни) энг яхши тушунадиган одамлардан бирисиз ва мен буни ҳамиша қадрлаганман»
- «Сиз мен билган одамларнинг энг фаҳм-фаросатлисиз. Мен сизнинг фикрингизни жуда ҳурмат қиламан»
- «Мен сизни кўп йиллардан бери биламан ва ҳамиша сизни ўз ишининг устаси деб билганман»

«Совуқ контактлар» учун:

- «Сиз ҳаммадан кўра бизга яхшироқ хизмат қилдингиз»
- «Сиз жуда (зийрак/кузатувчан/киришимли) одамсиз. Нима билан шуғулланишингизни билсам бўладими?»
- «Сиз бизнинг \_\_\_\_\_ ажойиб тажрибага айлантисиз»

Мақтовларнинг калити шундаки, улар самимий бўлиши керак. Кандидатингизда шундай нарсани топингки, уни чин дилдан мақташ мумкин бўлсин ва буни амалга оширинг.

### 3-ҚАДАМ. Таклиф

Таклиф қилишнинг стандарт, янгона варианты мавжуд эмас. Сиз ушбу одамга мурожаат қилаётганингизда ишлатадиган “Бевосита мурожаат” рўйхатини тайёрладим. “Билвосита мурожаат” эса ёрдам сўраётганингизда ёки маслаҳат сўраётганингизда қўлланилади. «Супер билвосита мурожаат»ни эса одамлар сизнинг таклифингизга қизиқиши мумкин бўлган бошқа бировни билишларини сўраганингизда қўллайсиз.

Кўпчилик одамлар барча кандидатларига “бевосита мурожаат” қилишади. Одатда бу қуйидагича бўлади: “Мен бойиб кетишнинг йўлини топдим. Келинг сизга айтиб бераман.....”

Мен сизнинг қай даражада рухланиб кетганлигингизни тушунаман, лекин сизнинг бу гапингизни эшитиб ким бирдан осмонларга чиқиб кетади?! Фақат миллионер киши айтсагина шундай бўлиши мумкин.

Профессионалга айланганингизда кўпинча “Билвосита” ва “Супер билвосита мурожаат” ишлатилишини билиб оласиз. Бу дегани “Бевосита мурожаат” ишлатилмайди ёки у муҳим эмас дегани эмас.

**«Бевосита мурожаат»га мисоллар** (1 ва 2 қадамларни ўтганингиз эсингизда)

«Илиқ контактлар» учун:

- «Сен \_\_\_\_\_ деганингда ҳазиллашдингми? Ёки бу жиддийми?»

Жавобни кутинг. «Ажойиб! Мен ўйлашимча сенга (буни қилишга/муаммоингни ҳал қилишга/буни олишга ва бошқалар) имкон берадиган усулни топдим шекилли» бу сиз уларнинг муаммоларини биладиган ҳолатингизда қўлланилади.

- «Ўйлашимча, биз учун қўшимча даромад олиш йўлини топдим»
- «Мен бир нарса топдим. Сиз буни кўришингиз керак»
- «Мен янги бизнес бошляпман ва сиз бунга эътибор қаратишингизни истар эдим»
- «Мен ўзим топган бизнесда муваффақият қозониши мумкин бўлган одамлар ҳақида ўйлаганимда, калламга биринчи бўлиб сиз келдингиз»
- «Сиз ҳалиям иш (бошқа иш) қидиряпсизми? Мен ўзимиз учун таваккалчиликларсиз ажойиб бизнес қилиш имкониятини топиб қўйдим»
- «Агар мен сизга ҳозир қилаётган ишингизни ташламасдан туриб ҳам даромадингни ошириш йўлини айтсам, бу сизга қизиқ бўладими?»
- «Мен ўз бизнесини бизнинг шаҳримизда/мамлакатимизда очаётган/кенгайтираётган компанияга қўшилдим»
- «Мен жуда қизиқ бир нарса топдим ва сен мен кўнғироқ қилаётган (буни айтаётган) биринчи одамсан»
- «Мен улар билан ишлашни истайдиган одамлар ҳақида ўйлаётиб, сен эсладим. Мен нима билан шуғулланаётганимни эшитиш сен учун қизиқми?»
- «Сўрашга рухсат бер... Сенга қўшимча даромад манбалари бўлиши қизиқ бўлармиди?»
- «Сўрасам бўладими? Агар сен уйингда ўтирганча, ҳозирда қилаётган ишингдан ҳам кўпроқ даромад келтирадиган бизнес бўлса, бу сени қизиқтирадими?»
- «Сен биласанки, мен ҳамиша (машғулот тури) билан шуғулланганман, лекин (негатив шароит) туфайли уни ўзгартиришга мажбур бўлдим. Турли вариантларни кўриб чиққанымдан кейин мен ўзим учун энг зўр вариантини топдим»
- «Мен жуда ажойиб бизнесни топдим ва ўйлашимча иккимиз бунда кўп ишлар қила оламиз. Бирга бирни қўшсанг ўн бўлиши мумкин экан»
- Ёки сиз озгина шокка туширувчи, лекин ажойиб самра берувчи вариантни қўллашингиз мумкин. Буни Ренди Гейдж таклиф қилган. «Сендаги бу билимлар/кўникмалар билан мен бошлаган бизнесда ойига 100 минг доллар ишлаб топишинг мумкин»
- Ушбу мисол ҳам зўр самра беради: «Бу сен бутун умр кутган кўнғироқдир»

«Совуқ контактлар» учун:

- «Сиз қачондир қўшимча даромад манбаси ҳақида ўйлаганмисиз?»
- «Сиз ўз карьерангни ўзгартириш ҳақида ўйлаб кўрдингизми?» (Бу эски мисол, лекин яхши натижа беради)
- «Сиз \_\_\_\_\_ билан бутун умр шуғулланмоқчимисиз?»

Сиз ушбу мисолларни «Совуқ контактлар» учун ёки истаган бошқа контактларингиз учун қўллашингиз мумкин. Асосий ғоя қуйидагича бўлиши

керак: «Менда сени қизиқтириб қўядиган нимадир бор. Ҳозир бу ҳақда гапиришнинг мавриди эмаску, лекин....»

### **«Билвосита мурожаат»га мисоллар**

«Билвосита мурожаат» - бу одамнинг дастлабки ҳимоя реакциясини пасайтирадиган ва уни сизнинг таклифингизни тушунишга мойил қиладиган кучли воситадир. Бу мисолларни сиз эндигина иш бошлаётган ва қўллаб-қувватлашлари ёки маслат беришлариин сўраётганингиздагина қўллашингиз мумкин.

Бу мисолларни айниқса ёш йигит-қизлар қўллашса, уларга катта ёрдам беради. Чунки ёшларга ишонч даражаси унчалик юқори эмас. Бу ҳолатда “Бевосита мурожаат”ни қўллаш бирор натижага олиб келмаслиги мумкин. Шунинг учун сиз ўзингизнинг муҳимлигингизни бир чеккага йиғиштириб қўйиб, суҳбатдошингизнинг ўзини баҳолашини оширишингиз мақсадга мувофиқдир. Бу мисоллар жуда яхши самара беради.

«Илиқ контактлар» учун:

- «Мен яқиндагина янги бизнес бошладим ва жуда ҳаяжондаман. Бу ишни бошлашдан олдим мен ўзимизникилардан бирортасида буни машқ қилиб кўришим керак. Сенда машқ қилсам бўладими?»
- «Мен уйда ўтириб ҳам қилиш мумкин бўлган бизнесни бошламоқчиман. Сиз менга ушбу ишни тўлиқ тушуниб олишимга ва унинг иш беришига аниқлик киритиб бера оласизми?»
- «Мен жуда ажойиб, янги бизнесни топдим, лекин у ҳақда ҳали тўлиқ билмайман. Сизнинг бизнесда тажрибангиз катта. Шунинг билан бир кўриб бермайсизми? У ҳақда нима ўйлашингизни айтсангиз. Мен тўғри қарор қабул қилдимми?»
- «Битта оғайним янги бизнес бошлаётганингда уни ўзингиз ҳурмат қилган одамнингга кўрсат ва ундан маслаҳат ол деганди. Шунинг билан бир кўриб бермайсизми?»
- «Мен янги бизнес бошладим ва менга унинг бирор камчилиги бўлса, кўрсатадиган одам керак. Сиз жуда зийрак одамсиз. Ушбу бизнесни таҳлил қилиб бера олмайсизми?» Ушбу мисол негатив кайфиятдаги ва шубҳаланувчи кишилар учун.

«Совуқ контактлар» учун:

- Юқорида келтирган мисолларимиз эндигина кўришаётган кишиларингиз учун ҳеч қандай иш бермайди. Чунки унга қандай қилиб жуда катта ҳурмат кўрсатишингиз мумкин? «Совуқ контактлар» учун “Бевосита” ва “Супер билвосита мурожаат”лар яхши натижа беради.

### **«Супер билвосита мурожаат»га мисоллар**

«Супер билвосита мурожаат» - бу бир нечта психологик даражаларда ишлайдиган ўта кучли воситадир. Бунда сиз кандидатингиздан сизнинг таклифингиз билан қизиқиши мумкин бўлган одамни билишини сўрайсиз.

«Илиқ контактлар» учун:

- «Мен шуғулланаётган бизнес сизга тўғри келмайди, лекин сиз шуҳратпараст, пул ишлашга қизиқадиган, кўшимча даромад олишни истайдиган бирор кишини биласизми?»
- «Уйда ўтирганча бизнес қилишни истайдиган бирор кишини биласизми?»
- «Сиз бирорта бизнеси ўхшамаётган ва кўшимча даромад олишни истайдиган кишини биласизми?»
- «Сиз \_\_\_\_\_ да яшайдиган, зийрак, фаҳм-фаросатли одамларни биласизми? Ҳами? Жуда ажойиб. Уларнинг координатларини бера оласизми? Мен бу шаҳарда/малакатда бизнесни ривожлантиряпман ва менга таклифимга қизиқадиган одамлар керак»
- «Иш излаётган бирор кишини танийсизми?»
- «Мен сизнинг туманингизда/вилоятингизда бизнесни ривожлантираётган компания билан ҳамкорликда ишляпман. Мен кўшимча даромад олишга қизиқадиган, зийрак одамларни қидиряпман. Бунга мос келадиган бирор кишини биласизми?»

Кўпчилик ҳолларда улар сизга бирор кишининг координатларини беришдан олдин сиздан кўпроқ ахборот олишга ҳаракат қилишади. Аслида эса улар ушбу ахборотларни ўзлари учун балки менга тўғри келиб қолар деб сўрашади ва сизга буни билдирмасликка уринишади. Улар сиздан кўшимча ахборот олишга уринишганда сиз: “Ҳа, менга ўз танишларингизни маслаҳат беришдан олдин кўпроқ маълумот олишингиз тўғри иш” дейсиз ва кейинги, 4-қадамга ўтасиз.

«Совуқ контактлар» учун:

«Совуқ контактлар» учун ҳаммаси «Илиқ контактлар» учун қандай бўлса, шундай бўлади. Фақат юқорида келтирилган мисолларни ўзингизга мослаштириб олган ҳолда ишлатинг.

#### **4-ҚАДАМ. Агар мен \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ қиласизми?**

Сиз уларга 3-томоннинг кўшимча материалларини бунинг ўрнига улар бирор нарса ваъда қилмагунларича берманг. Бу сизнинг сирли қуролингиз бўлсин.

**Қуйидаги мисолларга эътиборингизни қаратинг:**

- «АГАР МЕН сизга барча маълумотлар профессионал тарзда берилган DVDни берсам, УНИ КЎРИБ ЧИҚАСИЗМИ?»
- «АГАР МЕН сизга барча ахборотлар берилган CD ни берсам, УНИ ЭШИТИБ КЎРАСИЗМИ?»
- «АГАР МЕН сизга журнал (ёки бошқа истаган адабиётни) берсам, УНИ ЎҚИБ ЧИҚАСИЗМИ?»
- «АГАР МЕН сизга барча жараёнларни профессионал тарзда кўрсатиб берадиган сайтнинг ишоратини берсам, УНИ ЎРГАНИБ ЧИҚАСИЗМИ?»

**Агар сиз олдинги 3 та қадамни тўғри бажарган бўлсангиз, жавоб “ҲА” бўлади.**

Агар улар сиздан кўпроқ маълумот беришни сўрашса: “Мен сизга кўпроқ маълумот керак эканлигини тушуниб турибман, лекин сиз билишни истаган нарсаларнинг барчаси ушбу DVD/ CD/ журнал/сайтда бор. Ундан ҳаммасини тезроқ билиб оласиз. Уни сизга берсам, кўриб чиқасизми?»

Агар бунга жавобан “йўқ” жавобини олсангиз, унинг сизга ажратган вақти учун миннатдорчилик билдиринг ва хайрлашинг. Шунингдек 1-3 қадамларни қайта кўриб чиқинг ва уларда нимани ўзгартириш мумкинлигини ўйлаб кўринг. **ЛЕКИН ҲОЗИРЧА ДИСКНИ БЕРМАНГ.**

## **5-ҚАДАМ. Вақтни келишиш**

- «Нима деб ўйлайсиз, дискни аниқ қачон кўриб бўлишингиз мумкин?»
- «Нима деб ўйлайсиз, дискни аниқ қачон эшитиб бўлишингиз мумкин?»
- «Нима деб ўйлайсиз, қачон сиз журнални аниқ ўқиб бўлишингиз мумкин?»
- «Нима деб ўйлайсиз, сайтни қачон аниқ ўрганиб бўлишингиз мумкин?»

Уларга вақтни ўзингиз таклиф қилманг. Савол беринг ва кутинг. Агар жавоб аниқ бўлмаса ва: “Вақтим бўлганда кўриб чиқарман” бўладиган бўлса: “Сизнинг ҳам ўзимнинг ҳам вақтимни йўқотиш ниятим йўқ. Балки қачон кўриб чиқишингиз мумкин бўлган вақтни ўйлаб кўрарсиз?»

**Бу ерда сир шундаки, сиз иккинчи марта “Ҳа” жавобини олишингиз керак.**

**4-қадамдаги “Ҳа” ҳали мажбурият эмас.**

## **6-ҚАДАМ. Тасдиқлаш**

**Агар сизга DVD ни сешанба куни кечқурун кўришларини айтишса, сизнинг жавобингиз қуйидагича бўлиши керак:**

- «Агар мен сизга чоршанба куни эрталаб телефон қилсам, уни кўриб чиққан бўласиз, шундайми?»

**Агар сизга CD ни пайшанба куни эрталаб эшитиб кўришларини айтишса, сизнинг жавобингиз қуйидагича бўлиши керак:**

- «Агар мен сизга пайшанба куни тушдан кейин телефон қилсам, уни эшитиб кўрган бўласиз, шундайми?»

**Агар сизга сайтни 20 октябрь куни кўриб чиқишни айтишса, сизнинг жавобингиз қуйидагича бўлиши керак:**

- «Агар мен сизга 21 октябрь куни телефон қилсам, сайтни кўриб чиққан бўласиз, тўғрими?»

6-қадамнинг сир шундаки, сиз бу билан унга учинчи марта “Ҳа” дедирдингиз ва буни улар ўз хоҳишлари билан амалга оширишди. Улар сиз билан кейинги учрашув/кўнғироқ ҳақида келишиб олишди.

## **7-ҚАДАМ. Вақт ва телефон номерини олиш**

- «Қачон ва қайси телефон номерига кўнғироқ қилганим маъқул?»
- Энди улар тўрт марта “Ҳа” дейишгандан кейин сизнинг ахборотингизни кўриб чиқишлари имконияти 10% дан 80% гача ошди.  
(Кўнғироқ вақти ва санасини эсдан чиқарманг)

## **8-ҚАДАМ. Сухбатни тугатиш**

Сиз шошиляпсиз, эсингиздан чиқарманг! Тўғрими?! Бу вақтда куйидагича гапирганингиз тўғрироқ бўлади:

- «Жуда яхши! Унда (келишилган вақтда) гаплашамиз. Мен кетишим керак!»

Бу кўп микдордаги жалб қилиш учун самарали ва тайёр шаблонлар билан бирга босиладиган 8 та қадам эди. Келинг, энди уларни бир жойга йиғамиз ва мисолларда кўриб чиқамиз.

## № 1 – мисол

Сиз биладиган одам. Ўз ишини ёмон кўради. “Бевосита мурожаат” усулидан фойдаланилади.

Кандидатнинг исми \_\_\_\_\_

Контакт маълумотлари \_\_\_\_\_

(1-қадам)

Шошилаётганингиз мисолини ёзинг: Менинг вақтим жуда оз, лекин мен сени кўришим жуда муҳим

(2-қадам)

Мақтовни ёзинг: Сиз молияни энг яхши тушунадиган одамлардан бирисиз. Бу менга ҳаммша ёққан

(3-қадам)

Танланган мурожаат усули асосида таклифни ёзинг: Сиз менга ишингиз ёқмаслиги ҳақида айтганингизда ҳазиллашганмидингиз? Ёки бу жиддийми? Жуда яхши! Ўйлашимча менда сиз ва оилангиз учун ҳеч қандай таваккалчиликларсиз чиқиши йўли бор.

(4-қадам)

Менда битта китоб бор ва сиз уни ўқиб чиқишингиз керак. Унда барча ахборот берилган. У ерда мен сизга тушунтириб берганимга қараганда анча яхшироқ тушунтириб берилган.

«АГАР Мен уни сизга берсам \_\_\_\_\_, СИЗ ўқиб чиқасизми \_\_\_\_\_?»

(5-қадам) \_\_\_\_\_

«Қандай ўйлайсиз, сиз уни қачон аниқ ўқиб чиқишингиз \_\_\_\_\_ мумкин?»

(6-қадам)

Сешанбадами? Агар мен сизга чоршанба кuni эрталаб телефон қилсам, сиз уни ўқиб чиққан бўласиз, шундайми?»

(7-қадам)

Яхши, унда мен сизга кўнғироқ қиламан. «Сизга қачон ва қайси номерга телефон қилсам бўлади?»

Сана: \_\_\_\_\_ Вақт: \_\_\_\_\_ Телефон номери: \_\_\_\_\_

(8-қадам)

Ажойиб. Телефонлашамиз. Энди мен кетишим керак. Ҳозирча хайр.



## № 2 – мисол

Яқин дўстингиз/қариндошингиз. “Билвосита мурожаат” усулидан фойдаланилади

Кандидатнинг исми \_\_\_\_\_

Контакт маълумотлари \_\_\_\_\_

(1-қадам)

Шошилаётганингиз мисолини ёзинг: Салом, мен кетишим керак, лекин сиз билан гаплашиб олишим керак \_\_\_\_\_

(2-қадам)

Мақтовни ёзинг: Сиз менга ҳаммиша ёрдам бериб келгансиз. Мен буни жуда қадрлайман \_\_\_\_\_

(3-қадам)

Танланган мурожаат усули асосида таклифни ёзинг: Мен ҳозир янги бизнес бошлаганман ва бундан озгина ҳаяжондаман. Бошлашдан олдин мен сиз билан озгина машқ қилсам бўладими? \_\_\_\_\_

(4-қадам)

Жуда яхши. \_\_\_\_\_

«АГАР Мен сизга барча ахборот ёзилган дискни берсам, СИЗ уни кўриб чиқасизми?»

(5-қадам) \_\_\_\_\_

«Қандай ўйлайсиз, сиз уни қачон аниқ кўриб чиқишингиз \_\_\_\_\_ мумкин?»

(6-қадам)

Пайшанбадами? Агар мен сизга жума куни эрталаб телефон қилсам, \_\_\_\_\_ сиз уни кўриб чиққан бўласиз, шундайми?»

(7-қадам)

Яхши, унда мен сизга кўнғироқ қиламан. «Сизга қачон ва қайси номерга телефон қилсам бўлади?»

Сана: \_\_\_\_\_ Вақт: \_\_\_\_\_ Телефон номери: \_\_\_\_\_

(8-қадам)

Ажойиб. Телефонлашамиз. Энди мен кетишим керак. Ҳозирча хайр. \_\_\_\_\_

### № 3 – мисол

Жуда муваффақиятли одам. “Супер билвосита мурожаат” қўлланилади.

Кандидатнинг исми \_\_\_\_\_

Контакт маълумотлари \_\_\_\_\_

(1-қадам)

Шошилаётганингиз мисолини ёзинг: Салом, сизнинг жуда ҳам банд эканлигингизни биламан, менинг ҳам ишларим бошимдан ошиб ётибди. Лекин мен сизни кўриб, гаплашишим муҳим эди \_\_\_\_\_

(2-қадам)

Мақтовни ёзинг: Сиз жуда муваффақиятли одамсиз ва сизнинг қандай бизнес қилишингиз менга ҳаммиша ёққан \_\_\_\_\_

(3-қадам)

Танланган мурожаат усули асосида таклифни ёзинг: Мен ҳозир бошлаган янги бизнесим аниқ сиз учун эмас. Лекин мен сиздан шухратпараст, пул ишлашга қизиқадиган ва қўшимча пул даромад топишга қизиқадиган бирор кишини биласизми деб сўрамоқчи эдим. \_\_\_\_\_

(4-қадам)

Бирор кишига тавсия беришдан олдин кўпроқ маълумот олмақчи эканлигингизни тушунаман. Менда битта диск бор, сизни уни кўриб чиқа оласизми? У ерда ҳаммаси профессионал тарзда ёритиб берилган. \_\_\_\_\_

«АГАР Мен сизга дискни берсам, СИЗ уни кўриб чиқасизми?»

(5-қадам)

Мен биламан, жуда бандсиз ва сизнинг вақтингизни қадрлайман \_\_\_\_\_

«Қандай ўйлайсиз, сиз уни қачон аниқ кўриб чиқишингиз \_\_\_\_\_ мумкин?»

(6-қадам)

Агар мен сизга шундан кейин телефон қилсам, \_\_\_\_\_ сиз уни кўриб чиққан бўласиз, шундайми?»

(7-қадам)

Яхши, унда мен сизга кўнғироқ қиламан. «Сизга қачон ва қайси номерга телефон қилсам бўлади?»

Сана: \_\_\_\_\_ Вақт: \_\_\_\_\_ Телефон номери: \_\_\_\_\_

(8-қадам)

Раҳмат. Ёрдамингизни қадрлайман. Телефонлашамиз. Энди мен кетишим керак. Ҳозирча хайр. \_\_\_\_\_

## № 4 – мисол

«Совуқ контакт». Сизга яхши хизмат кўрсатган одам.

Кандидатнинг исми \_\_\_\_\_

Контакт маълумотлари \_\_\_\_\_

(1-қадам)

Шошилаётганингиз мисолини ёзинг: Ҳозир гаплашиб туриш учун унча яхши вақт эмас ва мен кетишим керак, лекин \_\_\_\_\_

(2-қадам)

Мақтовни ёзинг: Сиз жуда зийрак одамсиз \_\_\_\_\_

(3-қадам)

Танланган мурожаат усули асосида таклифни ёзинг: Мен ҳудди шундай фаол одамни излаётган эдим. Сиз бу иш билан бутун умр шугуланмоқчимисиз? Йўқми? Яхши. Менда сизни қизиқтириши мумкин бўлган бир нарса бор. \_\_\_\_\_

(4-қадам)

Ҳозир бу ҳақда гаплашининг вақти эмас. Менда ҳаммаси тушунтириб берилган DVD диск бор. \_\_\_\_\_

«АГАР Мен сизга дискни берсам, СИЗ уни кўриб чиқасизми \_\_\_\_\_?»

(5-қадам)

«Нима деб ўйлайсиз, сиз уни қачон аниқ кўриб чиқишингиз \_\_\_\_\_ мумкин?»

(6-қадам)

Пайшанбадами? Агар мен сизга шундан кейин телефон қилсам, \_\_\_\_\_ сиз уни кўриб чиққан бўласиз, шундайми?»

(7-қадам)

Яхши, унда мен сизга кўнғироқ қиламан. «Сизга қачон ва қайси номерга телефон қилсам бўлади?»

Сана: \_\_\_\_\_ Вақт: \_\_\_\_\_ Телефон номери: \_\_\_\_\_

(8-қадам)

Ажойиб хизмат учун раҳмат. Телефонлашамиз. Ҳозирча хайр. \_\_\_\_\_

Сиз бунинг қандай ишлашни сезяпсизми? Албатта, турли одамлар учун турлича вариантлар мавжуд. Ушбу мисоллар сизга уларнинг ҳаммасини бирга қўллашни тушунишингизга ёрдам беради деб ўйлайман.

Ушбу мисолларда сизга мумкин бўлган вариантларнинг айримларинигина кўрсатилди. Сиз аниқ мисол ва сўзларга боғланиб қолмаслигингиз керак. Ҳаётда ҳамма нарсани сценарий бўйича амалга ошириш мумкин эмас. Агар сиз асосий қисмларни эслаб қолсангиз: Шошилсангиз, мақтасангиз, энг яхши йўл билан таклиф қилсангиз, диск/адабиётларни: “Агар мен... сиз...қиласизми?” ёрдамида берсангиз, юқорида кўрсатилгандек тасдиқлатиб олсангиз ва тезда суҳбатни тугатсангиз, ҳаммаси жойида бўлади.

Жалб қилишда ёмон ёки яхши тажриба бўлиши мумкин эмас. Фақат бизлар учун дарс бўлиши мумкин бўлган тажрибагина бор. Сизнинг профессионализмга томон йўлингизда қилишингиз мумкин бўлган энг яхши иш – бу кўникмаларни ривожлантиришингиздир. Шунда сиз исталган вақт ва шароитда одамларни ишга жалб қилишингиз мумкин. Шунда сиз омадим келадими ёки йўқ деб ўйланиб ўтирмайсиз. Амалиёт, Амалиёт ва яна Амалиёт.

Агар сиз тармоқли маркетингнинг профессионали бўлишга қарор қилган бўлсангиз – сиз билан биз учун энг ажойиб йўл мавжуд. Бизнинг вазифамиз бу ҳақда бутун дунёга гапиришдир.

## Таклифнома бланкаси.

Кандидатнинг исми \_\_\_\_\_

Контакт ахборот \_\_\_\_\_

(1-кадам)

Шошилаётганингизга мисол ёзинг: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(2-кадам)

Мақтов ёзинг: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(3-кадам)

Танланган мурожаат асосида таклифни ёзинг: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(4-кадам) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

«АГАР \_\_\_\_\_, СИЗ \_\_\_\_\_?»

(5-кадам) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

«Нима деб ўйлайсиз, сиз уни қачон аниқ \_\_\_\_\_ мумкин?»

(6-кадам)

« \_\_\_\_\_, сиз уни кўриб чиққан  
бўласиз, шундайми?»

(7-кадам) \_\_\_\_\_ «Қачон в қайси номерга  
телефон қилиш керак?»

Сана: \_\_\_\_\_ Вақт: \_\_\_\_\_ Телефон номери: \_\_\_\_\_

(8-кадам)

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## Ижтимоий сўровнома анкетаси. Сўровнома варақаси

Сизга 4 та оддий савол беришга рухсат беринг?

1. Сиз ишлайсизми, ўқийсизми ёки ўз бизнесингиз борми?
2. Ўзингиз оладиган даромадингиздан қониқасизми?
3. Ўзингиз ва оилангиз учун кўпроқ бўш вақтингиз бўлишини истайсизми?
4. Эркин график ва чегараланмаган даромад олиш имкониятини берадиган ўз бизнесингиз бўлиши имконияти ҳақида эшитишни истайсизми?
5. Сизга таклифнома беришимга рухсат беринг, телефонингиз номерини айтсангиз, менинг исмим....., сизникичи?

№	Машғулотлар тури			2		3		4		Контакт маълумотлари		Изоҳ
	И.	Ў.	Б.	Ҳа	Йўқ	Ҳа	Йўқ	Ҳа	Йўқ	Ф.И.О	Тел.	
...												
...												
...												
...												
...												
...												
...												
...												
...												
0.												
1.												
2.												
3.												
4.												
5.												
6.												
7.												
8.												
9.												
0.												
1.												
2.												
3.												
4.												
5.												
6.												
7.												
8.												
9.												
0.												
1.												
2.												
3.												
4.												

### 3. УЧРАШУВ ЁКИ ПРЕЗЕНТАЦИЯ

#### Учрашувга қандай тайёрланиш керак?

Сиз учрашувда ўзингизни қандай тутишингиз ва учрашувдан қандай натижа олишингизни аниқ тасаввур қилишингиз керак. Агар сизнинг ёндашувингиз тўғри бўлса, кутилган натижани олишингиз имконияти юқорироқ бўлади.

Куйида сиз учрашувга бораётиб жавобини билишингиз керак бўлган саволларни топасиз. Сиз ушбу бетни шахсий фойдаланиш учун нусхалаб олишингиз ва ҳар битта учрашувдан олдин тўлдиришингиз мумкин. Сизнинг аниқ ҳолатингизда саволлар салгина бошқачароқ бўлиши ҳам мумкин.

1. Суҳбатдошим ҳақида нималарни биламан?
2. Мен унинг бизнеси ва иши ҳақида нималарни биламан?
3. Унга қандай саволларни беришим керак?
4. Суҳбатдошимни биринчи навбатда нималар қизиқтириши мумкин?
5. Менинг таклифимда унга фойдали томонлари қайсилар?
6. Учрашувнинг мен истаган натижаси.
7. Суҳбатдошим менга қандай эътироз билдириши мумкин ва мен унга қандай жавоб бераман?

Эътироз.....

Менинг жавобим: .....

8. Суҳбат учун керакли материаллар.

#### Ахборот йиғиш

Учрашувнинг бу босқичига асосий вақтни ажратишингиз керак. Асосий мақсад – бир-бировга ишонадиган муносабат ўрнатишдир. Суҳбатдошингизга қизиқ бўлган нарсалар ҳақида гапиринг, лекин меъёрни сақланг. Сизнинг вазифангиз – сиз учун манфаатли бўлган мавзуда суҳбат куришдир. Бошқа гап-сўзларни иложи борича камайтиринг. Сиз берадиган барча саволлар сизнинг ишбилармонлик учрашувингизнинг асосий мавзусига боғлиқ бўлиши керак.

Саволлар беринг! Улар суҳбатдошингизни яхшироқ ўрганиб олишингиз, унинг эҳтиёжларини, муаммоларини ва бошқаларни билиб олишингиз учун керак. Суҳбатнинг бошида кўпроқ “очик” саволларни беринг. “Очик” саволлар – булар фақат “ҳа” ёки “йўқ” деган жавоб билан чекланиб бўлмайдиган саволлардир.

Фақат суҳбатдошингиз ҳақида етарлича маълумот йиғиб бўлганингиздан кейингина ўз таклифларингизга ўтинг.

#### Хусусиятлар ва фойда

“Мағлуб қилиш эмас, балки ишонтириш – мана нима шарафга лойиқ.”  
В.Гюго

Ўзингизнинг компаниянгиз, маҳсулотингиз ёки хизматингизнинг асосий характеристикалари ва хусусиятларини айтинг. Сизнинг далилларингиз албатта микдорий кўрсаткичларга эга бўлиши керак.

Эсда сақланг: Сизнинг суҳбатдошингизни шунчаки маҳсулот ёки хизматнинг хусусиятлари эмас, балки у келтирадиган фойда қизиқтиради.

Мижознинг қизиқишларидан келиб чиқинг! Қуйидагича фразалардан фойдаланинг:

- “Бу сизга ... ни таъминлаб беради”
- “Бу сиз учун ажойиб имконият”
- “Бу сизга ... беради”
- “Бу сизнинг ... олишингизни билдиради ”
- “Шундай қилиб, Сиз ... қила оласиз”

### **Калит сўзлар – “Сизга”, “Сизни”, “Сиз”.**

Суҳбатдошингизнинг сиз билан битим имзолаши ёки контракт тузишида бўлиши мумкин бўлган мақсадлари:

Пул ишлаб олиш, пулни иқтисод қилиш, вақтни тежаш, обрўсини кўтариш, тан олишларига эришиш, хотиржамликка эришиш, ўзига ишонч ҳосил қилиш, қулайлик учун, танлаш имкониятига эга бўлиш, қониқиш ҳосил қилиш, лаззатланиш ва ишончлилик ҳисси.

### **Битимни тугатиш**

Компаниянинг маҳсулоти ёки хизматини тақдим этгандан кейин тўхтаб қолманг – дарҳол битимни тугатишга ўтинг. Суҳбатдошингизнинг қизиқиш даражасини аниқланг. Унга қуйидаги турдаги саволларни беринг:

- “Бу сизнинг режаларингизга қанчалик мос келади?”
- “Сиз бу ғояга нима дейсиз?”
- “Буларнинг ичида нима сизни кўпроқ қизиқтирди?”

Суҳбатдошингизнинг битимни тугатишга тайёрлигини аниқлашга ёрдам берадиган ўз саволларингизни ёзинг:

Ушбу саволларга жавобан сиз суҳбатдошингизнинг қаршилиги ёки шубҳаларини ҳис қилишингиз мумкин. Бу унинг ташвишланаётганлигини кўрсатади. Шундай қилинганда у сиз билан ўз шубҳаларини ўртоқлашсин. Бу суҳбатнинг жуда ҳам муҳим қисмидир.

### **Сизнинг ўзингизни тутишингиз:**

· Шубҳаланишнинг сабабини аниқлашга ҳаракат қилинг; бунда қуйидаги типдаги фразалар яхши иш беради:

- “Менимча, сизнинг қарор қабул қилишингизга нимадир халақит беряпти”
- “Илтимос, очик гапираверинг. Нимага сиз иккиланяпсиз?”
- “Нимадир сизни қониқтирмаяптими?”
- “Сизга бу маҳсулот/хизматни танлашингизга нима халақит беряпти?”

· Диққат билан эшитинг,

· Суҳбатдошингизнинг барча шубҳаларини эшитиб бўлганингиздан кейингина гапиришни бошланг; биринчи галда нимани айтиш кераклигини эсдан чиқармаслик учун белгилар қўйинг

· Аниқлаштиринг ва деталларни айтишни сўранг

· Суҳбатдошингиз ҳақиқий сабабни айтаётганлигига ишонч ҳосил қилинг

· “амортизатор”-фразаларни қўлланг.

- “Мен сизнинг шубҳаларингизга қўшиламан”



- “Жуда кўпчилик дастлаб шундай шубҳаланади”
- “Нимага сиз бундай ўйлаётганингизни тушунаман” ва шунга ўхшашлар.
  - “Рози бўл ва рад қил” методидан фойдаланинг;
  - Калит сўзларга эътибор қаратинг:
    - “Мен ҳам бошида шундай ўйлаганман, аммо...”
    - “Сиз абсолют ҳақсиз, биринчи қарашда бу шундай, лекин шу билан биргаликда ...”
    - “Шубҳасиз, бу шундай таассурот қолдиради, лекин шунга қарамасдан ...”
  - Қуйидагига ўхшаш фразаларни гапирманг:
    - “Сизнинг нимани ҳис қилаётганлигингизни биламан”
    - “Сиз буни ва мана буни қилишингиз керак”
    - Жуда кўпчилик одамларда бу фразалар жаҳлни чиқаради
  - Суҳбатдошингиз сизнинг тушунтиришларингизни қандай қабул қилаётганлигини текширинг;
  - Баҳслардан қочинг;
  - Овозингизда ғашингиз келаётгани сезилмаслигига ҳаракат қилинг,
  - Битта нарсани бир неча марта қайтаришингизга тўғри келса ҳам хайрихоҳ бўлинг,
  - Ҳеч қачон “Ҳа, лекин...” типидagi фразаларни айтманг, улар одамни баҳс бошлашга чақиради
  - Қисқа жавоб беринг
  - Рад қилишни ўзингизга олманг;
  - Ҳар битта одам танлаш ҳуқуқига эга, агар суҳбатдошингиз сизнинг таклифингизни рад қилса, бу сизнинг бирор нарсани хато қилганингизни билдирмайди.

Битимни тугатиш иккала иштирокчи ҳам ўзларига маълум мажбуриятларни олишини билдиради. Фаолият туридан келиб чиқиб, битимлар турлича яқунланади: контаркт тузиш, кўшимча учрашув ёки тақдирот учун яна учрашиш ва бошқалар.

Бир битимга келганингиздан кейин нима ҳақида келишиб олганингизни яна бир марта қайтаринг ва кейинги сафар қаерда учрашишингизни белгиланг ҳамда унга раҳмат айтинг. Энг асосийси – ундан маълум қарорни олмагунча кетманг.

Сиз ўзингиз ҳам тушунганингиздек, битимни тугатиш суҳбатнинг энг мураккаб қисмидир. Сизнинг муваффақиятингиз қисман тўғри сўзларни танлашингизга ҳам боғлиқ бўлади. Айрим сўзлар борки, улар одамларга мотив беради ва “ишонтирувчи” таъсир кўрсатади. Сиз ўз учрашувларингизда қўллашингиз мумкин бўлган сўзларни белгилаб қўйинг:

#### **Учрашувнинг таҳлили**

Ҳақиқий профессионал учрашувдан кейинок унинг натижаларини таҳлил қилади. Таҳлилингиз мантиқий ва объектив бўлиши учун буни қуйида келтирилган бланка бўйича амалга оширинг. Ушбу бланкаларни нусхалаб олинг ва ҳар битта суҳбатдан кейин уларни тўлдиринг.

Буни профессионал даражада қилинг. Очик бўлинг. Хулосалар қилинг ва камчиликларни бартараф этинг.

### **1. Нималарни яхши қилдингиз?**

- Вақтида келдингиз
- Тегилишлича кўринишда эдингиз
- Суҳбатни жилмайиб, саломлашишдан бошладингиз
- Суҳбатдошингизнинг ҳолати ва муаммоларини тушуниб олиш учун саволлар бердингиз
- Саволлардан табиий равишда ўз маҳсулотингизни тасифига (таклиф) ва унинг суҳбатдошингиз учун фойдасига ўтдингиз
- Фақат суҳбатдошингиз учун муҳим бўлган устунликлар ҳақида гапирдингиз
- Суҳбатдошингиз сизнинг тушунтиришларингизни қабул қилганига ишонч ҳосил қилдингиз
- Барча эътирозларни тингладингиз ва уларга жавоб бердингиз
- Суҳбатдошингизнинг шубҳаланишлари ва ташвишларига хотиржам муносабатда бўлдингиз.
- Дикқат билан эшитдингиз
- Суҳбатни муваффақиятли тугатдингиз ва контаркт тузишни таклиф қилдингиз

### **2. Келажакда нималани қилмаслик керак? (сизнинг фикрларингиз)**

### **3. Нималарни бошқачароқ қилиш керак? (сизнинг фикрларингиз)**

#### **Суҳбатни баҳолаш**

#### **1. Суҳбатнинг бошланиши Суҳбатни баҳолаш - 1 2 3 4 5**

- Аниқ ва мулойим ўзингизни таништирдингизми?
- Суҳбатдошингиз билан саломлашаётиб мулойим жилмайдингизми?
- Мижоз билан саломлашаётиб ёқимли овоз билан гапирдингизми?
- Аниқ хулосалар, фикрлар ва таклифлар

#### **2. Ишларни муҳокама қилишга ўтиш Суҳбатни баҳолаш 1 2 3 4 5**

- Бекорчи гапларни иложи борича камайтирдингизми?
- Суҳбат мавзусини ўзингизнинг мақсадингизга бир текис ўзгартирдингизми?
- Аниқ хулосалар, фикрлар ва таклифлар

#### **3. Ахборот йиғиш Суҳбатни баҳолаш 1 2 3 4 5**

- Кўп вақт мижоз гапирдимми?
- “Очик” саволлар бердингизми?
- Бу босқичда ўз таклифингиз ҳақида гапиришдан қочдингизми?
- Дикқат билан эшитдингизми?
- Аниқ хулосалар, фикрлар ва таклифлар

#### **4. Хусусиятлар/Фойдалар Суҳбатни баҳолаш 1 2 3 4 5**

- Бу босқичга табиий равишда ўтдингизми?
- Сизнинг таклифингиз суҳбатдошингизга қандай фойда келтиришини кўрсатдингизми?
- Суҳбат вақтида суҳбатдошингизнинг реакцияларини кузатиб бордингизми?

- Аниқ хулосалар, фикрлар ва таклифлар
  - 5. Тугалловчи босқич Сухбатни баҳолаш 1 2 3 4 5**
  - Битимни тугатишга ўтишни таклиф қилдингизми?
  - Ҳар битта эътирозни юмшатдингизми ва унга аниқ жавоб бердингизми?
  - Сухбатдошингизнинг шубҳаланишларига тўғри реакция билдингизми?
  - Аниқ хулосалар, фикрлар ва таклифлар
  - 6. Ташқи таассурот Сухбатни баҳолаш 1 2 3 4 5**
  - Сухбатдошингизга қизиқиш билдингизми?
  - Сўзларингизда ёки жисмоний титрашлар бўлмади?
  - Профессионал кўринишга эгамидингиз?
  - Овоз тони ёқимли ва ишончлимиди?
  - Сухбатдошингизга ўз энтузиазмингизни “юқтирддингизми”?
  - Аниқ хулосалар, фикрлар ва таклифлар
- Янада объективроқ ахборот олиш учун спонсорингизни кейинги учрашувда иштирок этишини сўранг ва у ушбу методика бўйича натижаларни баҳоласин.

## **Эътирозлар билан ишлаш**

Эътирозлар истаган бир вақтда пайдо бўлиши мумкин – улар презентациянинг бошида, ўртасида ёки тугагандан кейин, учрашувларда, вақтни келишиш давомида ва умуман истаган вақтда юзага келиши мумкин. Эътирозлар билан самарали ишлаш учун “Доим тайёр” шиоридан фойдаланишингиз керак.

Эътирозга қандай жавоб беришни билмайдиган янги дистрибьюторнинг потенциал кандидат билан бирга-бир қолишдан ҳам ёмонроқ нарсанинг ўзи бўлмайди. Шунинг учун дистрибьютор олдин яхшилаб машқ қилмагунча 1-1 презентация ўтказмаслиги керак.

Дистрибьюторларнинг биринчи презентациялари вақтида унинг спонсори ҳам ушбу жараёнда иштирок қилиши керак. Бунда янги дистрибьютор спонсоридан презентацияни қандай ўтказишни ўрганати, спонсор унга эътирозлар билан ишлашда ёрдам беради, у гуруҳ бўлиб ишлашни ўрганати. Бошқа томондан икки кишининг бир кишига презентация ўтишида кандидатнинг презентацияда айтилаётган фикрларга доғлиги ортади. Чунки у спонсорни эксперт сифатида тан олади.

Эътирозлар – бу яширин имкониятлардир. Улар янги дистрибьютор учун қопқон бўлиши мумкин. Лекин профессионал учун имкониятдир.

Сиз ЭЪТИРОЗЛАРНИ ЯШИРИН САВОЛ сифатида қабул қилишингиз керак.

Агар сиз эътирозга дуч келсангиз, бу ушбу одам асосли қарор қабул қилиш учун тўлиқ ахборот олмаганлигини англатади. Эътирозлар шахсий рад

қилиш билан жуда кам боғланишга эг ава кўпинча умуман боғлиқликка эга бўлмайди ҳам.

Кўпчилик ҳолларда эътирозлар қарор қабул қилиш жараёнини чўзиш учун қўлланилади.

Эътироз жавобсиз қолган саволга асосланган бўлади, яъни у яширин саволдир. Сизнинг вазифангиз эса унга унинг ҳақиқий саволни очиши ва шакллантиришига ёрдам бериш ва кейин унга жавоб беришдир.

Эътирознинг ортига яширилган саволни топиш учун “муваффақиятга томон олти қадам” усулидан фойдаланишингиз мумкин.

*№1 қадам. Диққат билан тингланг*

Диққатингизни бир жойга жамланг ва потенциал ҳамкорингизни эътибор билан тингланг. Ҳеч қачон унинг фикрини бўлманг, тилингизни тишланг ва у ҳозир нима демоқчилигини олдиндан башорат қилишга уринманг.

*№2 қадам. Детектив бўлинг*

Бунда сиз яширилган эътирозларнинг маъносини тушунишга ҳаракат қилишингиз ва потенциал ҳамкорингиз аслида нимани сўрамоқчи эканлигини англашингиз керак.

Масалан, у “Бу пирамидами?” деб сўради. Жуда кўпчилик бу ҳолатда ҳимоя позициясига ўтади ва ўз бизнесини ҳимоя қила бошлайди. Аслида бўлса бу одам ушбу бизнес қонунийми ёки йўқми, шунини билмоқчи эди.

“Менинг бунга вақтим йўқ” эътирози ҳам худди шундай “Чегараланган вақт билан ҳам муваффақиятга эришсам бўладими?” деган саволдан иборатдир.

Эътироз аслида савол бўлса ҳам ҳаммиша фактга ўхшаб кўринади. Яширин саволларни аниқлаш учун сиз ўз гапларингизнинг охирига “Шундайми?”, “Тўғрими?” сўзларини қўшишни ўрганинг. Шундан кейин уларнинг саволларига жавоб беришингиз мумкин бўлади.

*№3 қадам. Маъқулланг ва эътирозга жиддий қаранг*

Бу қуйидагича амалга оширилади: “Дониёр! Буни сўраганинг яхши бўлди”. Ҳеч қачон “ЛЕКИН” деманг ва ҳимоя қилишни бошламанг. Шунчаки у нима деганини эътиборга олинг ва озгина кутинг.

Агар унинг нимани эътиборда тутаётганини тушунмасангиз ёки у нимани тушунганлигини билмасангиз, қайтадан сўранг.

“Дониёр! Сен нимани назарда тутаётганлигингни аниқ билмаяпман. Буни бошқачароқ қилиб тушунтириб бера оласанми?” ёки “Дониёр! Буни менга батафсилроқ тушунтириб бер” дейишингиз мумкин.

Бу билан сиз суҳбатдошингизни уялиш ва ноқулай ҳолатдан қутқарасиз. Энди суҳбатингиз иккалангиз ҳам иштирок қиладиган ва ҳақиқатни ҳамда энг яхши имкониятларни топишга уринишга айланади.

*№4 қадам. Потенциал ҳамкорларга индивидуал ёндашинг*

Ўта ақлли гаплар ва фактларни тикиштиришдан қочинг. Сизнинг бу гапларингизнинг қанчалик ҳақиқатга яқинлиги ва сиз қанчалик тўғри жавоб берганингизнинг аҳамияти йўқ. Сиз шунчаки суҳбатдошингизнинг фикрларини бир чеккага суриб қўйдингиз ва бу билан унинг ўзини ҳам бир

чеккага сурдингиз. Яхшиси унга махсулотингиз ҳақида гапиргандагидек бирор ҳикоя айтиб беринг. Бунда таҳдид бўлмайди ва фақат суҳбатдошингизнинг ақлига эмас, бакли ҳиссиётларига ҳам мурожаат қиласиз. Сизнинг жавобларингиз ақлли бўлиши ва шу билан биргаликда унинг ҳиссиётларига тўғри келиши керак.

Кўпчилик эътирозларга “Ҳиссиёт ва натижа” усулида жавоб бериш мумкин. Сизнинг потенциал ҳамкорингиз нимани ҳис қилаётганлигига эътибор беринг. Кейин сиз ҳам бошида ўзингизни шундай ҲИС ҚИЛГАНИНГИЗНИ айтинг ва ишонч атмосферасини яратинг. Кейин эса қандай НАТИЖА олганингизни ёки СИЗНИНГ ТАЖРИБАНГИЗДА бу қандай иш берганини айтиб беринг.

Масалан, “Дониёр, сен нимани ҳис қилаётганингни тушуниб турибман. Вақт – бу топилмас нарса, шундайми? Мен ҳам бошида бунга вақт топа олмайман деб ўйлаган эдим. Кейин билсам бу жуда эгилвчан фаолият экан ва унга ўзим истаганча вақт сарфлашим мумкин эканлигини билиб қолдим. Икки ой ўтганидан кейин нима бўлди, биласанми? Бу иш менга роҳат бахш эта бошлади, мени кўллаб—қувватлаб туришди ва муваффақиятларим кундан-кунга оша бошлади. Мен ҳам тобора кўпроқ вақтимни тармоқли маркетингга бағишлай бошладим. Ҳозир эса мен бошқа ишда ишламайман ва бизнесимни уйдан бошқараман. Энди болаларимга ҳам анча вақтим бўляпти, спорт билан шуғулланишга ҳам вақтим ортиб қоляпти”.

Умуман олганда ҳеч кимга ёлғон гапирманг. Агар бундай қилсангиз, вақти келиб сизни фош қилишади. Энг қийини кимга қандай ёлғон гапирганингизни эслаб қолиш ва кейинги сафар яна алдашда давом этишингиздир. Бундан ташқари ҳақиқий ҳикоя ўйлаб топилганига қараганда унчалик таъсирли бўлмаслиги мумкин, лекин у ишончли бўлади. Бу иш беради.

*№5 қадам. Тасдиқлашни кутинг*

Сизни тўғри эшитганлари ва тушунганликларини текшириб кўринг. “Дониёр, нимани назарда тутаётганимни тушундингми?” ёки “Дониёр, бу сен билан ҳам содир бўлиши мумкинлигини кўряпсанми?” ёки “Дониёр, бу сенга ҳам тегишли эканлигини тушундингми?”.

Ҳеч нарсани тахмин қилманг. Тасдиқлашларини кутинг, шунда кейинги қадам сиз учун дунёдаги энг осон иш бўлади.

*№6 қадам. Танлашга имкон беринг*

Уларга бизнесга киришлари учун қилиши мумкин бўлган нарсаларни танлашга имкон беринг. Улар бу охириги қадамни сиз уларнинг барча яширин саволларини аниқлаганингиздан кейингина қилишлари мумкин. Агар у охиригача қилинмаган ва бирор яширин савол қолиб кетган бўлса, №1 қадамга қайтинг ва ҳар битта эътирозни кўриб чиқинг. Ушбу жараённи қанча керак бўлса, шунча марта амалга оширинг. Шундан кейингина қарор қабул қилиш мумкин бўлади.

Агар вақти келган бўлса, УЛАРГА ТАНЛАШ ИМКОНИНИ БЕРИНГ.

Агар потенциал ҳамкорларингиз сизнинг жавобларингиздан қониққан бўлишса, уларга охириги саволни беринг.

“Жуда ажойиб, Дониёр! Ҳамма нарсага ишонч ҳосил қилган бўлсанг, ҳозирнинг ўзидаёқ шартномани тўлдиришимиз мумкин. Маҳсулотларни олиб, уларнинг қай даражада фойдали эканлигини ўзинг текшириб кўришинг мумкин. Бу орада биз сен билан бизнес қуришни ҳам бошлашимиз мумкин. Бошланишига мен сенга ёрдам бериб тураман. Шундай қилиб, бизнесни бошлашинг учун қайси йўл сенга маъқул?”

Потенциал ҳамкорларингизни бирор қарорга келишига ундаш учун, бу маҳсулотни харид қилишми, дистрибьютор сифатида бизнес қуришни бошлашми ёки учрашувга таклиф қилишми – барибир унга иккита имкониятдан биттасини танлашни таклиф қилишингиз керак. Бунга қанча вақтингиз кетса ҳам, улар ўзлари қарор қабул қилишларига йўл қўйманг ва танлашга мажбур қилинг.

Потенциал ҳамкорингизга танлашга имкон бериш билан сиз унга жуда яхши ёрдам берган бўласиз. Чунки кўпчилик одамлар учун қарор қабул қилиш жуда қийин иш. Агар уларга танлаш имконияти берилмаса, кўз олдларида улкан битта қарор қабул қилиш билан боғлиқ мураккаб жараённи кўришади.

Танлаш эса оддий иш. У ёки бу имкониятни танланади, ҳолос. Уларга қайсинисини танлайсан деб сўраганингизда, улар бутун эътиборларини қайси вариантни танласам экан деган фикрга қаратадилар. Агар бутун суҳбат давомида унинг гапларингизни тасдиқлашига эришган бўлсангиз, энди ё маҳсулотни танлаш ёки дистрибьютор бўлиш ёки бўлмаса иккаласини ҳам бирданига танлаш имконияти берилади.

Шундай қилиб, сиз охириги қадамда унга танлашга имкон берсангиз, гап ҲА ва ЙЎҚ ни эмас, иккита ҲА дан биттасини танлаш ҳақида бўлиб қолади. Қайси ҲА ни танлашни эса у ҳал қилади!

АГАР потенциал ҳамкорингиз сизга очиқчасига ЙЎҚ демаса, бу ҳали ҲА деган жавоб бўлади. У турли эътирозларни келтираётган экан, демак унинг барча саволларига жавоб берганингиз йўқ. Бу жавоб эмас, саволлардир. “Бу мени қизиқтирмайди”, “Бу мен учун эмас”, “Раҳмат, мен бунда иштирок этмайман”. Бу ҳақиқий рад этишдир. Унда нима қилиш керак? Ушбу ЙЎҚ ни борича қабул қилинг ва эшингизни очиқ қолдирганча **КЕЙИНГИ ҲА ТОМОН ҲАРАКАТЛАНИНГ!**

Қуйида айрим эътирозлар ва улар билан ишлашда нималарга эътибор қаратишингиз келтирилган.

**Мижознинг эътирози:** Бу тармоқли маркетингми?

**Эътирознинг бўлиши мумкин бўлган сабаби:** Мени алдашмайдими? Алданиб қолишдан, жиддий бўлиб кўринмасликдан, кулгили кўринишдан кўркиш.



Бизнеснинг чуқурлиги, катталиги ва ўзига хослигини билмаслик. Тармоқли маркетинг билан олдин шуғулланишдан олинган салбий тажриба.

**Сетевикнинг самарасиз реакцияси:** Жавоб беришдан қочиш ёки ҳимоя реакцияси. Тармоқли маркетингга қарши бирор нарсани биласизми?! Бунинг нимаси ёмон? Ва шунга ўхшашлар.

**Сетевикнинг самарали реакцияси:** Ҳа, бу тармоқли маркетинг... Олдин сиз тармоқли маркетингда ишлаб кўрганмисиз? Ҳа, бу тармоқли маркетинг... Нимага сиз бу ҳақда мендан сўрадингиз?

**Мижознинг эътирози:** Бу пирамида.

**Эътирознинг бўлиши мумкин бўлган сабаби:** Алданиб қолишдан қўрқиш. Ишонч ва контактнинг йўқлиги.

Эҳтиёжлар аниқланмаган. Ахборот нотўғри берилган. Бизнеснинг чуқурлиги, катталиги ва ўзига хослигини билмаслик ва тушунмаслик.

**Сетевикнинг самарасиз реакцияси:** Пирамида — бу энг турғун шакл. Давлат, армия, оила ва бошқаларнинг ҳаммаси пирамида принципи асосида қурилган. Йўқ, бу пирамида эмас, бу ҳалол ва очиқ бизнес (мисоллар ва далиллар келтирилади)

**Сетевикнинг самарали реакцияси:** Нимага буни пирамида деб ўйлаётганингизни тушунишимга ёрдам беринг. Бу саволни кўтарганингиз яхши бўлди, келинг буни тўлиқ муҳокама қиламиз... Сиз пирамида деб нимани ҳисоблайсиз?

**Мижознинг эътирози:** Бу ерда ким биринчи бўлса, шу кўп пул ишлаб топади.

**Эътирознинг бўлиши мумкин бўлган сабаби:** Мен бу ерда пул ишлаб топа оламанми? Пул ишлаб топиш имкониятини кўриш истаги. Муваффақиятсизликдан қўрқиш. Ўзига ишонмаслик. Эҳтиёжлар аниқланмаган.

**Сетевикнинг самарасиз реакцияси:** Эътирознинг сабабини аниқламасдан бунинг тескарисини исботлашга киришиш. Йўқ, бундай эмас (сиз ноҳақсиз), бизнинг маркетинг-режамиз ҳар бир киши бемалол пул ишлаб топа олишига мўлжаллаб тузилган. Бизнинг компаниямиз ҳаммага тенг имкониятлар беради... Бизда ҳамма биринчи...



**Сетевикнинг самарали реакцияси:** Сиз ҳозир жуда муҳим саволни кўтардингиз, нимага бундай ўйлаётганингизни айта оласизми? Жуда қизиқ, нимага бундай деб ўйлаяпсиз?

**Мижознинг эътирози:** Нимага ҳамма пул ишлаб топа олмайди?

**Эътирознинг бўлиши мумкин бўлган сабаби:** Бу ерда мен пул ишлаб топа оламанми? Пул ишлаб топиш имкониятини кўриш истаги. Муваффақиятсизликдан кўрқиш. Ўзига ишонмаслик. Эҳтиёжлар аниқланмаган.



**Сетевикнинг самарасиз реакцияси:** Ҳаммаси фақат сизга боғлиқ. Одамлар ҳар хил бўлишади. Ҳар қандай соҳада ҳам ҳамма пул ишлаб топавермайди. Агар астойдил истаса, бизнинг компаниямизда истаган одам пул ишлаб топиши мумкин ва шунга ўхшашлар.

**Сетевикнинг самарали реакцияси:** Мен сизни жуда яхши тушунаман, ҳамма тўғри қарор қабул қилишни истайди... Нимага ҳамма пул ишлаб топа олмайди деб ҳисоблаётганингизни айта оласизми? Сиз жуда қизиқ савол бердингиз, агар мен тўғри тушунаётган бўлсам, бу ерда сиз пул ишлаб топа оласизми ёки йўқлигини сўраяпсиз, шундаймасми?

**Мижознинг эътирози:** Бу бошқа иш қўлидан келмайдиганларнинг бизнеси.

**Эътирознинг бўлиши мумкин бўлган сабаби:** Ўзининг қўлидан иш келмайдиган деб ҳис қилиш, ўзига ишонмаслик. Бирор фаолиятда омади келишига катта эҳтиёж. Кулгига қолиш, бошқалар томонидан камситилишдан кўрқиш. Ҳасад.



**Сетевикнинг самарасиз реакцияси:** Сиз бу бизнесни ҳали тушунмайсиз (ёки билмайсиз). Бизнинг компаниямизда жуда бой кишилар ҳам ишлашади. Йўқ, бундай эмас (сиз ноҳақсиз). Бизнинг компаниямизда олдинги ишида катта ютуқларга эришган, катта пуллар ишлаб топаган одамлар жуда кўп. Шундай бўлишига қарамасдан улар биз билан ҳамкорлик қилишяпти.

**Сетевикнинг самарали реакцияси:** Нимага сиз буни ҳеч нима қўлидан келмайдиганлар бизнеси деб атаяпсиз? Бу ерда сиз муваффақиятга эришасизми ёки йўқми, менимча шу сизни қизиқтиряпти, тўғрими? Менга



сизнинг ҳамма нарсани аниқлаштириб олишга интилаётганингиз жуда ёқяпти. Келинг буни муҳокама қилиб оламиз...

**Мижознинг эътирози:** Бу мен учун эмас. Қила олмайман. Менинг кўлимдан келмайди.

**Эътирознинг бўлиши мумкин бўлган сабаби:** Қабул қилинмаслик ва муваффақиятсизликка учрашдан кўрқиш. Ўзига ишончсизлик. Ишончнинг ва контактнинг йўқлиги. Эҳтиёжлар аниқланмаган. Бизнеснинг ўзига хосликлари ва дистрибьютор ишини билмаслик ва тушунмаслик. Ахборот хато берилган.



**Сетевикнинг самарасиз реакцияси:** Эътироз сабабини ўрганмасдан, ҳаммаси яхши бўлишига ишонтиришга уриниш. Сиз жуда ажойиб, қизиқарли одамсиз, мулоқот қилиш, коммуникация тажрибасига эгасиз ва ҳ.к. мен ҳам шудай деб ўйлар эдим, ушбу бизнесга кирганимдан кейин... Бошқаларнинг кўлидан келяпти, сиз ҳам албатта эплейсиз...

**Сетевикнинг самарали реакцияси:** Нимага бу сиз учун эмаслигини айта оласизми? Нимага энди сиз кўлингиздан келмайди деб ҳисобляяпсиз? Мен сизни жуда яхши тушунаман, ҳар битта одам тўғри қарор қабул қилишни истайди...

**Мижознинг эътирози:** Мен одамларни қаердан оламан? Менинг танишларим жуда кам.

**Эътирознинг бўлиши мумкин бўлган сабаби:** Пул ишлаб олиш имкониятини кўриш истаги. Муваффақиятсизликдан кўрқиш. Ўзига ишончсизлик.



Бизнеснинг ўзига хосликлари ва дистрибьютор ишини билмаслик ва тушунмаслик. Ахборот хато берилган.

**Сетевикнинг самарасиз реакцияси:** Одамларни қаерда топишни тушунтира бошлаш. Ҳар битта одамнинг жуда кўплаган танишлари борлигига ишонтиришга киришиш.

**Сетевикнинг самарали реакцияси:** Сиз профессионал саволлар беряпсиз. Сиз қандай қилиб янги танишлар орттириш ва шу билан бирга қандай қилиб қизиқарли ҳамда фойдали иш билан шуғулланиш мумкинлигини

билмоқчимисиз? Айтингчи, нимага бу ҳақда сўрадингиз? Сизнинг танишларингиз давраси жуда катта бўлишини истармидингиз?

**Мижознинг эътирози:** Бу аёллар бизнеси.

**Эътирознинг бўлиши мумкин бўлган сабаби:** Қабул қилинмаслик, кулгили кўриниш, тан олинмасликдан кўрқиш. «Куч»ни намоёйиш этиш, кучсиз, муваффақиятсиз бўлиб кўринишдан кўрқиш. Эҳтиёжлар аниқланмаган.



**Сетевикнинг самарасиз реакцияси:** Эътироз сабабини ўрганмасдан, ҳаммаси яхши бўлишига ишонтаришга уриниш. Йўқ, бундай эмас (сиз ноҳақсиз)... Бизнинг компаниямизда жуда кўплаган эркаклар ишлашади...

**Сетевикнинг самарали реакцияси:** Жуда қизиқ, сиз нимага бундай деб ўйлаяпсиз? Айтингчи, сиз нимага бу фақат аёллар бизнеси деб ўйлаяпсиз? Бу ҳақда гап очганингиз жуда яхши бўлди, келинг буни батафсил муҳокама қилиб оламиз... Сиз аёллар бизнеси деганда нимани назарда тутдингиз, менга буни тушунишимга ёрдам беринг.

**Мижознинг эътирози:** Ҳозир одамларда пул йўқ. Улар бу нарсаларни сотиб ола олишмайди.

**Эътирознинг бўлиши мумкин бўлган сабаби:** Манфаатпараст бўлиб кўринишдан кўрқиш. Қабул қилмасликларидан кўрқиш, шилқим бўлиб кўринишдан кўрқиш. Муваффақиятсизликдан кўрқиш. Ўзига ишончсизлик, ўзини паст баҳолаш.



**Сетевикнинг самарасиз реакцияси:** Бошқалар учун қарор қабул қилиш керак эмас. Биз сиз билан кимнинг қанча пули борлигини билмаймиз. Бозорни айланинг, кафеларга кириг. Сиз эса одамларда пул йўқ дейсиз.

**Сетевикнинг самарали реакцияси:** Сиз жуда муҳим саволни кўтардингиз, нимага бу ҳақда айтдингиз? Айтингчи, сизнинг сотиб олиш қобилиятингиз ошишини истайсизми? Айтингчи, сизнинг пулингиз кўп бўлишини истайсизми?

**Мижознинг эътирози:** Менинг пулим йўқ. Менда бошланғич капитал йўқ.

**Эътирознинг бўлиши мумкин бўлган сабаби:** Бу куйидагича бўлиши мумкин: бунга пулим йўқ (анъанавий баҳона)! Ишонч ва контактнинг йўқлиги.



Эҳтиёжлар аниқланмаган. Йўқотиш ва алданишдан қўрқиш. Янгиликлардан қўрқиш. Ўзига масъулиятни олиш, «қулайлик зонаси»дан чиқишни истамаслик ёки қўрқиш.

**Сетевикнинг самарасиз реакцияси:** Агар одам истаса, ҳамisha пул топа олади. Бундай дунёқараш билан сизда ҳеч қачон пул бўлмайди.

**Сетевикнинг самарали реакцияси:** Айтингчи, сизнинг пулингиз қўп бўлишини истайсизми? Тушунишимча, сиз қўп пул ишлаб топишни истаяпсиз, шундайми? Айтингчи, нима сизга пул ишлаб топишингизга қаршилиқ қиляпти?

**Мижознинг эътирози:** Агар менга қарз бериб турсангиз, мен контракт тузаман.

**Эътирознинг бўлиши мумкин бўлган сабаби:** Мижознинг манипуляцияси, натижа учун жавобгарликни дистрибьюторнинг зиммасига юклашга уриниш. Ишончнинг йўқлиги, алданиб қолишдан қўрқиш.



**Сетевикнинг самарасиз реакцияси:** Мижоз учун тўлиқ ёки қисман тўлашга уринишнинг истаган тури.

**Сетевикнинг самарали реакцияси:** Айтингчи, нимага сиз айнан мен қарз беришимни истаяпсиз? Мен тушунишимча, айрим масалалар сизда ишончсизлик уйғотяпти, шундайми? Мен сиз билан ушбу бизнесни тенг ҳуқуқли ҳамкорлар сифатида бошлашни истар эдим...

**Мижознинг эътирози:** Бу ерда пул тикиш керак (тасдик). Бу ерда пул тикиш керакми?

**Эътирознинг бўлиши мумкин бўлган сабаби:**

Йўқотишдан, алданиб қолишдан қўрқиш. Ишончнинг, контактнинг йўқлиги. Эҳтиёжлар аниқланмаган. Тикилган пуллар унинг ўзига қандай қилиб ишлаши мумкинлигини билмаслик, тушунмаслик.



**Сетевикнинг самарасиз реакцияси:** Ҳа, лекин бу озгина пул бўлади. Бу сизни ташвишлантиряптими? Ҳар қандай бизнес маблағ тикишни талаб қилади.

**Сетевикнинг самарали реакцияси:** Бу ҳақда айтганингиз яхши бўлди, келинг биргаликда бу пуллариңиз қандай қилиб сизга ишлашини муҳокама қиламиз. Сиз ҳозир жуда зўр сўзни ишлатдингиз, айнан тикиш... Сиз ҳақсиз, ҳозир нима учун буни сўрадингиз? Нима учун бу ҳақда сўраяпсиз?

**Мижознинг эътирози:** Мен ҳеч нарса сотиб олмасам ҳам ишлашим мумкинми?

**Эътирознинг бўлиши мумкин бўлган сабаби:**

Йўқотиш, муваффақиятсизликка учраш кўркуви. Ўзига, бизнесга, маҳсулотнинг зарурлигига ишонмаслик. Бизнеснинг ўзига хосликлари ва дистрибьютор ишини билмаслик ва тушунмаслик. Натижа учун масъулиятни ўзига олишдан кўрқиш, истамаслик.

**Сетевикнинг самарасиз реакцияси:** Йўқ, бундай қила олмайсиз... Ҳа, шундай қилиш мумкин... Ҳеч нарса тўламасдан, ҳеч нарсани олиш мумкин эмас... Дарҳол маҳсулот нимага кераклиги ҳақида гапира бошлаш.

**Сетевикнинг самарали реакцияси:** Буни нимага сўраганингизни тушунишимга ёрдам бериб юборинг. Сизнинг ўзингиз нима деб ўйлайсиз? Сизнинг фикрингиз мен учун жуда қизик. Бу ҳақда сўраганингиз яхши бўлди, келинг, буни биргаликда муҳокама қилсак...

**Мижознинг эътирози:** Бу жуда қиммат.

**Эътирознинг бўлиши мумкин бўлган сабаби:** Анъанавий баҳона. Муаммолар ва эҳтиёжлар аниқланмаган. Ишончнинг, контактнинг йўқлиги. Мижоз томонидан бунинг унга нимага кераклигини тушунмаслик. Алдаб кетишлари, йўқотишлар, муваффақиятсизликлардан кўрқиш.

**Сетевикнинг самарасиз реакцияси:** Яхши маҳсулот қиммат бўлади. Ҳозир нима арзон? Саломатлик пулдан қиммат. Ҳамма нарсанинг ўз баҳоси бор. Бу сизга қандай фойда келтириши мумкинлигини тушунмаяпсиз.

**Сетевикнинг самарали реакцияси:** Мижозга «рухсат бериш», бошқа контакт нуқталарини қидириш, ишончга асосланган муносабатлар қуриш,



унинг эҳтиёжлари ва муаммоларини ўрганиш. Ҳар қандай ҳолатда ҳам «эшикни очик қолдириш»: ҳамкорлик қилиш истаги борлигин айтиш, координатларингизни қолдиришингиз ва омад тилаб хайрлашиш.

**Мижознинг эътирози:** Бу билан шуғулланишга вақтим йўқ.

**Эътирознинг бўлиши мумкин бўлган сабаби:** Анъанавий баҳона. Муаммолар ва эҳтиёжлар аниқланмаган. Ишончинг, контактнинг йўқлиги.

Мижоз томонидан бунинг унга нимага кераклигини тушунмаслик. Алдаб кетишлари, йўқотишлар, муваффақиятсизликлардан кўрқиш.

**Сетевикнинг самарасиз реакцияси:** Мижозни кўндиришга уриниш. Агар истасангиз, ҳамиша вақт топиш мумкин. Озгинадан бошлашингиз мумкин, кунига 1-2 соат етарли...

**Сетевикнинг самарали реакцияси:** Айтингчи, одатда сизнинг вақтингиз нималарга сарфланади? Мижозга «рухсат бериш», бошқа контакт нуқталарини кидириш, ишончга асосланган муносабатлар қуриш, унинг эҳтиёжлари ва муаммоларини ўрганиш. Ҳар қандай ҳолатда ҳам «эшикни очик қолдириш»: ҳамкорлик қилиш истаги борлигини айтиш, координатларингизни қолдиришингиз ва омад тилаб хайрлашиш.



**Мижознинг эътирози:** Менинг эрим (хотиним) бунга рухсат бермайди.

**Эътирознинг бўлиши мумкин бўлган сабаби:** «Қулайлик зонаси»дан чиқишни истамаслик ва жавобгарликни ўз зиммасига олишдан кўрқиш. «Катта» бўлишдан кўрқиш.

Муваффақиятсизлик, муносабатларнинг узилишидан кўрқиш.

Ўзгаришлар ва янгиликлардан кўрқиш. Ўзига ишонмаслик. Эҳтиёжлар аниқланмаган.

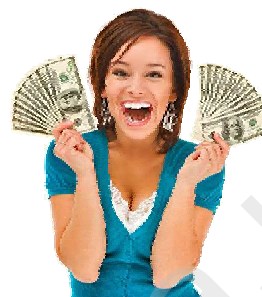
**Сетевикнинг самарасиз реакцияси:** Мижоз устидан манипуляция қилиш. Мен сизнинг ўз фикрингиз бор деб ўйлайман. Сиз ўзингизни кўпроқ хурмат қилишингиз ва ўзингиз қарор қабул қилишингиз керак. Балки сизнинг эрингизга сизни босим остида ушлаб туриш фойдалироқдир.



**Сетевикнинг самарали реакцияси:** Айтингчи, унинг бундай қарор қабул қилишига нима сабаб бўлганини қандай изоҳлайсиз? Сизнинг бу ҳақдаги фикрингизни билиш қизиқроқ.

**Мижознинг эътирози:** Мен аллақачон бошқа тармоқли компанияда ишлайман.

**Эътирознинг бўлиши мумкин бўлган сабаби:** Ўзининг компанияси ва ўз танловига ишонч. Ўзини ва ўзининг олдинги танловини ҳимоя қилиш. Бор нарсасидан айрилишдан кўрқиш. Ўзгаришлар ва янгиликлардан кўрқиш.



**Сетевикнинг самарасиз реакцияси:** Болаларнинг «меники яхши, сеники ёмон» ўйинини ўйнай бошлаш. Яъни ҳужумга ўтиш ва ўз компаниясининг яхшилигини асослашга уриниш.

**Сетевикнинг самарали реакцияси:** Ҳамкасабамни учратганимдан хурсандман... Бу жуда ажойиб, тўлиқроқ айтиб бера оласизми? Ўз компаниясининг устунликларини тикиштирмасдан, буни амалда кўрсатадиган ўз ҳикоясини айтиб бериш, биринчи ўринда шахс ва ишбилармон ҳамкор сифатида ўзига қизиқтириш.

**Мижознинг эътирози:** Ҳар қандай ҳужжатни ҳам сохталаштирса бўлади.

**Эътирознинг бўлиши мумкин бўлган сабаби:** Алданиб қолишдан кўрқиш. Ишонч, контактнинг йўқлиги. «Қулайлик зонаси»дан чиқишни истамаслик ва жавобгарликни ўз зиммасига олишдан кўрқиш.



**Сетевикнинг самарасиз реакцияси:** Мижоз устидан манипуляция қилишни бошлаш. Дарҳол ҳужумга ўтиш... Сиз ноҳақсиз (бундай эмас)... Бизнинг бизнесимиз қонуний, қонуний компания, турли далилларни келтира бошлаш, ишонтиришга уриниш.

**Сетевикнинг самарали реакцияси:** Сиз абсолют тўғри гапни айтяпсиз, ҳар қандай ҳужжатни ҳам сохталаштириш мумкин, шунинг учун мен сизга уларни яхшилаб ўрганиб чиқишингизни ва ҳақиқийлигига ишонч ҳосил қилишингизни истайман. Агар тўғри тушунаётган бўлсам, сиз компаниямизнинг ва бизнесимизнинг қонунийлигига шубҳа қияпсиз,

тўғрими? Мен сизни жуда яхши тушунаман, ҳар ким ҳам тўғри қарор қабул қилишни истайди...

**Мижознинг эътирози:** Агар мен ёш бўлганимда...

**Эътирознинг бўлиши мумкин бўлган сабаби:** «Қулайлик зонаси»дан чиқишни истамаслик, ўз ҳаётида бирор нарсани ўзгартиришдан қўрқиш. Ўзига ишончсизлик. Муваффақиятсизликдан қўрқиш. Эҳтиёжлар аниқланмаган.



**Сетевикнинг самарасиз реакцияси:** Ишонтиришга, кўндиришга уриниш. Бизнинг компаниямизда сизнинг ёшингиздаги ва сиздан каттароқ ҳам анчагина одамлар ишлашади... Ҳаёт бу билан тамом бўлиб қолмайди...

**Сетевикнинг самарали реакцияси:** Агар ёш бўлсангиз, нима қилардингиз? Айтингчи, ҳозир нима сизга бу билан шуғулланишингизга қаршилиқ қиляпти? Ҳикоя айтиб бериш. Презентацияга таклиф қилиш. Шу ёшдаги дистрибьютор билан таништириш.

**Мижознинг эътирози:** Ўйлаб кўриш керак.

**Эътирознинг бўлиши мумкин бўлган сабаби:** Анъанавий баҳона. Эҳтиёжлар ва муаммолар аниқланмаган. Ишончининг, контактнинг йўқлиги. Янги, нотаниш нарса, ўзгаришлардан қўрқиш. Нотўғри қарор қабул қилиш, ўз зиммасига масъулият олишдан қочиш, қўрқиш.



**Сетевикнинг самарасиз реакцияси:** Бу сиз учун фойдали эканлигини тушунишингиз керак (бу сиз учун керак) ва ҳ.к.

**Сетевикнинг самарали реакцияси:** Сизни нима иккиланишга мажбур қилаётганини тушунишимга ёрдам бера оласизми? Мен сизни жуда яхши тушунаман, ҳар ким ҳам тўғри қарор қабул қилишни истайди... (Пауза қиласиз). Айтингчи, сизнингча нима бизнинг бир фикрга келишимизга ёрдам бериши мумкин?

**Мижознинг эътирози:** Сиз маҳсулотни сотишингиз керак бўлгани учун шундай деяпсиз. Ўз фойдангизни кўзлаяпсиз.



**Эътирознинг бўлиши мумкин бўлган сабаби:** Ўз фойдасини топиш истаги, эҳтиёжи. Алданиш, йўқотиш ва ундан фойдаланишларидан кўрқиш. Қабул қилинмаслик ва устидан қулишларидан кўрқиш. Эҳтиёжлар аниқланмаган. Ишонч, контактнинг йўқлиги.

**Сетевикнинг самарасиз реакцияси:** Ўз фойдасини рад қилиш. Мен сизга ёрдам бермоқчиман, буни тушунмаётганингиздан афсусдаман.

**Сетевикнинг самарали реакцияси:** Айтингчи, нимага сиз мен ўз фойдамни кўзлаяпман деб ўйлаяпсиз? Мен фойда излаяпманми... албатта, айтингчи, ўзингиз фойдангизни топишни истайсизми? Жуда тўғри, ҳозир биз сиз билан бу сиз учун қай даражада фойдали бўлишини муҳокама қиламиз. Мен ҳақиқатан ҳам сотмоқчиман, бу эса мен учун сиз билан бирга имконият топишни аниқлатади...

**Мижознинг эътирози:** Уйма-уй юриб буни таклиф қилишим керак. Буни сотиш керак. Одамларни кўндириш керак.

**Эътирознинг бўлиши мумкин бўлган сабаби:** Қабул қилмасликлари, бошқаларга хиралик қилишдан, устидан қулишларидан, рад жавоби беришларидан кўрқиш. Ўзига ишонмаслик, ўзини паст баҳолаш. Тармоқли маркетинг ёки «Канада савдо компанияси» вакиллари билан танишишдан олинган салбий тажриба. Бизнеснинг ўзига хосликлари, дистрибьюторнинг фаолияти билан таниш эмаслик, тушунмаслик.



**Сетевикнинг самарасиз реакцияси:** Йўқ, бундай эмас (сиз хато қиляпсиз). Буни уйма-уй юриб сотиш керак эмас, шунчаки танишларингизга айтсангиз етарли. Одамларга уларга ёрдам берадиган нарсани таклиф қилиш кўрқинчли нарса эмас. Мен ҳам шундай деб ўйлар эдим... Нима бўпти? Биз ҳаммамиз сотувчимиз ва ҳаммамиз харидормиз...

**Сетевикнинг самарали реакцияси:** Айтингчи, нимага сиз уйма-уй юриб сотиш керак (ёки кўндириш керак) деб ўйлаяпсиз? Сиз ҳозир жуда муҳим саволни кўтардингиз, келинг буни биргаликда батафсил муҳокама қилсак... Айтингчи, сизнингча «сотиш» деганда нимани тушунаси?

**Мижознинг эътирози:** Бу секта.





**Эътирознинг бўлиши мумкин бўлган сабаби:** Янги ва нотаниш нарсдан кўрқиш. Бировларга боғлиқ бўлиб қолишдан кўрқиш. Устидан кимдир кулишидан кўрқиш. Стереотиплар.

**Сетевикнинг самарасиз реакцияси:** Йўқ, бу секта эмас, бу жиддий компания ва жиддий бизнес... Агар секта менга пул ишлаб топиш имкониятини берадиган бўлса, секта бўла қолсин.

**Сетевикнинг самарали реакцияси:** Айтингчи, нимага сиз буни секта деб ўйлаяпсиз? Балки сизнинг бундай деб ўйлашингизга асос бордир?

#### 4. Тармоқли маркетинг тадбирлари

Биз ўтказадиган тадбиримизга аниқ мақсад қўядиган бўлсак, унинг натижавийлиги коэффиценти анча ошади. Тадбир бир қанча вазифаларни бажариши керак деган талаб қўядиган бўлсак, унинг самаралилиги камаяди. Биз бирор тадбир ўтказаятганимизда у бирор маъно касб этишига ҳаракат қиламиз. Унинг қандай тадбир эканлигининг аҳамияти йўқ: бу презентация, уй тўғараги ёки бошловчилар учун мактаб бўлиши мумкин. Кўпинча дистрибьюторлар буни нима учун қилишаётганлигини билишмайди. Спонсор шундай қиляпти, мен ҳам қиламан. Бирор иш қилишдан олдин сиз ҳамиша ўзингизга савол беринг “Буни мен нима учун қиляпман?” Чунки биз айрим пайтларда спонсоримиз йўл қўйган аҳмоқликларни фақат такрорлаймиз. Спонсоримиз аллақачон ҳамма нарсани ўзгартирган бўлиши мумкин, биз эса тадбирнинг мақсадини тушунмаганлигимиз сабабли ҳалиям аҳмоқгарчилик билан шуғулланаётган бўламиз.

Келинг бизнесимиздаги айрим тадбирларни уларнинг мақсадлари нуқтаи назаридан кўриб чиқсак. Шундай қилиб, кўчадан келган киши биринчи бўлиб дуч келадиган тадбир **презентация** деб аталади.

Презентациянинг мақсади: биринчи навбатда одамни бизнесга, кейин маҳсулотга қизиқтириш ва уни дистрибьютор ёки мижозга айлантиришдир. Презентацияга илиқ шароит яхши таъсир кўрсатади, расмийлик керак эмас.

Презентацияни олиб борувчи киши зал билан ишлай оладиган одам бўлиши керак. Бу у презентацияни бошидан охиригача ўзи ўтиши керак дегани эмас. Масалан, сиз **кучли етакчисиз** ва янги келганларни презентация ўтишга ўргатяпсиз. Сиз залдагилар билан саломлашасиз, бошловчиларни таништирасиз ва уларга сўз берасиз. Уларнинг биттаси бир қисмни, бошқаси яна бошқа қисмни олиб боришлари мумкин. Сиз эса уларнинг ёнида бўласиз ва истаган вақтда уларни қўллаб-қувватлашга тайёр турасиз. Сиз залдаги шароитни қаерда ҳазил, қаерда латифа билан ушлаб турасиз. Сиз саҳнада умумий вақтнинг тахминан 30% ида бўласиз. Таклиф қилинганлар бўшашган бўлиши, улар учун бу қизиқ бўлиши керак. Улар энг кенг тарқалган саволларга жавоб олишлари керак. Масалан, қуйидаги саволларга:

- Бу бизнес оддийми ва мен унда ишлай оламанми?
- Унда қанча ва қандай қилиб пул ишлаб топиш мумкин?  
“Қанча ишлаб топиш мумкин?”

Шуни айтиб ўтиш керакки – презентацияни катта аудиторияга ёки бир кишига ҳам ўтказиш мумкин. Келган киши “Қанча ишлаб топишим мумкин?” деган саволни берса, биз нима деб жавоб берамиз? Кўпчилик ҳолларда гапираётган дистрибьютор қайси даромадга чиққан бўлса, у шу ҳақда гапиради – кимдир 100\$, яна биров 500\$, кимдир эса 1000\$ ҳақида гапиради. Бир томондан бу яхши, лекин иккинчи томондан одамлар сизнинг айтаётган рақамларингизни ҳазм қила олмасликлари мумкин. Агар фақат сут эмадиган болага, дудланган гўшт берсак, у заҳарланиб қолади, тўғрими? Айрим ҳолларда биз кўчадан келган одам умуман эшитмаган суммалар ҳақида гапира бошлаймиз. Мен сизга бу ерда сизнинг бу ҳолатларда ишлашингизга ёрдам берадиган битта усулни бермоқчиман.

Қанча ишлаб топиш мумкин деган саволга қандай қилиб яхшироқ жавоб бериш мумкин? Энг яхши вариант унинг саволига савол билан жавоб беришдир: “Сизнинг ўзингиз қанча ишлаб топяпсиз?”. Шундан кейин дарҳол иккинчи саволга ўтиш керак: “Ўзингизни ҳамма нарса қила оладиган одам деб ҳисоблашингиз учун қанча ишлаб топмоқчисиз?”.

Агар бу киши 300\$ ишлаб топаётган бўлса, унга 5000\$ катта сумма ҳақида гапиришингиз фойдасиз.

Агар олдингиздаги одам 1500\$ даромадга эга бўлса, сиз унга қандай қилиб 300\$ даромадга енгилгина чиқиш мумкинлиги ҳақида гапирсангиз, у сизни умуман эшитмайди ҳам. Ҳар қандай одамга у шу пайтгача еб кўрган бўлакни ҳис қилдириш ва унга 20-30% каттароқ бўлакни таклиф қилиш керак.

*“Мен қандай ёрдам ола оламан?”*

Ҳар қандай одамга унга бошланғич босқичда ёрдам беришадими ёки йўқми деган савол жуда қизиқ. Айрим одамларга ёрдам беришгани ёқади, бошқалари эса мустақилликни яхши кўришади ва уларга ёрдам беришингиз ёқмайди. Бу ҳолатда сиз унга “Ишингизда бошлиғингиз борми?” деб савол берасиз. Кўпчиликнинг албатта бошлиғи бўлади. Шунда сиз унга кейинги саволни берасиз: “Бошлиғингиз сизга ёқадими?” Одатда бошлиқ ёқмайди. Бошлиқ ёқмаслигининг иккита сабаби бўлади. Биринчи сабаб – доимий равишда буйруқ беради ва қандай қилишни ўргатади, иккинчи сабаб – ҳеч нарса қилмайди, бўлимда ҳамиша тартибсизлик, унинг ўзи эса жойида бўлмайди. Шунинг учун иккита жавоб варианти бўлиши мумкин:

- Агар бошлиқ доимий равишда буйруқлар билан жонга теккан бўлса, “Бизнинг бизнесимизда бошлиқлар йўқ” дейсиз.

- Агар унга бошлиқ етишмаган бўлса, “Бахтингиз келди, сизга нима қилиш кераклигини айтадиган ва ўқитадиган спонсорингиз бўлади” дейсиз.

Презентация тугагандан кейин: “Бизнесни бошлаш учун ҳозир тўғри келадиган ҳолатми?” деб сўрашингиз жуда муҳим. Бу, умуман олганда, битимни ёпиш деганидир. Сиз биласизки, кўпинча дистрибьюторлар

презентацияни ажойиб тарзда ўтишади, лекин келган кишилар “ўйлаб кўраман” ёки “жавобини эртага айтаман” ёки “балки ишларман” деганга ўхшаш сўзлар билан кетишади. Бундай ҳолатда унга “Шартномага имзо чекасиизми?” дейишингиз нотўғри бўлади. Буни тўғрироқ амалга ошириш йўли “Ҳозир бизнесга кириш учун жуда ажойиб вақт, чунки...” дейишингиздир. Бундай ҳолатларда сиз ўқитишни сотишингиз керак бўлади. Унга бугун шартномани имзоласангиз, эртага бўладиган дастлабки ўқитишда қатнаша олишингиз мумкин бўлади, у ерда сиз қандай қилиб охири битим билан тугайдиган учрашувлар ўтказиш керак, аудиторияни қандай эгаллаб олиш керак ва шунга ўхшаш кўпгина саволлар кўриб чиқилади дейишингиз керак. Агар бу киши ўқишга қўшилмоқчи бўлса, бугун шартнома тузиши керак. Бизнинг бизнесимиз ихтиёрийдир, лекин айрим ҳолларда одамларни керакли қарорни қабул қилишлари учун йўналтириш керак бўлади. Бу дегани одамнинг устидан манипуляциялар қилиш ва ҳаммани ёздиравериш керак дегани эмас. Лекин одамни ушбу ўқишга кириш истаги борми ёки йўқми деган танлов олдида қўйишингиз керак.

Энди маҳсулотлар ҳақида. Кўпинча бирга-бир ишлаганингизда “Бизнес ҳақида яхши айтидингиз, ўзи қандай маҳсулотларингиз бор?” деган саволга тўқнаш келасиз. Бунда айрим дистрибьюторларнинг реакцияси ҳайрон қолдиради. Уларнинг юзида “Мен ҳозир гапиришни бошлайману, ҳаммаси тугайди...” деган ифода пайдо бўлади ва “чиройли ва соғлом бўлиш учун маҳсулотлар” деган жавобни олган киши “А, бу менга тўғри келмайди” дейди ва туриб кетади. Бу ҳолатга ҳеч дуч келганмисиз?

Сиз бу ҳолатда қуйидагича йўл тутишингиз мумкин. “Қандай маҳсулотларингиз бор?” деган саволга “Мен сизнинг саволингизга менинг саволимга жавоб берганингиздан кейин жавоб бераман: сизнинг оилангиз аъзолари ичида саломатлигида муаммоси бор одамлар борми?” деб сўрайсиз. Одатда бунга “Ҳа, онамда... укамда...” типидagi жавоб иоласиз. Шунда сиз: “Бизда бу муаммоларнинг ечими бор” дейсиз ва у айтган муаммолар бўйича олинган натижаларни айта бошлайсиз. Одатда, шунда одамлар қуйидаги саволни беришади: “Бу нима маҳсулот ва қанча туради?”. Биласизми, нимага у бу маҳсулотга қизиқиб қолди? Бу унга шахсан тегишлидир! У маҳсулотни эмас, унинг натижасини сотиб олди.

Айрим ҳолларда одамлар сиздан маҳсулотлар ҳақида сўрай бошлашса, сиз унга витаминлар ва ҳар хил маҳсулотларингизнинг ўзига хосликлари ҳақида гапира бошлайсиз. Шунда одам кетиб қолади. Шундай бўлганми? Ҳар қандай одамга айнан унга керак бўлган, уни қизиқтирган нарса ҳақида гапириш керак. Унга эса оғриётган жойи қизиқ.

Шундай қилиб, бизнинг презентациямиз тугайди ва уни: “Шундай қилиб, бугун ҳамкор бўлганларнинг омади келади, эртага янгилар учун ўқиш бўлади” деган сўзлар билан тугатамиз.

**Дастлабки семинар.** Ушбу тадбирнинг мақсад ва вазифалари: кечагина ҳамкорликка киришган дистрибьюторга бизнесда биринчи қадамларини қўйишни ўргатиш, унинг ишончсизлигини йўқотиш, сетевиклар ҳам оддий одамлар эканлигини ва ҳеч қандай секта эмаслигини кўрсатишдир.

У бир пиёла чой устида танишиб олиши ва мулоқотга киришиши керак. Кўпчилик ҳолларда бу танишиш анча вақтга чўзилиб кетади. Бу ерда маҳсулот билан ишлаш асосларини ўргатиш керак, маҳсулот ҳақидаги барча ахборотларни унга тиқиштириш эмас. Маҳсулотлар ҳақида у кейинчалик, маърузаларда билиб олаверади. Ҳозирча унга 5-10 та натижани айтишнинг ўзи етади. Маҳсулот ҳақидаги ахборот унга натижалар орқали берилиши керак. Ушбу семинарнинг асосий вазифаси янги келганларга бизнесда биринчи қадамларни қўйишга ёрдам беришдир. Семинар мавзулари: маҳсулотларнинг натижалари, бизнеснинг натижалари. Сиз олдиндан ким бошловчи бўлиши, ким маҳсулот ҳақида ва ким бизнес ҳақида гапиришини келишиб олишингиз керак. Янги келганларнинг бизнес бўйича натижалари бўлмайди, лекин маҳсулотлардан албатта натижалар олишган бўлиши керак. Улар ўзларининг натижалари ҳақида гапиришади. Кимдир биринчи маҳсулотни сотган, яна кимдир биринчи маошини олган. У катта бўлмаслиги мумкин. Лекин суммани айтиш керак эмас. Масалан, “Бу бизнесда уч ойдан бери ишляпман. Шунга қарамасдан мен ўз ишимдан даромад олишни бошладим, шунгача мен фақат маош олганман”. Чиройли чиқяпти, шундаймасми? Даромад унчалик катта бўлмаслиги мумкин, лекин у даромад, маош эмас, яъни бошқаларнинг ишидан олган фоизингиздир. Ҳатто кичкинагина муваффақиятни ҳам чиройли қилиб етказиб беришни ўрганинг.

**Қандай қилиб мақсадлар қўйиш керак ва улар нимага керак?** Одамларни танишлар рўйхатини тузиш, у билан тўғри ишлашни ўргатиш керак. Дистрибьюторни одамларга қўнғироқ қилиш ва тўғри таклиф қилишга ўргатиш керак. Унга ёрдам қилишингиз керак. У уйда салбий воқеаларга тўқнаш келади ва уни сиз қўллаб-қувватлашингиз керак бўлади.

Дастлабки семинарда компаниянинг биринчи даражасига кўтарилиш учун нималар қилиш кераклиги кўриб чиқилади. Маркетинг планни янада тўлиқроқ билиб олишга интилувчи кишилар албатта топилади. Уларни машғулотдан кейин қолдириш ва алоҳида суҳбатлашиш керак. Янгиларга биринчи мақсадни қўйишда ёрдам бериш, биринчи ой давомида маълум бир маҳсулот айланмасини қилиш ва квалификация даражасига чиқиш учун нималарга эътибор қаратиш кераклигини тушунтириш керак. Дастлабки семинарнинг вазифаси – бизнесдаги йўлни кўрсатиш ва ушбу йўлнинг режасини тузишдир.

## **Сетевикнинг асосий билимлари**

Битта ақлли сетевик айтган экан: “Тармоқли маркетингда ишлаган 7 йилим давомида шу даражада кўп фойдали билимлар орттирдимки, ҳамма керак билимларимни йўқотдим”.

Тармоқли маркетингда қўллаш керак бўладиган асосий билимлар мавжуд. Чунки жуда кўпчилик мактабларда ўргатиладиган тармоқ ҳақидаги умумий билимлар мавжуд, лекин улар тармоқда муваффақиятли бизнес куриш учун муҳим эмас. Айнан мана шунинг учун ҳам сетевиклардан

қўрқишади ва уларни яхши кўришмайди – чунки биз жуда кўп нотўғри нарсаларни биламиз. Бизнинг қариндошларимиз ва дўстларимиз биздан ўтдан қочгандек қочишади. Агар йўлларимиз тўқнашиб қолса, индашмайди ёки тезроқ қочишга ҳаракат қилишади – чунки биз ҳеч кимни эшитмасдан, соатлаб бу ҳақда гапиришимиз ва ўзимизнинг ақлли эканлигимиздан хузурланишимиз мумкинда! Биз йўлимизда учраган ҳар битта одамга оч ва олчоқ кўзлар билан қараймиз ва унда потенциал ҳамкор ёки миждозни кўрамиз... Ким юқоридаги тарифда ўзини кўра олди? Мана шундай сетевикларни фанатлар деб аташади ва афсуски, тармоқли маркетингда профессионалларга нисбатан фанатлар ўнлаган марта кўпни ташкил қилади. Профессиналлар – бу йўлида учраган одамни овлайдиган эмас, балки ўзига ҳамкорларни танлаб олувчилардир. Улар қаерга бораётганларини ва бунинг учун нима қилиш кераклигини биладиган стратеглардир.

Энди эса сетевикларга керакли асосий билимлар ҳақида гаплашсак.

### **1.Презентация ўтиш.**

Шундай одамлар борки, жуда ажойиб презентациялар ўтадилар ва уларни эшитган деярли ҳар бир одам ёзилади. Уларга деярли рад жавобини беришмайди, уларни мисол қилиб кўрсатишади ва деярли ҳамма улар каби презентация ўтиш маҳоратига эга бўлишни истайди. Тан олинг, сиз ҳам мана шундай презентация устаси бўлишни истамайсизми? Тан олишим керакки, мен ҳам шундай бўлишни орзу қилган эдим ва бунинг учун яхши презентаторларнинг фаолиятини кузатганман. Менинг кўрган нарсам шу бўлганки, улар кўп сонли одамларни ўзлари ёздиришган, лекин нимагадир уларнинг структуралари кам ўсар экан. Ўзимга савол бердим, нимага бу одамлар шунча вақтдан бери бизнесдалару, лекин уларнинг статуси ҳеч ўсмайди? Презентациянинг сифати зўр, одамлар кўп қўшилади, лекин тармоқ кичкина, сабаб нима? Бунинг жавоби жуда оддий экан. Бу одамлар харизматик экан, улар одамларни мотивлай олишаркан, одамларга уларни ҳозир қийнаётган нарсани очиб беришаркан, ҳолос! Улар чиройли картинани тасвирлаб беришади, лекин буни ҳаётга қандай тадбиқ қилишни билишмайди ва албатта, ҳеч кимга бу билан ёрдам бера олишмайди. Буни “илинтириб, ташлаб кетди” дейилади. Янги ҳамкор қўлида контаркт ва қўзғалган тассавурлари билан қолаверади.

Бундан шундай хулоса чиқади: энг оддий презентация ўтказиш анчагина фойдалидир – чунки буни ҳамма қайтара олади. Презентация қанчалик оддий ўтказилса, шунчалик шахс сифатида шаклланган одамлар ёзилади ва бу уларнинг ўз қарорлари бўлади, сизнинг мотивация беришингиз натижаси эмас. **Сизнинг структурангиз, маҳсулот айланмангиз ва даромадингиз бу сизнинг чиройли гапиришингиз эмас – балки сиз билан учрашув орқали ўтган одамлар сонидир.** Бу одамлар турлича бўлиши керак, бундан бир йил олдин сизнинг тўрингизга тушган ва сиз тинчини бузаётган 5-6 та бечора эмас.

**2.Ташкилотингизга келаётган одам билан қандай гаплашиш керак?**

Айрим ҳолларда учрашув вақтида мен ишни ёзилишгача олиб бормасликка ҳаракат қиламан. Нимага? Турли структуралардаги ўзаро муносабатларни кўрганимдан ва ўз тажрибамдан келиб чиқиб, ўз бизнесимни ўзим учун қулай тарзда қуришга қарор қабул қилганман. Мен истамайдиганларнинг ортидан қувмайман, ухлаб ётганларга вақт сарфламайман, иккиланаётганларни кўндирмайман. Агар учрашувда у менга эътироз билдира бошласа (сиз иккиланаётгани учун эътироз билдираётган ва тармоқли маркетинг аҳмоқона иш деб билгани учун эътироз билдираётган одамни фарқлай олишингиз керак), мен унга унинг менга тўғри келмаслигини айтаман ва жавоб бераман. У сиздан ўзининг норозилигини айта бошлашдан олдин жунатинг! Одамларга таклиф қилаётган нарсангизнинг қадрини билинг ва чўчқалар олдига олтин тўкманг. Кандидатлар томонидан рад жавобини олишдан олдин уларга тўғри келмасликларини айтишни ўрганинг. Сиз қулайроқ ишлай бошлайсиз, бу аниқ!

Тармоқли маркетинг бу ёмон нарса ва сетевикларнинг ҳаммаси фирибгарлар эканлигини айтадиган одамларни қабул қилманг ва эшитманг ҳам. Чунки халқ орасида биз ҳақимизда айнан шундай гаплар юради. Кандидатларингиз олдида куйинманг ва бекорга уринманг. Сурбет ва кўполларни уйларига жўнатинг. Рад жавоблари бизнинг бизнесимизнинг спецификасига киради, лекин **сиз рад жавобларини эшитмасликка ва сизга тўғри келмайдиган одамларга ўзингиз рад жавобини беришга ўрганинг.** Айтайлик, сиз бир нечта одам билан мулоқот қилдингиз, ёки тўрироқ айтганда улар сизни ер билан битта қилишди. Бу нарса ҳафта, ой, йиллаб давом этапти. Сиз оилангизга қандай кайфият билан келасиз? Ўзингизни ва бизнесингизни юқори тутишга ва ҳар қандай ерга уришга уринишни бошидаёқ бартараф қилишга ўрганинг.

### **3.Ташкилотингиздаги одамларни қандай баҳолаш керак?**

Ҳар битта одам ўз ташкилотида жуда кўплаган етакчилар бўлишини орзу қилиши ҳеч кимга сир эмас. Лекин ҳар қандай ташкилот истеъмолчилар, ўтқинчилар, дистрибьюторлар ва етакчилардан ташкил топади. Энди бўлса уларнинг ҳар бири билан алоҳида танишсак.

**Ўтқинчи.** Шартномани энтузиазм билан имзолади, бир нечта ўқишларга келди ва бирдан йўқолиб қолди. Энди эса қўнғироқларга жавоб ҳам бермайди. Сизда ҳам шунақаси бўлганми ёки фақат менда шунақами? Бундай одамлар шартномани сиз айтганларингизни тушунганлари учун ёки сиз унга бошқа осилавермаслигингиз учун имзолашади. Агар бу одам биринчи икки ҳафта ичида ҳеч нима қилмаса, билингки у шунчаки шу ердан ўтиб кетаётган одам бўлган ва айтганларингизнинг бирортаси ҳам унга керак эмас. Ундан тавсия олинг, исмини ўчиринг ва йўлингизда давом этаверинг.

**Истеъмолчилар.** Улар соғлигини тиклаш ёки ориқлаш ёки косметикадан ёки сизнинг хизматларингиздан фойдаланиш учун келишган ва тасодифан минимал квалификацион ҳажмни бажариб қўйишган. Шунда унга гуруҳнинг етакчиси илаша бошлайди ва ҳажмни янада оширишга мотивлай бошлайди. Бу эса истеъмолчининг қўрқишига ва ундан нимани талаб

қилишаётганига тушунмаслигига олиб келади. Агар истеъмолчига бундай босимни 2-3 мартадан ошиқ қилинса, у сиздан кетади ва уни бошқа кўрмайсиз. Керакли ҳажмни бажарганидан кейин сиз ундан бизнесни ривожлантиришни эҳтиёткорлик билан сўрашингиз мумкин, шунда ҳам олдин сиз бу уни қизиқтирганига амин бўлишингиз керак. Агар уни қизиқтирмаётган бўлса, унга босим ўтказишни тўхтатинг ва уни мижозлар куни, саломатлик куни, янги маҳсулотларнинг презентацияларига чакиринг. Унга сифатли хизмат сервисини кўрсатинг ва шу билан тўхтанг. У сизнинг компаниянгиз маҳсулотларини чин кўнгилдан истеъмол қилсин ва ўзини қулай ҳис қилсин. У сизга узоқ йиллар истеъмолчи бўлади. Сиз истеъмолчиларни тушунишингиз ва улар билан ақл билан ишлашингиз натижасида ҳар ойда ўзингизнинг маҳсулот айланмангизни стабил оширасиз.

**Дистрибьюторлар.** Бу одамлар ушбу бизнесни ўзларича кўришади ва тушунишади, лекин уларнинг тушунишлари тўғрисида фарқ қилади. Улар билан қуйидагича ишлаш керак: сўрашса, ёрдам бер, сўрашмаса, ўз маслаҳатларинг билан тикилма. Ҳар биримизнинг ўзимизнинг ҳаётий қоидаларимиз ва принципларимиз бор ва ҳар биримиз мақсаддан келиб чиққан ҳолда ушбу принципларни бирор даражада бузишимиз мумкин. Дистрибьюторлар – бу озгина ёки умуман принципларини бузмайдиган одамлардир. Асосий қоида босим ўтказмаслик ва сўрашганда ёрдам беришдир.

**Етакчилар.** Ташкилотингизда етакчи пайдо бўлса, буни ҳамма шу заҳоти билади – буни ҳеч ким ўтказиб юбора олмайди. Бу керакли маҳсулот айланмасини қилган, компаниянинг барча тадбирларига қатнашадиган, ўз ҳаёти ва қоидаларини мақсадга эришиш учун ўзгартиришга тайёр, қаерга ва нимага бораётганини биладиган одамдир.

**Етакчи** шундай инсонки, у пайдо бўлиши билан унинг кимлиги ҳаммага маълум бўлади. Сиз у билан нима қилишингиздан қатъий назар – у ишлайди, учрашувлар ўтказади, тадбирларга боради ва ўз орзусини амалга оширади. У билан қилишингиз керак бўлган ягона иш – бу уни тадбирларга ва спонсорга боғлаб қўйишдир. Бошқа ҳаммасини тармоқли бизнесни қуриш тизими бажаради.

**Маслаҳат ёки қатъий илтимос: юқорида келтирилган биринчи учта категориядаги одамларни етакчиларга айлантиришга уринманг.**

#### **4. Таҳлил ва ҳаракатларни баҳолаш.**

Кўпчилик одамлар тармоқли бизнесни баҳолашда ундаги ўз ҳаракатларини умуман баҳолашмайди. Элементар нарсаларни тушуниб олишлари учун айримларга йиллар керак бўлади. Бу ерда битта мақолни келтириш керак: “Донолик ёш билан бирга келади. Лекин айрим ҳолларда ёшнинг битта ўзи келади”. Йиллар ўтади, биз кўплаган фойдали дискларни кўрамиз, ақлли китобларни ўқиймиз, турли тренингларда қатнашамиз, структурамиздаги минғирловчилар билан ишлаймиз, кимнингдир тажрибасини ўрганамиз. Янги ҳамкорлар ва етакчиларни қидиришга сарфлаш керак бўлган қадрли вақтимизни ва кучимизни мана шу нарсаларга сарфлаймиз. Ўз ҳаракатларингизни қанчалик тез-тез баҳолайсиз?

Ўзингизнинг муваффақиятга эришиш стратегиянгизни қанчалик тез-тез таҳлил қиласиз ва унга ўзгартиришлар киритасиз? Қанча учрашувлар ўтказдингиз? Ташкилотингиз қанчага ўсди? Ушбу таҳлилни 2-3 ойда бир марта ўтказиш керак. Чунки тармоқли маркетингда кўп нарсалар кечикиброк натижа беради. Яъни сиз одамни ёздирётганингизда унинг маҳсулот айланмаси қанча бўлишини олдиндан айтиб бера олмайсиз, унинг ҳаракатлари фақат бир ойдан кейингина буни кўрсата бошлайди.

Мен ўзларининг даромадлари, эришганлари, ёпган квалификацияларидан норози бўлган кўплаган сетевикларни биламан. Ўзингиздан норози бўлишни тўхтатинг. **Ўз ҳаракатларингизни таҳлил қилинг ва ўзингиздан эмас, ҳаракатларингизнинг камлигидан норози бўлинг.**

Ўз иш вақтингизни оптималлаштиришга ҳаракат қилинг. Масалан, шахсий учрашувлар ўрнига умумий презентациялар ўтказишни бошланг ва фақат қолганлар билангина шахсан гаплашинг – бу сизнинг вақтингизни, нервларингизни ва кайфиятингизни тежайди. Ўз вақтингизни сақлаб қоладиган бир қанча манбаларни топинг ва вақтингизни сифатлироқ сарфланг.

Булар сетевикнинг асосий билимлари эди.

## **Чегараланмаган даромад олиш формуласи. Истак**

Бугунги кунда МЛМ бизнеси ярим асрдан кўпроқ стажга эга. Бу бизнесда жуда кўпчилик муваффақият қозонишди, чўққиларга эришишди, кўплар бойиб кетишди. Бу бизнес дунёнинг деярли барча мамлакатларида ривожланыпти, у ҳақда жуда кўплаган адабиётлар чоп қилинган. Бу бизнеснинг бирорта сири борми? Ҳеч ким билмайдиган бирор наса бу бизнесда мавжудми? Қандай ўйлайсиз?

Тўғри – ҳеч қандай сирнинг ўзи йўқ! Ҳаммаси маълум. Ҳаммаси ёзилган. Ҳар қандай саволга жавоб олиш мумкин.

Бугун биз сиз билан тармоқли маркетингнинг **чегараланмаган даромад олиш** имконияти ҳақида гаплашамиз.

**Чегараланмаган даромад олиш формуласи қуйидагичадир – шундай оддий ҳаракатларни яратинг ва кўрсатингки, уни кўп сонли одамлар узоқ вақт давомида қайтара олишсин.**

Ҳаммаси оддий ва енгилга ўхшаб кўринади, лекин нимагадир кимдир муваффақиятга эришади, бошқаси эса мағлуб бўлади. Муваффақиятлилар муваффақиятсизлардан нимаси билан фарқ қилишади? Бу ерда қандай сув ости қояси борки, унга урилиб кўпчиликнинг кемаси ғарқ бўлади? Бу нарса жуда оддий нарса бўлиб чиқди!

**Фарқ шундаки, кимдир қилади, бошқа кимдир эса кутиб ўтиради ва ҳеч нима қилмайди.**

Бунинг сабаби нимада деб ўйлайсиз? Нимага бировлар қиладию, бошқалар қилишмайди? Тўғри, гап – **истакда!** Ялқовлик мотивация бермайди! Ўзингиз исташингиз керак ва суҳбатлашаётган одамларингиздан



истакни қидиришингиз керак! Ялқовликни, қийинчиликларни енгиб ўтиш ва керак ишни қилиш учун энергия фақат истакда жойлашган бўлади.

Сиз билан учрашувга келган кишиларни истак даражасига қандай чиқаришни А.Бухтияров ўзининг “Мотивационное рекрутирование” китобида ёритиб берган. Мен озгина бошқачароқ ҳаракат қиламан ва буни “қўрқитиш” деб атайман. Суҳбат жараёнида мен қуйидаги типдаги саволларни берман: “Ота-оналарингиз 60 ёшида ҳам ҳалигача ўз уйлари йўқми?” ёки “Бувингиз 300 минг сўм пенсия оладими? Яхши! Сиз ҳам пенсияга чиққанингизда унга ўхшаб яшашни истайсизми?” ёки “Томорқангиз борми? Яхши! Бутун таътилингизни қўлингизда белкурак билан томорқангизда ўтказасизми? Туркияга пул сарфлашнинг ҳам кераги йўқ. У ерда денгиздан бошқа нима бор, томорқа бўлмаса?!”

Бундай саволлардан кейин одамнинг ўзи бундан кейин яна шундай яшашни истамаслигини тушунади ва “қўрқинчли” ҳолатларнинг бошқаларини ўзи топа бошлайди. Нимага бу усул бугунги кунда яхши иш беради? Чунки бугунги кунда камдан-кам одамларгина орзу қилишади, кўпчилик ишсиз қолишдан, номаълум келажак олдида қўрқувдан қалтираб яшашади. Одамнинг қўрқувларини аниқлаганингиздан кейингина унга ушбу қўрқувлардан ҳолос бўлиш йўлини таклиф қилишингиз мумкин.

Одамнинг истаклари бўлсагина, у ўз олдида мақсадлар қўя олади.

Мақсадларни бизнинг онгимиз қўяди, уларни амалга оширишни эса қуйи онгимиз бажаради. Буни кема билан таққослайдиган бўлсак, бизнинг онгимиз капитан кўприкчасида турган кема капитанидир ва у атрофдаги шароитни кўриб машина бўлимига команда беради. Қуйи онгимиз эса – машина бўлими жойлашган трюм бўлиб, ундаги матрослар капитаннинг барча буйруқларини аниқ бажаришади. Агар сиз 1000\$ бу жуда кўп деб ўйлайдиган бўлсангиз – сизнинг қуйи онгингиз ушбу 1000\$ни сизга ҳеч қачон бермайди.

Қуйи онгни уйғотиш керак. Шунинг учун сизга орзулар коллажи қилиш керак дейишса, буни қилинг! Коллажингиз қанчалик ёрқин ва чиройли бўлса, қуйи онгингиз шунчалик тезроқ ва яхшироқ ишлай бошлайди. Коллажни битта А4 форматидаги варақда бир нечта расмлар билан қилиш ҳам мумкин, ёки бутун деворни расмлар билан тўлдириб ташлаш ҳам мумкин. Масалан, менинг коллажларим ётоқхонанинг бутун бошли бир деворини эгаллаб турибди. Ҳар битта коллаж катта ватман варағида (А1) бажарилган. Битта коллажда менинг орзуимдаги уйим тўғрисида кўплаган расмлар йиғилган. Иккинчисида менинг қаерларга боришни исташим ҳақидаги расмлар жамланган. Кейингисида – менинг структурам. Кейингисида – менинг ҳаёт тарзим. Кейингисида ушбу йил учун режаларим. Кейингисида – етакчиларимнинг ва структурамдаги истеъмолчиларнинг сифатлари, унинг ўсиши бўйича режаларим йиғилган. Кейинги коллаж – менинг оилам, хоббиларим ва қизиқишларим ҳақидадир.

Сиз спонсор сифатида одамларга уларнинг стереотип ҳаёт тарзларидан фарқ қиладиган бошқача ҳаёт тарзини кўрсатишингиз керак. Дистрибьюторларингизга ўзингизнинг коллажларингизни кўрсатинг. Уларга

нималар ҳақида орзу қилганингиз, нималар шу пайтгача амалга ошгани ва нималарга эришиш жараёнида эканлигингизни айтинг. Дистрибьюторларингиз орзуларни ҳамма ҳам амалга ошириши мумкин эканлигига ишонсинлар.

Сизнинг мақсадларингиз ўзгариши мумкин ва шартдир. Масалан, Сиз аввалига 100\$ ишлаб топиш мақсадини қўясиз ва унга эришганингизда бу сумманинг нақадар кам эканлигини биласиз. Албатта кейинги мақсадингиз каттароқ бўлади.

Одам учун истаклар – бу унга таслим бўлиш ва ташлаб кетишга йўл қўймайдиган ички мотивациядир.

**Мотивация** – бу вақт давомида сақланиб қолган энтузиазмдир. Яъни одам ё қилади ёки қилмайди.

Шундай гап бор “имиж ҳеч нарса эмас, ташналик – ҳаммасидир!” Сизнинг истагингиз қанчалик кучли бўлса, у сизни шунчалик тезроқ ҳаркат қилишга даъват қилади ва сиз бунга тезроқ эришасиз.

Сизнинг даромадингиз фақат сизга боғлиқдир. Бу бизнесда асосий одам сизнинг спонсорингиз, компаниянгиз эмас, балки сиздир.

Ориентирга эга бўлиш, яъни сиз ўтишни истаган йўлни ўтган кишига эга бўлиш ҳам жуда муҳимдир. Сизнинг унинг ёнига боришингиз, кўришингиз ва ундан ўрганишингиз мумкин бўлсин. Бу сизнинг бевосита спонсорингиз, аплейнингиздан бирор киши ёки параллел структурадан кимдир бўлиши ҳам мумкин. Албатта бундай одамни топинг.

## **Чегараланмаган даромад олиш формуласи. Ижобий фикрлаш**

Даромад олиш формуласининг биринчи, асосий ташкил этувчиси – истакдан кейин иккинчи ташкил этувчи – ижобий фикрлаш келади.

Яна бир марта эслатиб ўтаманки, мақсадларни онгимиз қўйди, лекин уларни қуйи онгимиз бажаради. Агар сиз 1000\$ сиз учун жуда катта сумма деб ўйласангиз, қуйи онгингиз сизга ҳеч қачон ушбу 1000\$ ни бермайди.

**Негатив гапиришни тўхтатинг!**

**Негатив ўйлашни тўхтатинг!**

**Ҳеч нарсага қарамасдан фақат ижобий фикрлашни ўрганинг ва фақат шундай ўйланг!**

Шундай гап бор: “Агар худо одамга совға бермоқчи бўлса, уни муаммога ўраб беради. Совға қанчалик катта бўлса, муаммо ҳам шунчалик катта бўлади”. Шунинг учун йўлингизда учраган ҳар қандай муаммога сизнинг совғангиз ўралган нарсага қарагандай қаранг! Исталган бир синовда ҳам фақат иккита йўл мавжуд – ҳеч нарсага қарамасдан олға юриш ёки “бу иш бермайди” дейиш. Биз одамлар шундай тузилганмизки, ўзимизни оқлаш учун минглаган сабаблар топамиз.

Исталган иш ва исталган бизнес ўзининг минусларига эга.

**Ёлланма иш** – бебош бошлиқ ёки қонингни ичувчи жамоа.

**Чизиқли бизнес** – бу катта бошланғич капитал, ўта катта банкротлик таваккалчилиги.

**Тармоқли бизнес** – бу рад қилишлар. Лекин сизга эмас, ўзларига рад қилишади. Мен сизга бу билан қандай қилиб профессионал ишлаш мумкинлигини ўргатаман.

Янги одам тармоқли бизнесга келганида унинг энг катта истаги – бу иложи борича кўпроқ пул ишлаб топишдир. Шунинг учун ҳам у учрашувлар ўтказганда асосий фикри “ҳозир уни ёздираман ва менинг пулим кўп бўлади!” бўлади. Сухбатдоши унинг кўзидаям бу истакни кўриб туради. Бундай учрашувнинг натижаси нима бўлишини сизнинг ўзингиз ҳам билсангиз керак – улар нолга тенг.

Энди бўлса тасаввур қилинг, сизнинг чўнтагингизда ҳозирнинг ўзида 5000\$ мавжуд. Тасаввур қилдингизми? Ўзингизни қандай ҳис қила бошладингиз? Қандай ҳиссиётларни бошдан кечиряпсиз? Елкаларингиз тўғриландими? Гавдангиз тикландими? Кайфиятингиз яхшиландими?

Энди бўлса ҳар битта учрашувдан олдин сиз чўнтагингизда бу пуллар борлигини тасаввур қилинг.

Бу бизнесга ўз миссиянгиз сифатида қаранг – сизнинг вазифангиз иложи борича кўпроқ одамга моддий, маънавий ва жисмоний бой бўлишга ёрдам беришдир. Одамларга улар томонидан ҳеч қандай мажбуриятлар олмасдан туриб ёрдам беришни ўрганинг. Жамоат транспортида катталарга жой беринг. Қовоғи солиқ одамни кўрсангиз, унга комплимент қилинг, яхшилик уруғини экинг.

Лекин бунда ҳаддан ташқари яхши бўлиб кетманг. Одамлар сизнинг устингизга чиқиб кетишади. Яхши ва ҳаддан ташқари яхши одамнинг фарқини билсангиз керак.

90 кун давомида ўз миссиянгизни бажаринг ва бизнесингиз ҳамда ҳаётингиз қанчалик ўзгариб кетишини кўрасиз.

Энди бўлса ушбу 90 кун давомида нималар қилишингиз кераклигин ибатафсилроқ кўриб чиқамиз:

• Заҳарли ахборотлардан қутулинг. Бу дегани телевизор кўрмаслигингиз ва газеталарни ўқимаслигингиз кераклигини билдиради. Истисно тариқасида бир неча марта комедия кўришингиз мумкин, лекин боевикларни эмас.

• Заҳарли одамлардан қутулинг. Бунинг учун ҳар куни энг кўп мулоқот қиладиган 10 кишининг рўйхатини тузинг ва негатив ахборот тарқатувчилар тўғрисида минус ва ижобий фикр тарқатувчилар тўғрисида плюс ишорасини қўйинг. Агар минуслилар бу эрингиз ёки хотинингиз бўлмаса, улар билан мулоқотни қисқартиринг ёки умуман йиғиштиринг. Агар улар эрингиз ёки хотинингиз бўлса, бунга ҳар қандай шароитда ҳам ажойиб кайфиятни сақлашга ўрганиш мумкин бўлган ҳолат сифатида қаранг. Сизнинг яқинингиз нолий бошлаган пайтда сизнинг вазифангиз уни тўхтатиш ва бошқа тўлқинга ўтказишдан иборатдир. Бунинг учун ундан, масалан: “Нима ҳақида орзу қиласан? Ҳаётда нималарга эришмоқчисан?” деб сўранг.

· Ўзингиз мақтов айтишни ўрганинг ва бунга дистрибьюторларингизни ҳам ўргатинг. Мақтов – бу одамни сизга жалб қилиш учун энг тўғри йўлдир. Лекин мақтов ва лаганбардорлик турли нарсалар эканлигини эсдан чиқарманг.

· Жилмайишни ўрганинг. Дейл Карнеги айтганидай: “Ҳеч нарса бизга жилмайиш каби арзонга тушмайди ва у каби юксак баҳоланмайди”.

· Ижобий фикрлашни ўрганинг.

Икки оғайни учрашиб қолишиб ва бири иккинчисига қараб:

-Ҳозир ҳаммининг телефони бор, тинмасдан телефонда гаплашишади.

Мен эса ўзимникини уйда эсдан чиқарибман – деса иккинчиси

-Бу яхшику – йўқотиб қўймайсан! – дебди.

Биринчиси

-Ўғлим бўлса аҳмоқ: 100\$ га телефон олди - йўқотди, 200\$ га олди - йўқотди, 300\$ га олди – яна йўқотди!

Иккинчиси

-Бу яхшику – демак сотиб олишга пули бор!

Сиз ҳам ўлдириб бўлмас оптимистга айланинг!

## **Чегараланмаган даромад олиш формуласи. Ўқитиш**

Даромад олиш формуласининг учинчи ташкил этувчиси – ўқитишдир.

Азиз янгилар, одамларни таклиф қилиш тизими – бу шунчаки скелет эканлигини тушунинг. Турли одамларни таклиф қилаётиб, ҳар битта одамга мослаб ушбу скелетга гўшт ямашингиз керак бўлади. Бу принцип уй тўғараклари, шахсий суҳбатлар ва ижтимоий сўровномаларга ҳам бирдай таалукдир. Ушбу индивидуал сўзлар ва гапларни қаердан олиш мумкин деб сўраяпсизми? Бунинг учун сиз ўзингизнинг компаниянгизнинг ўргатувчи ва мотивловчи барча тадбирларига қатнашингиз ШАРТ! Ҳа, айнан қатнашингиз ШАРТ! Агар сиз МЛМга жиддий бизнес қуриш ва ўз профессионаллигингиз учун яхши мукофот олиш учун келган бўлсангиз, Сиз бу ишни ўзингиз учун қиласиз. Сизнинг профессионаллигингиз эса ўқишдан ўқишга, тадбирдан тадбирга ортиб бораверади. Спонсорингиз сизни тадбирга қулоғингиздан тортиб олиб бораётган бўлса, буни у сиз учун қилаётганлигини тушунинг.

Тадбирларда, иложи борича, ҳар битта сўзни ва гапни ёзиб олинг. Менда шундай бўлганки, битта тадбирдан фақат биттагина фикрни илиб олганман ва уни тўғри жойда ва тўғри вақтда қўллаш билан яхши натижа ола бошлаганман.

Мен кўплаган семинарлар ва тадбирларга қатнашман. Мен ҳар битта директорга “ёпишиб оламан”, ундан қандай ишлашини суриштириб биламан. Менга кўпгина кишилар маслаҳатлар беришган, ўз билимлари билан бўлишишган ва охирида мен – ҳеч қандай сеҳрли сўз, костюм ёки ҳаракат мен суҳбатлашган ҳар қандай одамнинг ёзилишини таъминлаб бера олмаслигини тушунганман.

Сизнинг олдингизга келувчи ҳар битта киши – бу шахсдир, уникалдир ва унга ўхшаган бошқа одам дунёда йўқ. Агар битта “сеҳрли” сўзингиз битта одамга таъсир қилса қолган ўнтасига у умуман таъсир қилмайди.

Ҳар битта сетевикнинг вазифаси ҳар битта одам билан у сиз билан яна мулоқот қилишда давом этишни истайдиган қилиб мулоқот қилишни ўрганишдир.

Сизнинг олдингизга янги одам келса, сизнинг вазифангиз уни ўзингизга елимлаб олишингиз, ҳар битта машғулот ва тўғаракка қатнашишига ўргатишдир. Битта мисол келтираман. Банкага тузланган бодиринг унинг ичидалигида таранг ва диркиллаган ҳолатда бўлади. Агар уни олиб тарелкага қўйсангиз, озгина вақтдан кейин у бўшашиб, бужмайиб қолади. Тармоқли маркетингда ҳам шундай – сиз ва одамларингиз ҳамиша бирга бўлиши, мулоқот қилиши, турли тадбирларда қатнашиши керак. Қайси кишининг гапидан кейин сизнинг ёки командангиздаги кимнингдир бошида шиққиллаш пайдо бўлиши мумкинлигини сиз билмайсиз.

Тармоқли маркетингни кўтариб турадиган тўртта асосий устуни бу:

- Янгилар келадиган презентациялар;
- Ушбу бизнесни қандай қилиш кераклиги ўргатиладиган ва сиз билимлар ва кўникмаларни эгаллайдиган ўқишлар;
- Ишончли мулоқот содир бўладиган ва деярли 100% ёзилишлар содир бўладиган уй тўғараклари;
- Сиз ва одамларингиз ажойиб мотивация оладиган компания тадбирлари.

Ушбу тадбирларнинг барчаси доимий равишда ўтказилиши керак, тўғри келиб қолганда эмас.

Врач, инженер, сотувчи бўлган пайтингизда бунга ўқув муассаларида ўқиганингизда, малака ошириш курсларида ўқиб-ўргангансиз. Ҳудди шунингдек тармоқли маркетингда ҳам ўзининг ўзига хосликлари мавжуд – сиз профессионал бўлганингиздагина муваффақиятли бўласиз ва кўп ишлаб топа бошлайсиз. Бунинг учун эса сиз ривожланишингиз ва ўсишингиз керак бўлади. Чунки бу бизнесда айтиш эмас – қилиш керак! Бошқача бўлинг! Бу ерда ўзингиздан бошлашингиз керак.

Энди бўлса таҳлил қилиб кўринг: охириги 6 ой давомида қандай тадбирларда бўлдингиз? Шахсан ўзингиз нечта презентация ўтдингиз (агар презентация ўта оладиган бўлсангиз)? Нечта ўқиш ёки тренинг ташкил қилдингиз ва ўтказдингиз (агар тренинглар ўта олсангиз)?

Квалификация бўйича етакчиларга лоҳида саволим бор: “Қайси лидерлар ўқишига қатнашдингиз?” Агар йўқ деб жавоб берадиган бўлсангиз, ҳамёнингиздаги пуллар ичидан энг катта купюрани олинг ва уни йиртиб ташланг. Бу ишни то лидерлар ўқишига боргунингизча ҳар куни қилаверинг! Сиз шунча ва ҳатто ундан ҳам кўп пулни ҳар куни йўқотаётганингизни тушунишингиз керак! Бу аччиқ ҳақиқатдир! Бундан кулиш ҳам керак эмас! Сиз ўқимасдан туриб, ўзингизнинг билим олишингизга пул сарфламасдан катта ютуқларга эришаман деб ўйлашингиз ўта соддалик ёки гўлликдир!

Шаҳрингиздаги ўқишларга қатнашингизда бир неча соатга уйингиздаги муаммолардан узоқлашасиз. Регионал тадбирларга қатнашганингизда бир неча кунга кундалик муаммолардан ажраласиз. Халқаро мактабларга қатнашсангиз, 1-2 ҳафтага позитив атмосферага тушиб қоласиз, нафақат билим оласиз, балки тажриба ҳам орттирасиз. Сиз кўп миқдордаги янги ва муваффақиятли одамлар билан танишасиз. Сизнинг мотивациянгиз ошади. Ҳар битта сўз ва ишорада сиз ўзингиз ва дистрибьюторларингизнинг саволларига жавоблар оласиз.

Бундай тадбирлардан келганингиздан кейин одамларингизда бирор нарсани йўқотганлик ҳиссини уйғотинг: у ерда нималар бўлганини тўлиқ айтиб берманг. Ушбу одамни ҳаяжонга солиши мумкин бўлган нарсани айта бошланг ва ярмига етганида: “Ах, сен у ерда бўлмадингда. Бу худди шоколад қанчалик мазза эканлигини айтгандай гап. Бу ҳақда эшитгандан кўра татиб кўрган яхшироқда” дейишингиз керак.

Ўқитишни иложи борича кўрғазмали қуроллар орқали амалга ошириш керак. Чунки биз энг кўп ахборотни кўз орқали оламиз. Яна одамлар спонсоринг келиб “Нимага бундай қилдинг, бундай қилиш керак” деганига қараганда учинчи шахс томонидан берилган ахборотни яхшироқ қабул қилишади.

Кейинги вақтларда мен одамни мен айтмоқчи бўлган фикрга йўналтирадиган турли бадий фильмлар ва интернетдан кўчириб олинган роликлардан фойдалана бошладим. Бунда худди мен гапирмаётгандай бўламан ва шу билан биргаликда мен айтаман шу гапларни.

[YouTube.com](https://www.youtube.com), [RuTube.ru](https://www.rutube.ru) ва [MyTube.uz](https://www.mytube.uz) сайтларидан сиз ўзингизга керакли турли мавзулардаги роликларни топишингиз мумкин.

Бу жуда яхши иш беради ва кўпчилик одамлар ўзларига керакли саволларга бирорта ҳам сўзсиз жавоб олишади.

## **Чегараланмаган даромад олиш формуласи.**

### **Ҳаракатлар**

**Даромад формуласининг тўртинчи ташкил этувчиси** – бу ҳаракатлардир. Ҳар куни сиз кўчага чиқасиз ва бирор ишларни қиласиз: эълонлар ёпиштирасиз, варақалар тарқатасиз, ижтимоий сўровномалар ўтказасиз, уй тўғаракларини ўтказасиз ва бошқалар. Катта пул ишлаб топмоқчи бўлган киши уйда ўтирганини кўрсам, бу одамнинг ўз мақсадига етиши мумкинлигига шубҳа билан қарай бошлайман. Ҳа, интернетда ўтириш, кимларгадир қўнғироқ қилиш мумкин, лекин барибир уйдан чиқиш керак! Сизнинг уйингизга кўп сонли одамлар ҳар куни келишавермайди. Кўпчилик одамлар сизнинг уйингиздан ташқарида. Сизнинг вазифангиз одамлар олдида боришдан иборатдир. Қанчалик кўп нарса истаётган бўлсангиз, бунинг учун шунчалик кўп иш қилишингиз керак бўлади. Агар сизга **100\$ керак бўлса**, варақаларни кунига бир соат тарқатишингиз керак. Агар сиз **1000\$ ишлаб топмоқчи бўлсангиз**, варақаларни кунига уч соат

тарқатишингиз керак. Чекланмаган даромад олиш формуласи эсингиздами? У ерда “кўп онли одамлар” деган жойи бор эди. Шундай экан яна бир марта эслатиб ўтаман – **кўп сонли одамлар сизнинг уйингизнинг ташқарисидадир; катта натижага эришиш учун одамларнинг олдига боринг.**

Ўзингиз учун катта қилиб – **ТАРМОҚЛИ БИЗНЕС – БУ СТАСТИКА БИЗНЕСИДИР** – деб ёзиб, кўринадиган жойга илиб қўйинг. Тармоқли маркетингда қанчалик кўп учрашувлар ўтказсангиз, тажрибангиз шунча оша боради. Профессионализм кўп сонли учрашувлар ўтказиш натижасида шаклланади. Профессионализм кўп сонли уй тўғарақлари ўтказиш натижасида шаклланади. Профессионализм кўп сонли тренинглар ва ўқишларда қатнашиш натижасида шаклланади.

Тармоқли бизнес яна шуниси билан ҳам яхшики, сизга ижод қилишингиз учун имконият бор. Сиз бизнесингизни гуллар билан безашингиз мумкин ёки уни жиддийлик рамкасига солишингиз мумкин – лекин, нима бўлганида ҳам у сизнинг бизнесингиздир! Лекин бундан олдин сизга ўз спонсорингиз билан маслаҳатлашиб олишингизни маслаҳат бераман. Чунки айрим ҳолларда гуллар иш беради, бошқа ҳолларда эса гуллардан фойда бўлмайди. Ўз хатоларингизни тан ола билинг. Фақат ўзингизга ишониб қолманг ва бошқалардан ёрдам сўрашни ҳам ўрганинг. Иложи борица бошқаларнинг хатоларида ўрганинг.

Ўзингиз истаган нарсаларни ўрганиб бўлганингиздан кейин ҳар куни ҳаракатларни амалга оширишингиз керак. Узоқ вақт давомида медитация қилишингиз, ўзингизни коллажлар билан илҳомлантиришингиз, кўплаган дарсларни олишингиз, лекин шунга қарамасдан камбағал ва муваффақиятсиз бўлиб қолаверишингиз мумкин. **Бойлик ва муваффақиятга бизни ҳаракатлар олиб боради.**

Янгиларнинг вазифаси – одамларни спонсорнинг олдига ёки презентацияга таклиф қилишни ўрганиш ва буни амалга ошира бошлашдир. Агар сиз совуқ бозорда ишлашни истасангиз, бу ҳақда спонсорингизга айтинг. У сизни бунга тайёрласин ва ўргатсин. Агар бу илиқ бозор бўлса, яна сизни спонсорингиз ўргатиши керак.

Янги одамларнинг билимини ошириш спонсорининг вазифаси. Янги кишига аниқ таклиф текстини беришингиз, уни ёдлаб олишга мажбур қилишингиз керак. Ўзидан ҳеч нима қўшмасин, чапга ёки ўнгга бир қадам қўйганлик учун отув жазоси берилади. Бу мавзуда бир нечта тренинг ўтказиш, у билан биргаликда бир нечта телефон қўнғироқлари қилиш ва уни эркин сузишга қўйиб юбориш керак. Агар бу совуқ бозор бўлса ўқитиш бошқача бўлади, илиқ бозор бўлса ўқитиш умуман бошқача бўлиши керак.

**Уй тўғарагида** спонсорингиз билан биргаликда ўз танишларингизга бир нечта қўнғироқлар қила олишингиз учун керак. Скептикни (хўл ўтин) биладиган, муваффақиятли одамлар (қурук, ёнаётган ўтин) олдига олиб келиш учун керак. Шунда бу хўл ўтин гулханга тушади ва аста-секин қуриб, ёна бошлайди. Ишончни сақлаб қолиш жуда муҳимдир. Ишонч бўлмаса,

оптимизм ҳам бўлмайди. Агар одамда оптимизм бўлмаса, демак у кислотади.

Яна битта маслаҳат. Вақтингизни муваффақиятсиз одамларга сарфламанг.

-Бу истаклари йўқ одамлардир. Улар ҳамма нарсага кўникишади. Улар ҳамма нарсдан нолийдилар ва норозилар. Лекин уларга ушбу ҳолатини ўзгартириш ва юқорига чиқиш имкониятини таклиф қилсангиз, уларни ҳозирги ҳолатлари қониқтраётганлигини биласиз. Улар фақат бирор мавзуда гапириш учунгина нолишади. Бу уларнинг мулоқот услубларидир.

-Яна бу сира вақтлари йўқ одамлардир. Улар доимий равишда қаергадир шошилишади ва кечикиб юришади.

Тармоқли бизнесда ишни бошлаш учун қанча вақт керак деб ўйлайсиз? Бу кунга 1-3 соат ёки ҳафтасига 10 соатдир. Бу реал сондир ва ушбу бизнесни қуришни бошлаган вақтда истаган бир киши осонгина ажрата оладиган вақтдир.

**Истаги бор кишиларни қидиринг.**

**Озгина бўлса ҳам оптимизм белгиларига эга кишиларни қидиринг.**

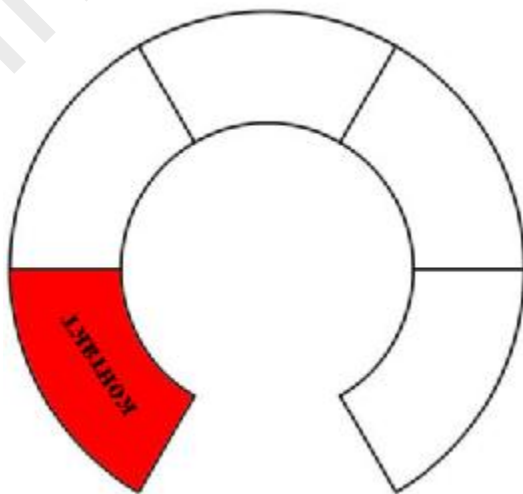
**Ўқишни яхши кўрадиган ва тайёр одамларни қидиринг.**

**Ҳаракат қилишга тайёр одамларни қидиринг.**

**Шунда сизнинг бизнесингиз ўз тезлигидан портлайди!**

## Фаол коммуникациянинг беш қадами

Тасаввур қилинг сиз учрашув тайинладингиз ва таклиф қилган одамнингиз билан юзма-юз учрашдингиз. Биринчи контактда нима муҳим деб ўйлайсиз? Сизга таниш ёки нотаниш одам сизга қараб туриб, ким эканлигингиз, кайфиятингиз қандайлиги ва умуман сиз билан мулоқот қилишга аризийсизми ёки йўқлиги ҳақида қарор қабул қилиши учун қанча вақт керак бўлади деб ҳисоблайсиз? Бунга бор-йўғи 15 секунд вақт кетади.

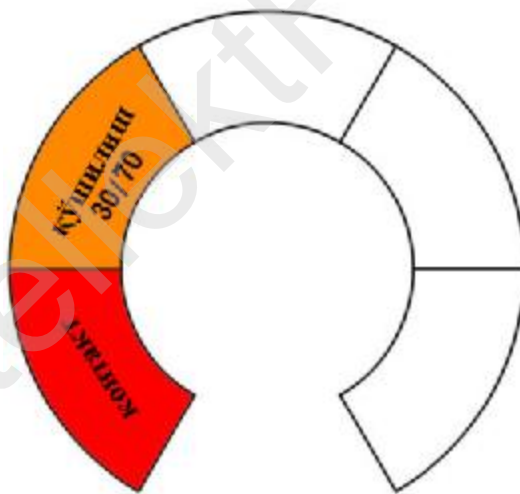


Аслида биз бир-биримизни новербал даражада баҳолаймиз. Биринчи контакт – бу бизнинг қандай киришимиз, қандай саломлашимиздир. Табиийки одамга тўғри қарашингиз, ўзингизга ишончингизни кўрсатадиган



ҳолатда бўлишингиз керак. Эшикни кенг очишингиз, тешикдан мўраламаслигингиз ва биринчи ёқимли гапни айтишингиз керак. Қандай кўринишингиз ҳам жуда муҳим. Аёллар учун алоҳида айтиш керакки, уларнинг 50% ташқи кўринишини соч турмаги ташкил қилади. Шундай экан ҳамиша бошингизда тартиб бўлишига эътибор қаратинг. Ташқи кўринишингиз шароитга мос бўлиши керак. Уйдаги учрашувда галстук керак бўлмаганидек офисда спорт костюми ҳам ўринли эмас. Кечки макияж ва кўп сонли тақинчоқлар банкетда маъқул, офисда эмас.

Шундай қилиб ажойиб биринчи таассуротни қолдирдингиз, кейинчи? Шундан кейин сиз дарҳол жангга кириш ва МЛМ ҳақида, маҳсулотларингиз ҳақида биладиганларингизнинг ҳаммасини айтиб ташлагингиз келади, шундаймасми? Сизда шундай бўлганми ёки бундай ҳолатни ташқаридан кузатганмисиз? Мен кўпинча турли дистрибьюторларнинг презентацияларида бўлганимда таклиф қилинганларнинг иккала қўлини ҳам кўкрагида чалиштириб олиб, бошини ҳам бир томонга қийшайтирганча эснай бошлаганларини кўп гувоҳи бўламан. Бу вақтда презентатор ўзининг нутқидан илҳомланган ҳолда бор кучи билан тақдимот қилаётган бўлади. Бу ҳолат сизга ҳам таниш бўлса керак? Нимага таклиф қилинган одамга айтаётганларингиз қизиқ эмас? Нимага у қоча бошлайди? Чунки иккинчи кадам – қўшилиш содир бўлмади.



Бу ўзи нима ва қандай қўшилиш керак? Ким қандай қўшилади ва қандай қилса яхшироқ бўлади? Мана бир нечта тавсиялар.

Бирорта умумий нарсани топинг. Масалан, суҳбатдошингиз сизнинг шаҳрингиздан чиқиб қолди ёки иккалангиз ҳам балиқ овини яхши кўрар экансиз ёки касбингиз бир хил йўналишда экан ва бошқалар. Балки болаларингиз битта мактабга қатнашар. Ушбу контакт фикрий ёки ментал даражада содир бўлади.

Эмоционал контакт. Сизнинг янги танишингиз фаол ва доимо жилмайиб турувчи киши. Сиз унинг олдига юзингизни бужмайтириб борасизми? Албатта, йўқ. Сизнинг тез фикрлашига қўшиласиз ва суҳбат ҳам ўз-ўзидан бошланиб кетади.

Жисмоний контакт уч хил усулда содир бўлади.

**Визуал контакт** – у истагандай кўринишда ёки у истагандай ҳолатда бўлишингиздир. Яъни сиз у истаган картиналарни чизасиз.

**Аудиал контакт** – бу унга мослашишингиздир. Агар у тез гапираётган бўлса, сиз ҳам гапириш тезлигингизни оширасиз. Агар у секин ва ўйлаб гапирадиган бўлса, сиз ҳам гапиришингизни ва ҳаракатларингизни секинлаштирасиз.

**Кинестетик контакт** – бу сиз унинг нафас олиш ритмига мослашишингиздир. Бунда у нафас олганда сиз ҳам оласиз, чиқарганда – чиқарасиз. Бу энг кучли қўшилиш каналидир.

Қўшилиш вақтида бир киши иккинчисига фаол равишда гапираётганини, иккинчиси эса унчалик фаол эмас гапираётганини ва эшитаётганининг гувоҳи бўламиз. Бу ҳолатда суҳбатни фаол гапираётган одам эмас, балки фаол эшитаётган киши бошқаради. Фаол эшитиш – бу тўғри саволлар бериш ва уларнинг жавобини тинглашдир. Савол беришга кўпи билан суҳбатнинг 30 фоиз вақти сарфланади. Суҳбатдошингизнинг жавоб беришига эса 70% ва хатто 80% вақти кетиши мумкин. Сиз диққат билан тинглайсиз, фаол равишда уни қўллаб-қувватлайсиз ва ўз саволларингиз билан суҳбатдошингизнинг эҳтиёжлари ва мотивациясини аниқлайсиз. Саволлар бериш билан сиз уни ўз муаммоларининг ечимига томон бошлайсиз.

Кейингиси – натижа.



Суҳбатдошингизни режалаштирилган натижа томон бошлаётиб, сиз унинг назарини кузатиб борасиз – у кўзини олиб қочмаяптими, бошқа ерларга қарамаяптими ёки сизга қарашни истамаяптими (бу унинг қизиқишни йўқотганлигини билдиради). Шунинг учун ҳамisha қўшилиш борлигини кузатиб туринг. Агар қўшилишни йўқотиб қўйсангиз, иккинчи босқичга қайтинг ва қўшилинг.

Сизнинг вазифангиз суҳбатдошингизга ўз қарорингиз ва маҳсулотингизни тиқиштириш эмас, балки унинг ўзи исташи ва қарор қабул қилишига ёрдам беришдир.

Яна битта ҳолат мавжуд – биз одамга қўшилдик ва уни ўзимиз истаган нарсага томон олиб бордик. Кейин ушбу одамнинг маълум вақт ўтганидан кейин кўнгли қолиши ва сизни ёмон кўриб қолиши мумкин. Бу бир кун ёки

бир неча ойдан кейин ҳам бўлиши мумкин. Бу ҳолатда сизнинг ҳаракатларингиз манипуляция деб аталади.

Манипуляция қилиш билан сотиш ва жалб қилиш билан сотиш орасидаги фарқ ҳам ушбу одам сизнинг олдингиздан кетганидан кейин бир соат, кун, ҳафта ёки ойдан кейин нимани ҳис қилишидадир. Агар у битимдан қувонса ва ачинмаса, демак сиз ҳаммасини тўғри ва ушбу одамнинг фойдаси учун қилган бўласиз.

Яқунловчи босқич – бу битим тузишдир.



Сиз таасурот ҳосил қилдингиз, қўшилдингиз ва суҳбатни бошқардингиз – буларнинг ҳаммасининг мақсади битим тузиш эди. Чунки сиз мулоқотни шунчаки валақлашиш учун қилаётганингиз йўқ. Агар сиз суҳбатнинг бошида битим тузиш ҳақида мақсад қўймасангиз, у умуман бўлмайди. Бундан хафа бўлиш ҳам керак эмас, чунки сиз ҳеч нимага эришиш мақсадини қўйдингиз ва ҳеч нимага эришдингиз ҳам.

Агар сиз ўз мақсадингизга эриша олмасангиз ҳам хафа бўлиш керак эмас. Тармоқли маркетингда минимал ва максимал натижалар бўлади. Минимал натижа – бу шунчаки тавсия олишингиз, кейинги сафар офисда ёки бошқа бирор жойда учрашишга келишиб олишингиздир. Максимал натижа эса – контракт имзолашдир.

Битим тузилганидан кейинги қадам – бу мижозга сервис хизмати кўрсатиш ёки янги бизнес ҳамкорга спонсорлик қилишдир.



Сизнинг вазифангиз истеъмолчига кейинги кун кўнғироқ қилиш ва унинг маҳсулотларни тўғри танлаганлиги ҳақида гапириш, қайси маҳсулотни қандай қабул қилиш кераклиги ҳақида консультация бериш, олинган натижалар ҳақида сўрашдир. Иккинчи кўнғироқ 3 кун дан кейин бўлади. Учинчи кўнғироқ бир ҳафтадан кейин амалга оширилади. Истеъмолчини кўллаб-қувватлаймиз ва унга янги маҳсулотларни таклиф қиламиз.

Ҳамкор билан эса ҳар куни мулоқотда бўламиз, тренингларга таклиф қиламиз, унинг фаол старт олишига ёрдам берамиз. Уни қандай қилиб спонсорлик қилиш ҳамда қандай қилиб спонсорлик қилишни ўргатишга ўргатамиз. Бунда Дон Файлнинг “Салфеткалардаги 10 та дарс”идан фойдаланамиз.

## Бизнес ва қулайлик зоналари

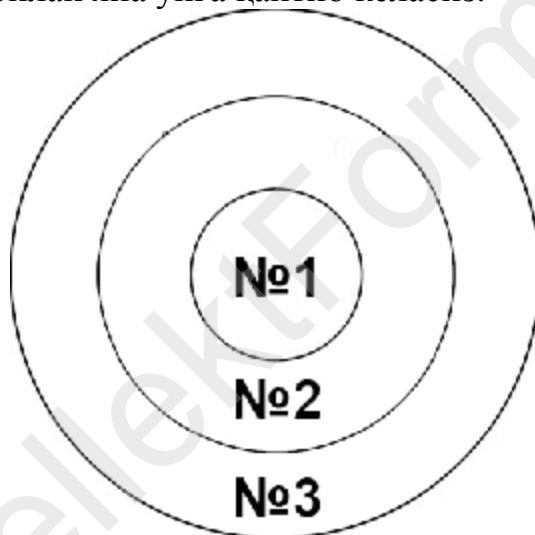
Ҳар кимнинг ўз қулайлик зоналари мавжуд. Бунинг ҳеч қандай зарарли томони йўқ. Лекин биз ўз қулайлик зонамининг қулига айланиб қолишимиз умуман бошқа масала. Бу ўз-ўзингизни рози бўлиб бўғишингиздир.

Биз ҳаммамиз таваккалчилик ҳолатлари ва потенциал муваффақиятсизликдан қочиб, ўз қулайлик зонамизда яшаймиз. Бу биз учун ҳақиқатан ҳам хавфсиздир. Лекин тармоқли маркетингга келганимиздан кейин қулайлик зонасидан чиқишимиз кераклигини ва бу шарт эканлигини тушуна бошлаймиз. Биз ҳаётимизни пассив яшаб ўтишимиз эмас, балки содир бўлаётган нарсаларга актив таъсир кўрсатишимизгина бизни муваффақиятга олиб боришини тушуна бошлайсиз. Биз ўзгара бошлаймиз ва шу пайтгача биз учун мумкин бўлмаган нималарнидир қила бошлаймиз.

Таъсир кучининг ўзи нима? Ўзингизнинг таъсир кучингизни ошириш мумкинми ва бу қандай қилинади?

**Таъсир кучи** – бу ҳаётитй ташкил этувчилар – саломатлик, шахсий ўсиш, хиссиётлар, муносабатлар, карьера ва пулларнинг балансидир. Уни ошириш мумкин ва буни фақат қулайлик зонасидан чиқибгина амалга ошириш мумкин.

Масалан, сиз ўз қулайлик зонангизда ўтирибсиз. Лекин бу ердаги ҳамма нарсани сиз шу пайтгача ўрганиб олгансиз ва барчасини еб битиргансиз. Бу зона №1 қулайлик зонаси деб аталади. Сизнинг орзуларингиздаги уй, машина ва бошқа нарсаларнинг барчаси ушбу зонадан ташқаридадир. Сиз ушбу №1 қулайлик зонасидан чиқиб, у ерда бирор ишлар қила бошлашингиз ва уни эгаллашни бошлашингизда сиз №2 қулайлик зонасига ўтган бўласиз. Маълум вақтдан кейин ушбу қулайлик зонасидан ҳам чиқа бошлашингиз керак бўлади. Кўпчилик ҳолларда одамлар ўзларининг дастлабки қулайлик зонасидан чиқишади, масалан, одамларни бизнесга таклиф қилишни бошлашади. Бир неча киши унга рад жавобини бериши билан улар яна ўзларининг эски қулайлик зонасига қайтиб келишади - “бу нарса бизда иш бермайди”, “мен буни қилишдан қўрқаман” ва тамом. Лекин сизнинг ҳаётингизда содир бўлиши мумкин бўлган энг қўрқинчли нарса ҳам худди мана шудир. Сиз ўз қулайлик зонангиздан чиқмасликка ўрганиб қоласиз ва салгина чиқишингиз билан яна унга қайтиб келасиз.



Сизнинг таъсир кучингиз эса сизнинг ҳар битта янги қулайлик зонасидан чиқишингиз частотасига боғлиқ бўлади! Сиз №1 қулайлик зонасидан чиқдингиз, аста-секин уни эгалладингиз ва энди ушбу “қулайлик зонасидан янги, №3 қулайлик зонасига чиқасиз ва уни эгаллайсиз. Ўз қулайлик зонангизни аста-секин кенгайтира борасиз.

Бир нарсани аниқ айтишим мумкинки – сиз то ўз қулайлик зонангиздан чиқмас экансиз, ривожланмайсиз. Албатта, ўз қулайлик зонангиздан ташқарида нималарнидир қилиш жуда ноқулай бўлади. Лекин бу ўсишингизнинг ягона усулидир!

Қулайлик зонасидан чиқишнинг бир неча босқичлари мавжуддир.

### **1. Проактивлик ва реактивлик.**

Содир бўлаётган воқеаларга **Реактив реакция** одам ўзгаришларнинг яқинлашиб келаётганини сезмаслиги ёки улар содир бўлаётганлигини ҳатто ўзи учун ҳам тан олмаслигидир. Бу содир бўлаётган воқеаларга **пассив реакция** билдириш усулидир – “бу менга таалукли эмас”, “худо хоҳласа, ҳеч нарса бўлмайди” ва ҳ.к. **Реактив одамлар** – бу ҳаммани сўкадиган, эски даврларни қўмсаб юрадиган негатив одамлардир.

Содир бўлаётган воқеаларга **Проактив реакция** одам ўзгаришларнинг яқинлашиб келаётганини сезиши ва содир бўлаётган воқеаларнинг ўзидан чиқиш йўлини қидириши, фаол ҳаракат қилиши ва муваффақиятга эришишидир. **Проактив одамлар** – бу позитив, коммуникабель, конструктив фикрловчи одамлардир. Муаммоларни эмас, имкониятларни кўрувчи проактив одамларга айланинг!

## 2. Муваффақиятни танланг.

Ёзувчи Луи Лямур шундай деганди: “Маълум вақтгача одамнинг тақдири унинг атрофидагилар, ирсияти ва унинг атрофидаги дунёда содир бўлаётган воқеалар билан белгиланади. Кейин шундай вақт келадики, унинг қўл остида ўз ҳаётини ўзи истагандай қилиб ярата олиши учун керак бўладиган лой бўлади. Фақат кучсизларгина ўз ота-оналари, танасининг ранги, даврни, омадсизлигини ва тақдир ўйинларини айблашади.”

Ҳар битта одам: “Бугун мен мана бу ердан ва эртага бу ерда бўламан.” – дея олади.

Ҳар битта қарорнинг натижаси мавжуд. Яхши қарор қилсангиз, ривожлана бошлайсиз! Ёмон қарор қилсангиз, қийинчиликлар бошланади.

Сиздан ўзингизнинг танлаш қобилиятингиз кучини ҳурмат қилишингизни сўрайман ва буни сиздан илтимос қиламан! Уни эркаланг... боқинг... уни яхши кўриб ва ақл билан ишлатинг. Сиз яхши эр ёки хотин бўлиш, яхши ота-она бўлишга қарор қилишингиз мумкин... сиз чиройли ва гўзал бўлишга қарор қилишингиз мумкин... сиз очиқ ва ижобий бўлишга қарор қабул қилишингиз мумкин...

Ҳаммадан ҳам сиз эркин бўлишни танлашингиз мумкин. Сиз ўзингиз қанча, қаерда ва қачон ишлашингизда эркин бўлишингизни танлашингиз мумкин. Сиз ҳақиқатан ҳам арзийдиган даромад олишингизни танлашингиз мумкин.

## 3. Ўзгаришларни яхши кўринг.

Йил фаслларининг, кун вақтларининг ва экиш ва ҳосил олишининг алмашилишига қаранг – буларнинг ҳаммаси доимий равишда ўзгариб туради ва бу дунёдаги ҳеч нима кун ёки ойнинг чиқишини, баҳор ёки кузнинг келишини, эккандан кейин ҳосил йиғиш вақти келишини ўзгартира олмайди! Биз қанчалик кўп илтимос қилганимиз, йиғлаганимиз ёки жаҳл қилганимизнинг бу нарсаларга таъсири йўқ. Ўзгариш содир бўлдими, демек биз ҳам ўз ҳаёт тарзимизни ўзгартиришимиз керак. Акс ҳолда ҳаётимиз издан чиқиб кетади. Масалан, қиш келиши билан бизнинг қанчалик кўп йиғлаганимиз, бақирганимиз, ибодат қилганимиздан қатъий назар қалин кийимларни кийишимиз керак. Акс ҳолда музлаб қоламиз!

Ўзгаришлар бузғунчидир... Лекин бунинг ҳеч ҳам аҳамияти йўқ. Чунки сиз барибир улар билан тўқнаш келасиз. Биз шундай даврда яшайпмизки, бунда яшаб қолишнинг фақат битта усули мавжуд – у ҳам бўлса ўзгаришларни яхши кўришдир!

**“Ўзгаришлар – бу ягона ўзгармас насадир”** деган гап бугунги кунда айнан ҳақиқатдир!

#### 4. Тўлашга тайёр туринг.

Сизга қандай эканлигини билмайману, мен бугун муваффақиятсизлик устидан ғалаба қозониш учун тўловга тайёрман!

Бу ҳақда бутун дунёга машҳур психолог Абрахам Маслоу шундай деган: *“Ўзи қодир бўлганидан камроққа эришишига ҳаракат қилувчи истаган одам, умрининг охиригача бахтсиздир.”*

Таваккал қилайми ёки йўқми деган қарорни қабул қилаётганингизда ўзингизга иккита саволни беринг.

Биринчиси: *“Агар мағлуб бўлсам, содир бўлиши мумкин бўлган энг ёмон нарса нима?”*

Иккинчиси: *“Агар ушбу энг ёмон нарса содир бўлса, мен уни кўтара оламанми?”*

Сизнинг ҳаётингизда иккиланишлар ва умидсизликлар, кўнгил қолишлар ва депрессиялар албатта бўлади. Лекин сиз мағлубиятга умрбод тамға деб эмас, фақат вақтинча муваффақиятсизликка қарагандай қаранг. Бу ҳамма нарсани ўзгартириб юборади!

#### 5. Ҳаракат қилинг.

Лотерея ўйнаб кўнгил ёзиш ва ёлланма ишдан оладиган вақтинча даромадингизни **тармоқли маркетинг тизимидаги** ҳақиқий имкониятлар билан адаштирманг. Сиз молиявий мустақилликка эришишингиз учун ёрдам бера олувчи ягона усул – бу ўз фантазияларингизни мақсадга йўналтирилган ҳаракатларга алмаштиришингиздир! Бу дегани сиз ўзингизнинг қулайлик зонангиздан чиқишдан қийин қарорни қабул қилишингиз... олдиндан ҳисоб-китоб қилинган таваккал қилишингиз... ва мақсадингизга етишингиз деганидир!

Муваффақиятли одамлар уларнинг бирор нарсаси йўқлигини учун баҳона ва оқлашлар қидирмайдилар. Улар ўзларининг баҳоналарини шимларининг орқа чўнтагига чуқур яширишади ва шунчаки ҳаракат қилишади!

Бир жойда турган киши қоқилмайди!

#### 6. Агар биринчи уринишда ўхшамаса – ёндашувни ўзгартиринг.

Coca Cola компаниясининг президенти шундай деган: *“Содир қилинган хатоларга нотолерантлик рақобатдардош эмасликка олиб келади. Муваффақиятсизликдан қочишга уриниш сизнинг мотиваторингиз бўлишига йўл қўйган онингиздан бошлаб сиз фаол эмаслик йўлига кирасиз.”*

Менинг шахсан ўзим мағлубият нима эканлигини яхши биламан. Иккита бизнесим касодга учраган. Кейинги иккитаси фақат ўзини оқлайдиган даражада фойда беряпти. Шунга қарамасдан мен ўз муваффақиятсизликларимдан хулоса чиқарганман. Агар менинг ҳаётимда шу муваффақиятсизликлар бўлмаганида мен бу хулосаларни ҳеч қачон чиқара олмаган бўлар эдим. Бу хулосалар менинг кейинги бизнесларимнинг муваффақият келтириши учун асос бўлди.

**Мустақиллик** – бу бир марталик битим эмас, балки узоқ муддатли таклифдир. Ўзингизнинг МЛМ даги бизнесингизни 100 метрга югуриш деб эмас, балки марафон деб билинг! Агар сизнинг бугунги кунда олаётган натижаларингиз ўзингизни қониқтирмаса, ёндашувни ўзгартиринг. Лекин ҳеч

қачон ўз бизнесингизни ташлаб кетманг! Янги бирор нарсани кўллаб кўринг ва фойда бериш-бермаслигини аниқланг. Балки у фойда берар, балки бермас, лекин уриниб кўрмагунингизча буни сиз ҳеч қачон била олмайсиз.

Бизнесда муваффақиятсизликка учрашнинг ҳеч қандай уят жойи йўқ. Битта хатони қайта-қайта такрорлайвериш эса уятдир. Ҳаммасидан ёмони эса бир-икки уринишдан кейин орзулардан воз кечишдир.

## Муваффақият ва ўзаро боғлиқлик

“Секрет” фильмида ҳар битта одам бахт, ривожланиш ва муваффақият учун яратилганлиги жуда содда қилиб тушунтирилган. Агар бугун кимдир ҳаётида ушбу бахтга эришмаган бўлса, демак у ушбу сунъий бахт дефицитини ўз миясида ўзи яратган ва бунинг натижаларини кўраётган бўлади. Демак фақат бизнинг ўзимизгина ўзимизга бахтли, ривожланган ва муваффақиятли бўлишимизга рухсат беришимиз ёки бермаслигимиз мумкин. Шундай экан салбий ҳолатни қандай қилиб ижобийга айлантиришимиз мумкин? Бу ерда сиз ўзгартириб, муваффақият томонга олиб борадиган йўлга чиқиб олишингиз мумкин бўлган иккита фактор мавжуд.

Биринчи фактор – бу сизнинг ўзингиз. Бошингиздаги барча негатив, салбий фикрларни чиқариб ташланг ва позитив, ижобий фикрлай бошланг. Позитив китобларни ўқинг ва видеоларни кўринг. Ўзингизнинг фикрларингиз, сўзларингиз, ҳаракатларингиз ва одатларингиз билан ишлай бошланг.

Иккинчи фактор – бу бошқа одамлардир. Шундоғам сизники бўлган нарсани олишингиз учун сизга бошқа одамларнинг ёрдами керак бўлади. Шундоғам сизники бўлган нарсаларни олишингизда ҳақиқатан ҳам ёрдам бера оладиган одамларни қандай қилиб таниб олсангиз бўлади? Бунда сиз эътибор қаратишингиз керак бўлган бир нечта белгилар мавжуд. Сизнинг ёрдамчингиз қуйидагиларга эга бўлиши керак:

*Ҳаётга позитив қараши.* Позитив одамларни қидиринг. Негатив одам сизда ҳам негатив пайдо қилади.

*Сизга ёрдам бераётиб, ўзи ҳам мукофот олишини билиши.* Сизга стабил, узоқ муддатли ёрдам керак бўлади. Сизнинг бойлигингиз ва бахтингиз ошиб боришидан бирор нарса ола оладиган одамгина сизга самимий ва узоқ муддатли ёрдам бера олади.

*Муваффақиятли одам бўлиши.* Муваффақиятли одамларни қидиринг. Омадсизларнинг маслаҳатларига қулоқ тутманг. Ўзи ажрашган одамдан сизнинг никоҳингизни сақлаб қолишни сўрайсизми? Болалари турмада ўтирган одамдан болалар тарбияси тўғрисида сўрайсизми? Албатта йўқ. Шунга қарамасдан. Биз ҳамиша ўз бизнесига ҳеч қачон эга бўлмаган одамларнинг қандай қилиб бой бўлиш мумкинлиги ҳақидаги маслаҳатларига қулоқ тутамиз.

**Сизга ҳақиқатан ҳам ёрдам бера оладиган одамларни қидиринг. Сизга ёрдам таклиф қиладиган одамларнинг айримлари олдинга ўз**



**хаётларини тўғрилаб олишни эсдан чиқарган бўлишади. Ёлғон ваъдабозлардан узоқроқ бўлинг!**

Сизга ёрдам бера олиши мумкин бўлган муваффақиятли одамларни қидиринг. Ўз оиласининг эҳтиёжларини қондиришни ўз зиммасига ола олмаган одамларнинг сизнинг ҳаётингизга таъсир кўрсатишига йўл қўйманг. Позитив одамлар қуршовида ва позитив ҳаёт кечиринг.

Яна битта маслаҳат. Биз кўпчилик ҳолларда барча жараёнларни бошқариш, назорат қилиш ва эгалик қилишга ҳаракат қиламиз. Айнан мана шундай қилганлигимиз учун ҳам ўзимизнинг ва одамларимизнинг ўсишига қаршилиқ қила бошлаймиз.

Бошқа одамларни жалб қилинг, уларга имконият беринг ва уларнинг ҳаракатлари туфайли ривожланинг.

Бизни бўлишишга ўргатишган. Ёш бола пайтингизда қумда ўйнаб юрганнингизда ўз ўйинчоқларини сиз билан бўлишадиган бола билан кўпроқ ўйнардигангиз ёки ҳаммасини ўзиники қилиб оладиган бола биланми? Биз ҳаммамиз бўлишиш яхши эканлигини биламиз. Лекин катта бўлиш жараёнида мустақил бўлишга ҳаракат қиламиз ва бошқалар билан бўлишишни ёқтирмай қоламиз.

Стивен Кови ўзининг “Юқори самарали одамларнинг ўнта одатлари” китобида биз учта босқичдан ўтишимизни ёзади: боғлиқлик, мустақиллик ва ўзаро боғлиқлик. Афсуски жуда кўпчилик одамлар боғлиқлик босқичида қолиб кетишади, айримлар мустақилликка ўтишади, фақат озгина одамларгина ўзаро боғлиқлик босқичига ўтишади.

Биз ҳали болалигимизда (ёки бизнесда янги пайтимизда) биз бошқаларга боғлиқмиз. Болалигимизда ота-онамизга боғлиқмиз. Улар бизга нима қилишимиз кераклигини айтишади, бизни хавф-хатарлардан сақлашади. Катта бўлганидан кейин ҳам жуда кўпчилик ўзлари учун шундай шароит қидира бошлашади. Улар ойлик маошини, касаллик варақаси бўйича тўловларни, меҳнат таътилини ва узоқ йиллар давомида иш билан таъминловчи иш берувчини қидиришади. Уларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилувчи профсоюзга аъзо бўлишади. Уларнинг нима қилиши кераклигини айтиб турадиган бошлиқлари бор. Кўпчиликни бундай ҳолат асабийлаштиради, лекин бу ҳолат уларга хавфсизликни таъминлагани сабабли бунга кўнишади.

Катта бўлиш баробарида биз кўпроқ мустақил бўла борамиз. Ишга борамиз ва кўпроқ вақтимизни ота-оналаримизсиз ўткази бошлаймиз. Иш жойида ҳам худди шундай бўлади. Кўпчилик одамлар мустақилликка интилишади. Улар ўзларининг бизнесларини ташкил қилишади. Бу ерда уларнинг ўзлари бошлиқ бўлишади ва ўз тақдирларини бошқаришади.

Кейин мустақиллик босқичидаги одамлар танлашлари керак бўлади. Улар ё мустақил бўлганларича қолишади ва уларни алмаштириш мумкин бўлмайди ёки улар янада олға босишади, етилишади ва ўзаро боғлиқлик босқичига ўтишади. Ўзаро боғлиқлик – бу сизнинг бошқа одамларга ривожланишга ёрдам беришингиздир. Энди сизни алмаштириш мумкин

бўлади. Бизнесингизнинг ва бойлигингизнинг ортиши билан сиз эркинроқ бўла борасиз.

Ўзаро боғлиқ бўлиш учун катта шахсий ривожланиш талаб қилинади. Сиз қуйидагиларни ўрганишингиз керак:

- 1- бошқаришни беришни,
- 2- бошқаларга боғлиқ бўлишни,
- 3- бошқалар билан бойликни бўлишишни.

Бу сизни кўрқитяптими? Яхши янгилик айнан мана шу учта нарсадан ўсиб чиқади.

Биринчидан. Энди сиз жараённинг ҳар битта босқичини майда-чуйдаларигача назорат қилмайсиз. Сиз каттароқ масалаларга эътибор қаратиш учун эркинлашасиз. Сиз ўз бизнесингизни катталаштиришингиз мумкин. Чунки энди сиз майда-чуйдаларга ўралашиб қолмагансиз. Сиз майда-чуйдалар билан шуғулланмайсиз!

Иккинчидан. Жуда кўпчилик ҳақиқатан ҳам мустақил одамларга уларнинг бошқаларга боғлиқлигини ҳис қилиши чидаб бўлмас ҳолатдир. Лекин ўзаро боғлиқ одам мустақил одамнинг имкониятлари чекланганлигини билади. Масалан, мустақил одамларни дубликациялаш мумкин эмас. Улар қилаётган ишни фақат уларнинг ўзи қилиши мумкин. Ўзаро боғлиқ одамлар ўзларини дубликацияланувчи қилишган. Улар истаган бир киши улар қилаётган ишни қила олиши мумкин бўлишига ҳаракат қилишади. Улар бошқалар билан биргаликда ва ҳар битта одам алоҳида ишлаганда қила олмайдиган ишни барчанинг биргаликдаги ҳаракатлари билан қилишни иташади.

Учинчидан. Бошқаларга боғлиқ бўлишни ўрганиш билан сиз уларнинг ҳаракатларини мукофотлашни ўрганасиз. Бу дегани сиз улар билан имкониятни бўлишасиз, ўзингиз қила оладиган барча нарсага уларни ҳам ўргатасиз ва улар ҳам буни қўллаб пул ишлаб топиша олишади. Фойда ва унинг тақсимланишининг адолатлилиги бошқаларга сизнинг муваффақиятингизни янада ривожлантиришга ҳаракат қилишларига стимул беради.

Тармоқли компанияда ҳар битта одам бошқасига ўзаро боғлиқ бўлади. Битта ўзингиз ҳаракат қилиб катта бизнес кура олмайсиз. Ўзингизнинг тармоқли ташкилотингизни қуринг ва бошқа одамлар томонидан ишлаб чиқилган фойдани олинг. Уларнинг ҳар бири ўзларининг муваффақияти томон ҳаракат қилиши билан биргаликда сизнинг муваффақиятингиз учун ҳам ёрдам беришади. Умуман олганда сиз Дж. Пол Гетти тавсия қилнидан кўпроғига эришинг – 100 та одамнинг ҳаракатларининг 1 фоизини эмас, балки 1000, 10000, 100000 одамнинг ҳаракатларининг 1 фоизидан олинг. Бу бойликни яратади!

## **МЛМда муваффақиятга эришиш сири. Дистрибьюторлар ва Етакчилар**

Сиз ўзингизнинг биринчи линиянгизга компаниянгизда энг катта даромадларни олаётган одамларга ўхшаш бир нечта кишини ёздиришни истардингиз, шундай эмасми? Шунда сизнинг ҳаётингиз тўқис, болаларингиз ва ҳатто невараларингизнинг ҳам ҳаётлари тўлиқ таъминланган бўларди. Яхши истиқбол, шундаймасми?

Бундай етакчиларни қаердан ва қандай топишни тушуниб олиш учун олдинга бир нечта саволларга жавоб берсак.

*1. Нима билан шугулланяпсиз?*

Менга бу ўзларининг саломатлиги ва бойлигини яхшилашга қизиқадиган одамлар ташкилоти деган тушунча жуда ёқди.

*2. Сиз нима учун пул оляпсиз?*

Сиз ўз ташкилотингизнинг маҳсулот айланмасининг маълум фоизини оласиз. Одамларни ёздирганингиз, сотувлар, сиз айнан шу компанияда эканлигингиз, маҳсулот, катта ташкилот учун эмас – АЙНАН МАҲСУЛОТ АЙЛАНМАСИ учун оласиз. Сиз ё маҳсулот айланмаси қила оласиз ёки қила олмайсиз. Агар сиз маҳсулот айланмаси қила олсангиз, унда қандай маҳсулот, қандай маркетинг ва қандай компания эканлиги муҳим бўлади. Лекин олдин маҳсулот айланмаси қилишни ўрганиш керак бўлади. Маҳсулот айланмаси қилишни ўрганиш учун эса у нималардан ташкил топганлигини аниқлаш керак. №1 саволдан кўриниб турибдики, бизда истеъмолчилар ва дистрибьюторлар мавжуд. Истеъмолчига тармоқли маркетинг ва компаниянинг умуман қизиғи йўқ. Бизнинг ҳар биримиз, масалан, нон ишлаб чиқариш саноатининг истеъмолчисимиз. Лекин бизни ушбу ишлаб чиқарувчининг тўловлар тизими, ишлаб чиқаришнинг қаерда жойлашгани, унинг бозорда қанча вақтдан буён ишлаётгани ва бошқалар умуман қизиқтирмайди – бизга шунчаки нон керак! Дистрибьюторни эса компания, маркетинг-план, сертификация ва яна бир қанча нарсалар қизиқтиради – чунки у бу ерга пул ишлаб топиш учун келган.

Истаган бир компанияда 90% маҳсулот айланмасини истеъмолчилар ва 10% маҳсулот айланмасини дистрибьюторлар қилишади. Истеъмолчилар бизнинг бизнесимизнинг стабиллигини таъминлайди. 2 турдаги истеъмолчилар мавжуд: доимий ва вақтинча. Ушбу бизнесга сарфлайдиган вақтингизни тақсимлайдиган бўлсангиз, 10 % вақтингизни истеъмолчиларга ва 90% вақтингизни дистрибьюторларга сарфлашингиз керак бўлади (бизнеснинг бошида истеъмолчиларга 30-40% вақтингиз кетиши ҳам мумкин). Доимий истеъмолчилар 10% (соғлом бўлиш ва бунинг учун доимий равишда пул сарфлашга тайёрлар) ва вақтинча истеъмолчилар 90% (маълум бир муаммони ҳал қилиш ва тузалиш илинжидагилар) ни ташкил қилади. Вақтинча истеъмолчиларни топиш энг осон ва уларга маҳсулот сотиш ҳам осон. Лекин улар тузалганларидан кейин раҳмат айтишади ва кетишади. Истеъмолчилар билан ишлайдиган вақтингизнинг 10% ини вақтинча истеъмолчиларни излашга ва 90% ини доимий истеъмолчиларни излашга сарфлашингиз керак. Чунки сиз ўз бизнесингизнинг стабил бўлишига ҳаракат қиляпсизку.

Дистрибьюторлар бизнеснинг ривожланишини таъминлашади. 2 турдаги дистрибьюторлар мавжуд: доимий ва вақтинча. Дистрибьюторлар учун сарфлайдиган вақтингизнинг 90% ини доимий ва 10% ини вақтинча дистрибьюторларга сарфлашингиз керак.

	Истеъмолчилар		Дистрибьюторлар	
Умумий сони	90%		10%	
Умумий вақт	10%		90%	
Ажралишади	Доимий	Вақтинча	Доимий	Вақтинча
Умумий сондан	10%	90%	10%	90%
Умумий вақтдан	90%	10%	90%	10%

**Доимий дистрибьюторларни Етакчилар** деб атаёмиз. Дистрибьюторлар ва Етакчилар орасидаги фарқ уларнинг бизнес учун сарфлайдиган вақтларида кўринади. *Етакчи* бизнесга суткасига 24 соат вақтини сарфлайди – учрашувлар ўтказиши, режалаштириши, кўнғироқ қилади, тренингларга боради ва уларни ўзи ўтказиши, орзу қилади, ўйлайди, коллаж тузади – ва у 100% ушбу бизнесга берилган. *Дистрибьютор* айрим вақтларда босим остида тренингга келади, айрим вақтларда нималарнидир ўқийди ва ва ҳатто айрим вақтларда бу ҳақда кимгадир гапиради ҳам – умуман олганда эпизодик фаолият билан шуғулланади. Бу ҳақда ҳатто мақол ҳам бор: “*Дистрибьютор мағрур қуш: тепмасанг - учмайди*”.

**Тармоқли бизнес қурувчиларнинг кўпчилигининг асосий муаммоси уларнинг 90% вақтларини истеъмолчиларга ва 10% вақтларини дистрибьюторларга сарфлашларидир. Яъни вақтнинг нотўғри тақсимланишидир.** Кўпинча менга “Қандай қилиб Етакчиларни етиштириш мумкин?” деб савол беришнинг ўрнига “Қандай қилиб ишламаётганларни ишлатиш мумкин?” деб савол беришади. Одамларни ва ўзингизни мажбурлашни тўхтатинг ва ишлайдиганларни топинг!

Бизнеснинг аксиомаси қуйидагича: 100% бизнес уни ривожлантирувчи 5-10% (бизнинг ҳолатимизда бу Етакчилар) ва 95-90% уни стабиллаштирувчилардан (бизнинг ҳолатимизда истеъмолчилар) ташкил топади.

МЛМ бизнесдаги истаган структурани дарахтга қиёслаш мумкин. Унинг танаси, катта асосий шохлари, ёндош шохлари, майда шохчалари ва барглари бўлади. Тана орқали шохларга шира оқади, ушбу дарахтнинг ҳаёти ҳаракатланади. Тармоқли маркетингда бу шира ҳиссиётлардир. Одам билимларга кам реакция билдиради, у ҳиссиётларга кучли реакция билдиради.

**Тармоқли маркетингда 2 та кўникма мавжуд:** биринчиси дистрибьюторларники ва иккинчиси бу етакчиларники.

**Дистрибьюторлар кўникмаси:** бу одамларни қаердан олиш ва улар билан нима иш қилиш керак? Ушбу кўникманинг энергияси бу натижадир. Ушбу кўникманинг мақсади компаниянинг 200-300\$ даромад берадиган квалификациясини ёпишдир.

**Етакчилик кўникмаси:** бу етакчиларни қаердан олиш мумкин ва уларни қандай яратиш мумкин? Ушбу кўникманинг энергияси компаниянинг тадбирларидир. Ушбу кўникманинг мақсади компаниядаги энг юқори квалификацияни ёпишдир.

Юқорида ёзганимдай мен 10% вақтимни истеъмолчиларга сарфлайман. Етакчиларни излашдаги биринчи қадам – бу мен ҳар битта одамга берадиган квалификацияловчи саволдан бошланади “Сизга бу бизнес қизиқми?” Бир нарсани эслаб қолинг – одамларнинг қарори учун сиз жавоб бермайсиз ва бу сизни ҳаяжонлантириши керак эмас. Сизни қизиқтирувчи ягона нарса – бу уларнинг ҲА ёки ЙЎҚ деган жавоблари бўлиши керак.

Агар у ҲА деб жавоб берса, кейинги қадам унинг Дистрибьютор ёки Етакчи эканлигини аниқлашдир. Спонсорнинг нуқтаи назари билан караганда дистрибьютор – бу доимий равишда мотивация бериш, қўллаб-қувватлаш керак бўладиган ва бунинг устига қаршилик ҳам қиладиган одамдир – “Сиз менга кўп кўнғироқ қилиясиз”, “Мен буни биламан”, “Мен фақат шанба куни буни қилишим мумкин, бошқа кунлари менинг вақтим йўқ”. Бу сизга танишми? Дистрибьюторни тармоқли маркетингга жалб қиладиган нарса – бу ижобий жамоа, яхши одамлар, маълум миқдордаги даромад ва тан олинисдир. Маълум бир маҳсулот оморда бўлмаса, улар ёмон бўлиб қолишади “Менга шу керак эди. У сизларда йўқ. Мижоздан айрилдим”. Тармоқли маркетингни ёмонловчи навбатдаги кўрсатувдан уларнинг юраги ёмон бўлиб қолади.

**Етакчи** асосий вақтини етакчилар билан ўтказди ва дистрибьюторларга кам вақт ажратади. Етакчилар муаммоларни яхши кўришади – чунки ҳамма бир қадам орқага ташлашганда у бир қадам олдинга ташлайди. Етакчилар муаммоларни юқорига узатишмайди. Улар бизнеснинг ривожланиши учун ҳамма ишни қилишади, уларни назорат қилиш ва мотивация бериш шарт эмас, улар ҳақида ташвишланиш керак эмас. Етакчилар буни нима учун қилишаётганлигини яхши билишади ва кўпинча келажак ҳақида гапиришади. Етакчилар ҳамиша тадбирларда қатнашишади.

Тармоқли маркетингнинг сири етакчилар яратишни ўрганишда ва бу жараёни дубликацияланувчи қилишдадир.

Яна бир нарсани билиб қўйинг – барча билимлар – бу воситалардир, агар уларни кўникмага айлантормасангиз, уларнинг ҳеч қандай фойдаси йўқ. Уларни амалда қўллай олишингиз учун эса амалиёт керак. Вилканинг нима эканлиги, унинг нимадан ясалиши, нимага хизмат қилиши ҳақида билишингиз мумкин. Лекин сиз кўлингизга вилкани олиб, ундан фойдаланиб кўрмасангиз, бутун умр кўлингизда овқат еб ўтиб кетаверишингиз ҳам мумкин.

Бизнеснинг бошланишида талаба бўлишингиз жуда муҳим. Бу вақтгача сизнинг олган билимингиз ва маълумотингизнинг умуман аҳамияти йўқ. Сизнинг касбингизнинг ҳам аҳамияти йўқ. Айнан мана шунинг учун ҳам ушбу бизнес билан дунёнинг истаган жойидаги, истаган жамиятдаги ва истаган одам шуғулланиши мумкин.

Одамларни шунчаки уларни ёздириш учун ёздириш керак эмас. Тасодифан улар ишлаб кетишини кутиш ҳам керак эмас. Уларнинг ўзлари ўсишини кутиб, одамларни ёздириш билан сиз ифлос иш билан шуғулланаётган бўласиз. Ёзилаётиб, одамлар нималаргадир умид қилишади, режалар тузишади, ўзларининг яқинларига бу ҳақда айтишади. Мана шундан тармоқли маркетинг ҳақидаги ёмон гаплар тарқалади.

Етакчининг яна битта яхши томони мавжуд ва у буни яхши билади: у билан нима содир бўлса ҳам – бу унинг айби билан содир бўлади. Содир бўлаётган нарсада мамлакатнинг, компаниянинг, яқинларининг, иқтисодиётнинг айби йўқ. Сиз билан содир бўлаётган яхши ёки ёмон нарсаларнинг барчасининг сабабчиси сиз ва фақат сиздир. Муваффақият ҳеч қачон ташқаридан келмайди, у фақат ичкаридан келади.

Ёзилаётган одамлар ҳамиша ҳиссиётларга ёзилишади. Одамлар ахборотга ёзилишмайди, улар ташқи кўриниш, имо-ишоралар, гапириш усули, ўзини сота олишга келишади. Яна одамлар учун қаерга бораётганингиз ва уларни қаерга бошламоқчилигингиз ҳам жуда муҳим. Ҳайдовчиси қаерга кетаётганини билмайдиган автобусга чиққан бўлармидингиз? Агар қаерга кетаётганингизни билмасангиз, одамлар ҳам сизнинг ортингиздан кетишмайди.

Дистрибьюторлар ва Етакчиларни қандай сифатлар белгилайди.

Биринчи сифат сиз одамга бизнес ва маҳсулотни тақдим қилаётган биринчи учрашувда аниқланади. “Эътирозлар” ва “эътирозлар билан ишлаш” деган ажойиб гаплар бор. Бу ҳақда кўп ёзилган ва бу мавзуда кўплаган тренинглар кўйилган. Кўпчилик дистрибьюторларнинг хатоси шундан иборатки, улар эътирозларга учишади ва улар билан ишлай бошлашади. Бу енгилиш ва мағлубиятдир. Нимага? Чунки улар сизнинг устингиздан манипуляция қилишяпти ва бу ҳамиша ва ҳамма ерда бўляпти. Ўзи истаган нарсасини истаган катта одамдан ола оладиган болаларнинг инжиқликларини бир эсланг. Сиз ён бердингиз – бола истаганини олди, бола манипуляция қилди – сиз бунга учдингиз. Бу ҳолатда ким хўжайин? Албатта бола!!! Тўғри, у буни билиб ва онгли равишда қилмайди. Лекин бу нарса унинг қуйи онгида маҳкам ўрнашган – истаган бир ҳолатда сиз ё хўжайин бўласиз ёки бўйсунувчи. Шунинг учун учрашувда сиз суҳбатга келган кишининг эътирозларига учсангиз ва уларга жавоб бера бошласангиз, суҳбатнинг хўжайини суҳбатга чақирилган киши бўлади. Энди сиз унинг қайси ипни тортишига қараб сакрай бошлайсиз. Ким “учса” – уни бошқариш мумкин. Таклиф қилинган киши қуйи онг даражасида у сизга керак эканлигини сезади ва ўзининг созига сизни ўйнатишни истаб қолади. Агар сиз “учмасангиз” у сизда куч ва ўзига ишончни ҳис қилади ва шундагина у сизни эшитишга ҳамда ортингиздан боришга тайёр бўлади. Ҳамма одамлар етакчи ёки етакланувчилардир. Агар сиз етакчи бўлсангиз, одамлар сизнинг ортингиздан боришади. Етакчиликка текширув эса доимий равишда олиб борилади, ҳар битта учрашувда ва ҳар сафар сиз етакчилик позициясига эга бўлишингиз – ҳолатнинг хўжайини бўлишингиз керак.

Дистрибьютордан етакчини ажратиб турувчи яна бир сифат истаган бир шароитда уларнинг билдирадиган реакциясида бўлади. Бу дунёда бирорта ҳам янги нарсанинг ўзи йўқ ва ҳар битта одам бошқалар тушган ҳолатларга тушади. Омборда маълум бир маҳсулотнинг бўлмаслигига дистрибьютор бир хилда, етакчи эса умуман бошқача реакция билдиради. Агар дистрибьюторга маҳсулотларнинг қимматлиги ҳақида гапиришса, у жуда кўплаган далил ва сабабларни, яъни ахборотларни бера бошлайди ва бу ахборот яна ҳар сафаргидай одамлар томонидан қабул қилинмайди. Етакчи эса бу саволга: “айтингчи, бугунги кунда энг арзон машина қайси – Запорожецми, Жигулими ёки Москвичми? Ҳозир кўчага чиксак, қанча Запорожец, Жигули ёки Москвични кўрамиз?” деб жавоб беради. Шу билан тамом. Сизнинг вазифангиз нимага кўчада умуман Запорожецни кўрмаслигингизни тушунтириш эмас. Одамларнинг ўзлари бу ҳақда ўйлашлари ва хулоса чиқаришлари керак. Шундай қилиб, сиз кичкинагина ҳикоячалар айтиб одамларни ўйлашга ва ўз фикрларини ўзгартиришга мажбурлайсиз. Сиз аста-секинлик билан уларда етакчиларни тарбиялайсиз. Сизни дистрибьюторларнинг фикрлари қизиқтирмасин, ўзингизда етакчилик фикрлашини тарбияланг. Фикрлардаги фарқ даромадлардаги фарққа айланади. Ўзингизнинг бугунги кундаги даромадингиздан сиз ўзингизнинг етакчилик сифатларингиз ҳақида хулоса чиқараверишингиз мумкин.

Яна битта етакчилик сифати – бу ўзингизга ва шуғулланаётган ишингизга ҳурматингиздир. Агар сиз ўзингизни ҳурмат қилсангиз, учрашувларда одамларнинг созига ўйнамайсиз. Агар сиз ўз ишингизни ҳурмат қилсангиз, сиз ўз сўзингизнинг устидан чиқасиз, сўзларингиз ва ишларингиз турли томонларга кетишмайди. Етакчининг кучи унинг орзуси ва ҳурматидадир. Агар одамнинг орзуси бўлмаса – у етакчи эмас, агар у ўзини ҳурмат қилмаса (демак бошқаларни ҳам) – у етакчи эмас.

Етакчини аниқлашнинг кейинги сифати компаниянинг тадбирларидир. Дистрибьюторга ўсиш учун ҳеч нарса керак эмас – у шундоғам ўсмаяпти. Етакчи ўсиши учун тадбирларга катнашиши керак.

**Етакчи бўлиб туғилишмайди** – етишишади ва бунга вақт керак бўлади. Мен бир нечта компанияларда ишлаб кўришган, бунга бир қанча йилларини сарфлашган ва шундан кейингина етакчи бўлиб етишган, муваффақият қозонган ва тан олинган таниқли сетевикларни биламан. Кичкина мақсадлар ва кичкина режалардан бошланг. Улар етишганингиздан кейин, сал каттароқ мақсадлар қўйинг. Ўзингизни ва бошқаларни ҳурмат қилишни ўрганинг. Сиз ҳаммасига қодирсиз!

## **Командада ишлаш тизими**

Ҳар битта уй бекаси овқат тайёрлашни билади. Бир пайтлар унга онаси, бувиси ёки бошқа биров ҳар битта овқатни қандай тайёрлаш кераклигини ўргатган ёки бўлмаса бирор ошпазлик китобидан рецептни ўқиган. Натижада мазали овқатлар пишира бошлаган. Энди у оиласини тўйдириш керак бўлган

пайтда айнан қайси маҳсулотлар кераклиги ва уларни нима қилиш кераклигини билади.

Яна шундай ҳолатлар ҳам бўладики, бека овқат тайёрлашни билмайди, лекин оилани тўйдириш керак. Бу ҳолатда у ўзича нималардир қилади, тажриба қилиб кўради, ўзича нималарнидир ўйлаб топади ва натижада еб бўлмайдиган овқат дунёга келади. Кейинги сафар у бошқача қилади ёки кимдандир сўраб ўрганиб, кейин пиширади ва мўжиза юз бериб, мазали овқат чиқади.

Бундай аналогияни ҳар қандай иш билан ҳам келтирса бўлади, чунки хашиша бизнинг қила оладиган ва қила олмайдиган ишларимиз бор.

Рецепт эса – бу ўша сизга айтилган тизимдир. Тармоқли маркетинг ва унда ишлаш тизими ҳам юқоридагидек бўлади. Агар бирор киши нима қилиш кераклигини билмасдан туриб, тармоқли маркетингда ишласа, овқат пишира олмайдиган беканинг аҳволига тушади. Агар сиз МЛМ тизимини билмасангиз, жараён узоқ, оғриқли, самарсиз, натижасиз бўлиши мумкин. Агар тизимни билсангиз, жараён самарали бўлади ва сиз ўзингиз кутган натижага тез эришасиз.

**Команда тузиш** – бу ҳам тизимдир ва уни билиш керак.

Команда – бу психологик мувофиқлик асосида узоқ вақт давомида бирор-бир мақсад йўлида ўзаро фойдали ҳамкорлик асосида ҳаракат қилувчи одамлар гуруҳидир.

1. Ушбу тизимнинг биринчи ва энг муҳим пункти шундан иборатки, бунда ўз олдига улкан мақсад қўйган, лекин уни битта ўзи амалга ошира олмаслигини тушунадиган одам бўлиши керак. Шунинг учун унга команда керак. Агар бу одамнинг мақсадлари ўзининг жисмоний кучидан катта бўлмаса, у команда тuzмайди, чунки у бу ишни катта зўриқишлар эвазига бўлса ҳам бажара олади. Шунинг учун орзу катта бўлиши ва уни битта одам қила олмаслиги керак. Бу орзунинг амалга ошиши учун одамлар керак.

Етакчининг вазифаси у юмшоқ, қаттиқ ёки профессионал ўйновчи тренер бўлиши аниқлаб олишдир.

**Хулоса: Команда яратиш учун етакчи керак, чунки унинг мақсади бор ва уни битта ўзи амалга ошира олмайди.**

2. Асосий мақсад аниқлангандан кейин биз ўзимизга савол берамиз: команда нимага керак? Бу команда қандай бўлиши керак? Натижада мен нима олишим керак? Бу жуда муҳим. Команда ушбу командага кирувчи одамларнинг кадриятлари асосида яратилади. Масалан, сизга 2 ой ичида ўз структурангизнинг маҳсулот айланмасини 2 маротаба оширишингиз керак. Бунинг натижасида сиз чет элга саёҳатга бепул кетасиз. Ўзингиз маҳсулот айланмасини 2 баробар ошира оласизми? Албатта йўқ. Бунинг учун сиз асосий одамларни ажратиб олишингиз ва улар билан исталган натижага олиб боровчи ҳаракатлар режасини ишлаб чиқишингиз керак. Бу ҳаракатлар сизнинг командангиз аъзолари томонидан қабул қилиниши ва уларнинг ўзиники бўлиши керак. Ушбу ҳаракатларни амалга ошириш айнан уларга фойда келтиришини кўришлари керак. Команданинг ҳар битта аъзосининг фойдаси ортида умумкоманда мақсадига эришиш туради. Агар ҳар битта



аъзонинг ва команданинг фойдаси умумий нуқтага эга бўлмаса, бундан ҳеч нарса чиқмайди. Ҳеч ким ва ҳеч қачон бирор ишни фақат энтузиазм асосида қила олмайди, чунки энтузиазм тезда сўнади. Лекин ҳар қандай одам, бу унга шахсий фойда келтирадиган бўлса, исталган ишни исталганча узоқ вақт давомида қилиши мумкин. Фақат бу ҳолатда унинг ҳаракатлари интенсивлиги у томонидан олинадиган фойданинг катталигига боғлиқ бўлади. Бу ерда фойдани мотивация деб аташ мумкин.

Ташкилотнинг мақсади бўлса, демак унинг муваффақияти ҳам бор. Аъзоларнинг ҳар биттасининг натижаси умумкоманда натижасидир.

**Хулоса:** Умумкоманда мақсадининг қўйилиши ва унга эришиш команданинг ҳар битта аъзосининг мақсадига боғлиқдир.

3. Агар сиз майдонга ўйнаш учун чиқадиган бўлсангиз, ҳар куни 5 соатдан машқ қиладиган ўйинчиларни танлаб оласиз, ҳафтасига бир марта 2 соат машқ қиладиганларни эмас. Ғалаба ҳар битта ўйинчининг унга қанчалик берилганлигига боғлиқ.

Ҳар хил мақсадларга эришиш учун команданинг турли аъзолари танланади. Масалан, саёҳатга кетишингиз учун маҳсулотлар айланмасини ошириш керак ва бунинг учун сиз янги регионни очишни мўлжаллаяпсиз (бошқа шаҳарда структурани ривожлантирмоқчисиз). Бу ҳолатда сиз тадбирларни ажойиб тарзда ташкил қиладиган, лекин совуқ бозорда ишлай олмайдиган ва ушбу шаҳарда танишлари ҳам бўлмаган одамни олиб кетасизми? Унинг боришининг нима кераги бор, командага нима наф бериши мумкин ва умуман у ўша шаҳарда ўзини қулай ҳис қиладими? Ҳатто сиз уни мотивласангиз ҳам, унинг ўзида иштиёқ бўлмайди ва маълум вақтдан кейин у бу региондан кетади. Сиз эса ушбу занжирдаги энг керакли бўғинларнинг биттасидан айриласиз ва сизга ушбу одам етишмай қолади.

Бу ерда ўз-ўзини мотивлаш жуда муҳимдир. Одамнинг ўзи командада бўлиб туриб, оладиган нарсасини иштиёқ билан исташи керак. Сиз командага ўзингиз керак деб билган одамларни зўрлаб тортмаслигингиз керак.

**Хулоса:** Команда аъзоларини танлаш.

4. Сиз керакли сифатларга эга одамларни танлаб олганингиздан кейин команданинг ҳар битта аъзосининг мажбуриятларини айтишингиз керак. Масалан, футбол ўйинида ҳамма дарвозабон ёки хужумчи бўлмайди. Ҳар битта одам ўзининг иши учун масъул бўлиши, лекин бунда уларни ўзаро алмаштириш мумкин бўлиши керак. Сизнинг етакчи сифатидаги вазифангиз эса команданинг ҳар битта аъзосининг шахсий сифатларини ажратиб кўрсатиш ва ривожлантиришдан иборат. Одамнинг кучсиз томонларини ажратиб кўрсатиш ва бунга эътибор қаратиш керак эмас, аксинча унинг ўз камчиликларини аниқлаши, уларни бартараф қилиши, команданинг бошқа аъзоларига етиб олишига ёрдам бериш керак. Алоҳида эътибор ҳар битта одамнинг кучли томонларига, қобилиятлари ва талантларига қаратилади.

**Хулоса:** Албатта команданинг ҳар битта аъзосининг мажбуриятлари ва иш қодаларини айтиш керак.

5. Команданинг ривожланиши ва унинг натижаларини кучайтиришга ёрдам берадиган атмосфера ва микроклимин яратиш ҳам жуда муҳим.

Футболчилар командаси майдонга чиққанида унинг олидида шунчаки югуриш ва ўзини кўрсатиш эмас, балки ғалаба қозониш вазифаси туради. “Ё ҳаммаси ёки ҳеч нарса” деган гап бор. Сизнинг вазифангиз эса “ёки” ва “ҳеч нарса” деган сўзларни ташлаб юбориб ҲАММАСИни асос сифатида амалга оширишдир!

**Хулоса: Ғалабага бўлган шаксиз ишонч ва ижобий кайфиятга эга бўлиш ва уни қўллаб-қувватлаш.**

6. Кейин ҳар битта ҳамкорнинг имкониятлари ва асосий вазифани амалга оширишнинг босқичлилигини ҳисобга олиш керак. Янги регион очиш мисолида кўрадиган бўлсак:

- команда аъзоларининг сонини аниқлаймиз;
- регионни эгаллаш учун кетадиган вақт;
- ҳафтасига ўтказиладиган презентациялар ва ўқишлар сони;
- ушбу тадбирларни ким ўтказади;
- ишда қайси усуллардан фойдаланилади ва шу кабилар..

**Хулоса: Вазифани бажаришни босқичлар бўйича режалаштириш.**

7. Команданинг ресурслари, яъни ҳар ким яхши бажара оладиган нарсаларни аниқлаш, яъни нимага эгамиз ва яна нималарни ўрганиш кераклигини аниқлаш керак. Бу ерда спонсорни кўшиш, структурада бирор нарсани қайтадан ташкиллаштириш мумкин. Бошланғич нуқтада ўз ресурсларингизни тўғри баҳолашингиз, охириги нуқтага томон тўғри ҳаракатланишингизга имкон беради.

**Хулоса: Команданинг ресурсларини билиш.**

8. Ишнинг бориши давомида эришилган натижаларни таҳлил қилиш, ўзгартиришлар қилиш, алоҳида муҳим вазифаларнинг бажарилишини назорат қилиб бориш керак. Овқат пишираётганингизда пиёзи куйиб кетса, картошка эзилиб кетса, макарон пишмай қолса, овқатингиз ширин чиқадими? Бизнесда ҳам шундай бўлиши керак – яъни ҳар битта ҳаракатингиз ўзига жалб қилувчи ва “мазали” бўлиши керак.

Агар сиз А нуқтадан чиқсангиз ва Б нуқтага бормоқчи бўлсангизу, йўлда компасга ва картага қарамайдиган бўлсангиз, йўлдан адашиб кетишингиз эҳтимоли кўпроқ бўлади. Бизнинг бизнесимиздаги компас эса таҳлилдир. Ўз ҳаракатларингизни таҳлил қилиш билан сиз мўлжалланган мақсадга тезроқ ва камроқ қийинчиликлар билан етиб борасиз. Доимий равишда таҳлил қилиш керак, онда-сонда эмас.

Ҳар битта ўтказилган тадбирдан кейин ёки бажарилган вазифадан кейин тескари алоқани сўраш керак – улар нимаин кўришди, эшитишди, ўрганишди ва нимани амалга оширишмоқчи.

Команда кўрсатадиган натижалар бутун ташкилот учун мисол бўлади. Лекин командага қўйиладиган талаблар ҳам бутун ташкилотга қўйиладиган талаблардан катта бўлади.

**Хулоса: Назорат ва таҳлил қилиш.**

9. Командани ўқитиш сиз учун фойдали. Одамлар профессионал бўлишга интилишлари керак (кимга кўпроқ тўлашади: шогирдгами ёки 8 разрядли тоқаргами?). Бундан 10 йил олдин МЛМ бизнес уй бекаларининг

бизнеси деб аталар эди. Замонавий одамнинг ҳаёти катта тезлик билан ўзгаряпти, шунга мос равишда ўйин қоидалари ва ўйинчиларга бўлган талаб ҳам ўзгаряпти. Бундан 10 йил олдин ишлаган ва муваффақият олиб келган нарса бугунги кунда эскирган ва ишламай қўйган. Сиз билан учрашгандан кейин одамда сиз ижобий ва тартибли одам, ўз компаниясининг ажойиб ва профессионал вакили деган фикр қолса, бу сизга ва компаниянгизга берилган “5+” баҳодир. Агар учрашувдан кейин одам сиз билан яна учрашиш истагида ёнса, демек сиз профессионалсиз.

**Хулоса: Ўз командангизни ўқитинг ва доимий равишда унинг профессионализмини оширинг.**

10. Мендан кунига неча соат ишлайсиз деб сўрашса, мен ҳақиқатан ҳам ишляпманми деб ўйлаб қоламан. Лекин шунга қарамасдан ўзимнинг ишлаётгандай ўтказаётган вақтим ҳақида гапираманми? Шундай экан дистрибьюторлар офисда ўтирганча стратегияни ишлаб чиқиш, бажарилган ишни таҳлил қилиш ёки янги усулларни киритишни муҳокама қилиш ўрнига ҳеч нарса ҳақида валақлашиши – бу уларнинг ишламаётганлигини билдиради. Уларни ўз вақтларини кадрлашга ўргатинг.

**Хулоса: Иш вақти ёки бизнесдаги вақтидан самарали фойдаланиш.**

11. Команданинг барча аъзолари ва айниқса етакчи ўзининг олдига қўйилган вазифаларни ўз вақтида бажариши керак. Агар етакчи ўз вазифасини бажармаса, қолганлар ҳам бажаришмайди. Етакчи бирор нарсани ўзи қилмаса, буни бошқалардан талаб қилишга ҳаққи йўқ. Одамларингиз бошларини ликиллантишади, сизнинг гапларингизга қўшилишади, улар билан ажойиб ўзаро муносабатларингиз бўлади, лекин сизда ҳам уларда ҳам пул бўлмайди.

**Хулоса: Етакчининг ўз одамларига нисбатан ҳалоллиги. Агар атрофингиздагиларни ўзгартирмоқчи бўлсангиз, ўзингиздан бошланг.**

12. Одам қўлини пульсда ушлаб турганида унинг юраги қандай ураётганлигини билиб туради. Шунинг учун етакчи команданинг ҳар битта аъзоси нима билан яшаётганлигини билиши ва вақтида ҳамда тўғри ўзгаришлар кирита олиши керак. Мақсадга тўғри боришнинг иложи бўлмаяптими – сиз машиналар билан эмас, ҳар биттасининг ўз характери, хиссиётлари бор одамлар билан ишлаётганингизни эсдан чиқарманг. Сиз командада авторитет бўлишингиз, эгилувчан ва доно бошқарувчи, командада атмосферани яратувчи одам бўлишингиз керак.

**Хулоса: Етакчи дўстона ва бизнес муносабатларини қура олиши керак.**

13. Команда аъзоларидан чиройли ва ишбилармонларча ташқи кўринишни талаб қилинг. Офисда бодирингни қандай тузлаш ва қайсидир кўшнингизнинг навбатдаги эри ҳақида гаплашиш мумкин эмас. Ишда фақат иш ҳақида гапиринг ва фақат ижобий кайфиятда. Агар команда аъзоси ўз вазифаларини ва қоидаларни бажармаса, дастлаб у билан шахсан гаплашиб олишингиз, бунда ҳам тўғриламаса, умумий муҳокамага қўйишингиз, бу ҳам таъсир қилмаса, уни командадан чиқаришингиз ва бошқа одам билан алмаштиришга ҳаққингиз бор.

Командадаги ҳар қандай қоидалар ҳамма томонидан бир хилда бажарилади, кимдир озроқ ва кимдир кўпроқ эмас. Агар кимдир талабларни бажармаса, бу билан у бутун команданинг муваффақиятини таҳдид остида қолдиради. Команданинг бундай аъзоси бир умрга командадан четлатилиши керак.

**Хулоса: Штраф санкциялари, командадан четлатиш, ўйинчиларни алмаштириш.**

14. Ўрганинг ва параллел структураларнинг тажрибасини ўзлаштиринг. Тадбирлар шунчалик кўпки, уларнинг ҳаммасига бориб чиқиша олмайсан, уларнинг қайси бирини танлашни билмайсан. Бундай ҳолатда битта тадбирга 2 та, иккинчисига 2 та команда аъзосини юбориш ва шундай руҳда давом эттириш керак бўлади. Бориб келганлар бошқалар билан ўзларининг таассуротларини бўлишишади. Шу йўл билан ҳамма команда ва структуранинг ривожланишига ўз ҳиссасини қўшади. Структурага эса доимий равишда янги ахборот келиб туради, структура доимий равишда ўқиб-ўрганишда бўлади.

**Хулоса: Компаниянгиздаги бошқа структураларнинг тадбирларига қатнашиш.**

15. Тадбирларга турли даражадаги ва турлича даромад олувчи одамлар боришади. Агар сизга пул етишмаётган бўлса, бизнесни яхшироқ олиб бориш ва ривожланинг. Депрессия ва инқирозда энг яхши фойда берувчи дори – бу ишдир. Мен командадигилардан “Бирор жойга бориш учун, варақаларни чиқариш учун ёки янги костюм учун пулинг борми?” деб сўрамайман. Агар улар бизнесининг ривожланиши, даромадининг ортиши ва мақсадларининг амалга ошишини исташса, бу саволларнинг жавобларини топа олишади.

**Хулоса: Одамларни бизнесга моддий, жисмоний ва эмоционал чиқимлар қилишга тайёрлаш.**

16. “Сен маҳсулот ҳақида ёмон гапирдинг” дейиш хато бўлади. “Маҳсулот ҳақида кўпроқ ва эмоционалроқ айтсанг дегандим” дейиш тўғрироқ бўлади. Танқид эмас, тасвирлаб бериш керак. Шунда команда аъзолари орасида хаёрихоҳ муносабатлар ўрнатилади, ҳеч ким ҳеч кимдан хафа бўлиб юрмайди. Одамларни келишиб ҳаракат қилишга, дўстона муносабатларга ва ижобий кайфиятга ўргатинг.

**Хулоса: Командани мақтанг ва руҳлантиринг.**

Уйдаги барча ахлатни битта таёқ билан чиқариб ташлаш мумкинми? Йўқ, бунинг учун супурги кўпроқ мос келади. Қаттиқ совуқда бармоқли қўлқопда юриш мумкинми? Ҳа, лекин бармоқсиз қўлқопда қўлларингиз иссиқроқ бўлади. Сиз команда яратишнинг қай даражада қадрли ва керакли эканлигини тушундингиз ва ўз командангизни юқорида келтирилган тавсиялар асосида яратишга тайёрсиз деб ўйлайман.

### 3-Боб. Кўчмас мулк

Даромадлилиги ва ишончлилиги бўйича биринчи ўринда турадиган инвестиция соҳаси – бу кўчмас мулкдир. Бу ҳақиқатан ҳам ҳар қандай кризисларга қарамасдан ўзининг қадрини жуда кам йўқотадиган соҳадир. Тўғри, охириги инқироз пайтида айрим кўчмас мулклар ҳатто 50%гача баҳосни йўқотди. Лекин ҳозир айнан ушбу соҳада баҳоларнинг ўсиши кузатилмоқда

Фақат бу ерда биттагина камчилик бор – у ҳам бўлса ликвидликнинг етишмаслигидир. Яъни сизнинг барча пулларингиз кўчмас мулкка тикилган бўлса ва сизга тасодифан катта миқдордаги пул керак бўлиб қолса, бу пулни бирданга ола олмайсиз. Агар сизга ҳақиқатан ҳам тезда пул керак бўлса ва бу вақтда кўчмас мулкни тезда сотишингизга тўғри келса, уни арзон баҳода беришга мажбур бўласиз. Шунинг учун ҳам ғарбда барча пулни кўчмас мулкда ушлаб турмасликка ҳаракат қилишади. Улар жуда бўлмаганда пулнинг ярмини бошқа бирор ликвид шаклдаги активга тикишга уринишади.

Бу турдаги активларнинг яна битта камчилигини ҳам айтиб ўтиш керак – у ҳам бўлса, кириш остонасидир. Уни албатта ҳисоблаб чиқиш керак.

Кимдир айтиши мумкин: “Менинг танишимнинг 5 та квартираси бор. Уларни ижарага бериб, ўзи еб ётибди. Мен ҳам шундай қилишни хоҳлайман! Бунинг учун қарз олишг аҳам тайёрман!” Ҳудди шу ерда сизга “ТЎХТАНГ!” дейишга мажбурман.

Биринчидан, бу қилаётган ишингиз шунчаки кўчмас мулкка пул тикиш эмас, балки бизнесдир. Чунки сиз уни ижарага бериб, даромад олмоқчисиз! Бунинг учун сиз якка тадбиркор (ёки мулкчиликнинг бошқа шакли) ни расмийлаштиришингиз ва солиқ тўлашингиз керак.

Иккинчидан, қайси турдаги кўчмас мулкни сотиб олиш керак деган саволга жавоб беришингиз керак: квартирами, уйми, офисми, гаражми, савдо марказими, омборми... Нимага талаб кўпроқ? Ҳар битта шаҳарда бу ўзига ҳос бўлади...

Айтайлик, сиз ҳудди танишингизга ўхшаб квартирани танладингиз. Ҳаммаси ажойиб.

Ҳозирги кунда кўчмас мулкнинг эгаси бўлишингизнинг тўртта варианты мавжуд. Ушбу вариантларнинг қайси бири сизга тўғри келишига қараб, даромадингиз ҳам турлича бўлади.

№	Кўчмас мулк қандай олинди	Харажатлар	Даромад
1	Меросга олинган кўчмас мулк	Мулк солиғи, коммунал тўловлар, сизнинг солиқ	100% - харажатлар + квартиранинг

		тўловингиз (агар ҳозир тўламаётган бўлсангиз, тез орада тўлашингизга тўғри келади), таъмирлаш	нархининг ошиши.
2	90-йилларда арзон баҳога сотиб олгансиз	Мулк солиғи, коммунал тўловлар, сизнинг солиқ тўловингиз (агар ҳозир тўламаётган бўлсангиз, тез орада тўлашингизга тўғри келади), таъмирлаш	100% - харажатлар + квартиранинг нархининг ошиши.
3	2000 йилдан кейин юқори баҳодан сотиб олинган квартира	Мулк солиғи, коммунал тўловлар, сизнинг солиқ тўловингиз (агар ҳозир тўламаётган бўлсангиз, тез орада тўлашингизга тўғри келади), таъмирлаш	100%-харажатлар + квартиранинг нархининг ошиши (лекин ижара ҳақининг нисбатан пасайиши).
4	Ипотека кредитига сотиб олинган квартира	Мулк солиғи ва кимида 15 йил давомида банкка тўловлар	Камида 15 йил давомида даромад бўлмайди ҳисоб, агар ижрачилар сизнинг банкка тўлайдиган пулингиздан кам тўлашса зарар кўрасиз

Биринчи иккита вариант сиз учун жуда ажойибдир! Бу даромадли инвестициядир! Чунки чиқимлар энг бошиданок жуда кам.

3- ва 4- вариантлар ҳақида бирор фикр айтишдан олдин яхшилаб ҳисоб-китоб қилиб олиш керак.

**3-вариантнинг ҳисоб китобини қиламиз:**

*Қўлингизда 50 000 доллар пул бор ва сиз унга квартира сотиб олмоқчисиз.*

*Уни ижарага берсангиз – ойига 200 доллар ишлаб олишингиз мумкин.*

*Ушбу инвестиция қандай даромад келтиради?*

Йилига ҳаммаси бўлиб  $200 \cdot 12 = 2400$  доллар

*Харажатлар: солиқлар ва таъмирлаш = 15% ва 20% оралигида бўлади. Агар юридик шахс бўлсангиз ва ижара пули олаётган умумий даромадингизнинг 60% идан юқори бўлса, ижара пулининг 30% уни солиққа тўлайсиз. Ушбу ҳолатда харажатларингиз 40-45% атрофида бўлади.*

Жами фойда =  $2400 - 20\% = 1920$

Жавоб: бу йилига инвестиция қилинган сумманинг 3,84% уни ташиқил қилади (БОР ЙЎҒИ!!!)

Бу дегани ушбу инвестициянгиз 38 йилда ўзини қоплайди деганидир.

Бу инвестициянинг плюси кўчмас мулкнинг ҳамшиша қадрланишидадир. У бошқа активларга ўхшаб тез-тез ўзгариб турмайди ва ҳамшиша керакли активдир.

Унинг минуси эса сизга тезда катта пул керак бўлиб қолганда кўчмас мулк сизга фойда бера олмайди.

Ушбу пулни банк депозитига қўйсангиз, йилига 7-8% даромад кўришингиз мумкин. Бунда сизнинг таъмирлаш ва ижарачилар билан бўладиган бош оғриқларингизнинг ўзи бўлмайди.

Сиз 5 ва 8% орасидаги фарқни кўришни истайсизми?

%%	Омонат суммаси, USD	5 йилдан кейин ҳисобдаги сумма, USD	10 йилдан кейин ҳисобдаги сумма, USD	15 йилдан кейин ҳисобдаги сумма, USD
5%	50 000	63 814	81 444	103 946
8%	50 000	73 466	107 946	158 608

Ушбу жадвал фоизларни кичик кўрма деб аталади.

Инвестициялар нуқтаи назаридан қаралганда 8% ўрнига 5% дан омонат қўйган мижоз 5 йилдан кейин 10 000\$, 10 йилдан кейин 27 000\$, 15 йилдан кейин 55 000\$ни ола олмайди.

Фоизлардаги фарқларни ўзимизга қандай ишлата олишимиз ҳақида кейинги дарсларда ўрганамиз.

**Тўртинчи вариант:**

Агар сиз квартирани кредитга олсангиз, 15 йил давомида сиз банкка 50 000 ўрнига 125 000 тўлашингизга тўғри келади. Яна давом эттираверайми?

Демак харажатлар: солиқлар, 15 йил давомида банкка фоизларни тўлаб бориш!

Агар сиз ушбу квартирани ижарага бермоқчи ва ушбу пуллардан ипотека кредитини ёпмоқчи бўлсангиз, бир нечта саволлар ҳақида ўйлаб кўринг:

1. Харажатларингиз ва даромадларингиз бир-бирига тенгми?
2. Агар тенг бўлмаса, етишмайдиган суммаин қаердан оласиз ва нима ҳисобига таъмирлайсиз?

3. Агар ижарачи топа олмасангиз ёки улар ижара ҳақини тўлай олмай қолишса, банкка тўлайдиган пулларингизни қаердан оласиз?

Ипотека шартномасига кўра, бир неча ой давомида кетма-кет тўловларни амалга оширмасангиз, банк квартирани тортиб олади!

Ушбу вариантда ягона плюс – бу агар ҳаммаси яхши бўлса (ижара = банк %и) ва зарар ҳамда фойда кўрмасангиз, 15 йилдан кейин квартира сизники бўлади. Фақат шундагина даромадларнинг харажатлардан ошган қисми сизники бўлади.

Айнан шу вақтда сиз ўз инвестициянгиздан рента олишни бошлайсиз. Бу сумма  $200-20\%=160$  доллар бўлади. Бу сизга етарлими?

*Умумлаштирсак, сизга инвестициянгиз нима келтирганини кўришимиз мумкин. Сиз ўзингизнинг 125 000 долларингизни сарфладингиз ва бунинг учун 15 йил давомида ҳеч нима олмадингиз. Балки яна қўшимча сарфлашингиз ҳам мумкин. Энди эса ойига 160 доллар ва йилига  $160*12=1920$  доллар пассив даромад топяпсиз (бунга ҳам кафолат йўқ). 1920 сизнинг сарфлаган 125 000 ингизнинг 1,5 фоизидир! Бу ҳатто банкка омонатга қўйганингиздан ҳам кам фоиздир. Ушбу ҳисоб-китоблардан шундай хулоса келиб чиқадики, бу инвестицияни фақат сиз ўзингизга квартира керак бўлсагина қилишингиз мумкин. Яъни бу инвестиция эмасдир!*

**Ушбу дардан олишингиз мумкин бўлган фойдали ахборот куйидагича:**

Агар сиз тижорат кўчмас мулкка инвестиция қилмоқчи бўлсангиз, куйидаги оддий ҳисоб-китобни бажариб кўринг:

1.  $\sum 1$  — қанча чиқим қилинади
2.  $\sum 2$  – йилига қанча оласиз (энг яхши ва энг ёмон вариантларни ҳисоблаб кўринг)
3. Энди бўлса бу йилига неча фоизни ташкил қилишини ҳисоблаб кўринг?  $\% = \sum 2 \times 100 / \sum 1$
4. Ушбу олган натижангизни бошқа инвестиция вариантлари билан таққослаб кўринг.

## Кўчмас мулк даромад манбаи

Одатда кўчмас мулкни биз фақат яшаш учун мўлжалланган ҳамда жуда камдан кам ҳоллардагина даромад олиш учун фойдаланиладиган ўта қиммат сотиб олинadиган нарса сифатида тасаввур қиламиз.

Лекин шундай инвесторлар борки, улар кўчмас мулкни айнан даромад олиш учун, уни ҳеч нима қилмасдан, ижарага бериб ойлик ижара ҳақини олиб туриш учун сотиб оладиган инвесторлар ҳам мавжуд. Бундай кишиларни рантье деб аташади.

Кўчмас мулкдан олинadиган даромад пассив, кўчмас мулкнинг ўзи эса актив ҳисобланади.



Одатда бу қуйидаги содир бўлади: сиз уй, квартира ёки бошқа кўчмас мулк объектини сотиб оласиз (бу яшаш учун ёки тижорат мулки бўлиши мумкин) ва уни ижарага бера бошлайсиз. Бунда ўз мулкингизни ақл билан бошқара олишингиз керак. Яъни яхши ижарачилар топишингиз, вақтида ижара ҳақини оширишингиз (ёки бозордаги шароитдан келиб чиқиб, пасайтиришингиз), кўчмас мулкни яхши ҳолатда сақлаб туришингиз керак.

Қандай қилиб кўчмас мулкда пул ишлаб топа бошлаш мумкин?

Буни жуда кичкина нарсадан бошлаганингиз маъқул. Масалан, сизнинг гаражингиз бўлса, уни ижарага беришингиз мумкин. Бутун жараёни бошидан охригача ўзингиз бошдан кечиришингиз, ҳар битта майда-чуйдасигача ўрганишингиз керак бўлади. Шу билан биргаликда ушбу бизнес сизга ёқиш ёки ёқмаслигини ҳам аниқлашингиз керак бўлади. Бу айнан бизнесдир, чунки сиз кўчмас мулкни сотиб оласиз ва уни бошқарасиз.

Кейин бошқа кўчмас мулк объектларига: уйлар, квартиралар, тижорат бинолари, омборлар ва бошқаларга ўтишингиз мумкин. Айрим кишилар фақат бир хил типдаги кўчмас мулк объектларига мутахассислашадилар. Масалан, гаражлар ва ангарларга. Бундай кўчмас мулк ҳеч кимга керак эмас деб ўйламанг! Агар ҳаммасини тўғри қилсангиз, жуда юқори даромад олишингиз мумкин. Кўпчилик кўпроқ пул ишлаб топиш учун қайси турдаги кўчмас мулкни сотиб олиш керак деб савол беришади. Бизнинг сайтимизда сиз жуда кўплаган, шу жумладан кўчмас мулк ҳақидаги фойдали мақолаларни топасиз. Улар ёрдамида сиз инвестициялаш объектини тўғри танлашни ўрганасиз.

Даромадли кўчмас мулкни топиш ва сотиб олиш учун университетда ўқишингиз, алоҳида амалиётни ўташингиз шарт эмас. Ушбу бизнес билан пули бўлган ҳар қандай одам шуғулланиши мумкин. Лекин кимнингдир пули кам ёки умуман бўлмаслиги, лекин кўчмас мулкда пул ишлаш истаги жуда катта бўлиши мумкин. Бундай ҳолатда сиз кейинги мақолларни ҳам ўқишингиз ва буни қандай амалга ошириш мумкинлигини аниқлаб олишингиз мумкин.

## Кўчмас мулкда пул топиш қандай ўрганиш мумкин?

Агар сиз бутун умр ойликка ишлашни истамасангиз ва сизнинг умуман ишламаганингизда ҳам сизга пассив даромад келтириб турадиган активларни яратишингиз кераклигини англаган бўлсангиз, ушбу мақолада қандай қилиб кўчмас мулкда пул ишлаб топишни ўрганасиз.

Энг асосийси сизнинг кўчмас мулк ва у билан боғлиқ жараёнлар ҳақидаги билимларингизнинг ҳамда тажрибангизнинг ошишидир. Албатта ушбу курс маълумотларини ўрганишингиз сизга анчагина билимлар беради. Лекин бу сизнинг амалий тажрибангиз ҳам ортди дегани эмас эканлигини яхши билишингиз керак.

Бу молиявий эркинликка эришиш ва молиявий мустақил одамга айланиш имкониятидир.

Муваффақият бирданига келмаслиги мумкин, лекин бу бизнес ғояси тезда пул ишлаб топишга имкон беради. Бунинг учун тажриба тўплаш ва хизматларни сотиш кўникмасига эга бўлиш керак. Масалан, кўчмас мулк агентлигига ишга кириб, кўчмас мулкда қандай пул ишлаб топиш мумкинлигини амалда ўрганиш мумкин.

Бунинг учун турли риэлторлик хизматларини қандай кўрсатиш мумкинлигини ўрганиш мумкин етарлича катта агентликни танлашингиз керак бўлади. Шунингдек турли нотариус ва адвокатлик контораларида ишлаб ҳам кўчмас мулкда қандай даромад олинишини ўрганишингиз мумкин. Одатда, бундай жойларга ишга кириш қийин бўлади ва кирганингиздан кейин ҳам тажриба орттиргунингизча, дастлабки вақтларда фақат маош билан кун кўришингизга тўғри келади. Одатда, кўчмас мулк агентлари битимларнинг фоизига ишлашади. Яъни улар кўчмас мулкни сотганларида шартномада кўрсатилган сумманинг фоизини олишади.

Бундай ишнинг энг катта плюси – бунда сизнинг турли миқдорлардан танишлар орттиришингиз, кўчмас мулкка тааллуқли бутун қонунлар ва ҳужжатлаштириш ишларини тўлиқ ўрганиб олишингиз мумкин. Ўзингизнинг шахрингиз ёки мустақил фаолият юритмоқчи бўлган туманингизнинг кўчмас мулк бўйича маълумотлар базасини очишингиз, кўчмас мулкнинг аниқ турлари бўйича сотувчи ва харидорларнинг талаблари ва истаклари нима эканлигини аниқлашингиз мумкин.

Тажриба орттириб олганингиздан кейин ўзингиз кўчмас мулк бўйича агентлик очиб олишингиз мумкин. Бунинг учун МЧЖ шаклида фирма очишингиз, жойни ижарага олишингиз ва тегишли лицензияларни олишингиз ҳамда ходимларни ёллашингиз керак бўлади. Одатда агентлар ўзлари ўзлари учун сизнинг (фирмангизнинг) исмингиз остида ишлашади, сиз эса уларнинг битимларидан фоиз оласиз. Агар тажрибангиз етарли бўлмаса, ҳаммаша юридик компанияга маслаҳат сўраб мурожаат қилишингиз мумкин.

Шунингдек ўзингизнинг агентлигингизнинг сайтини яратишингиз ҳам мумкин. Ҳозирги кунда истаган бир бизнеснинг интернетдаги рекламаси бўлиши шарт. Одатда, катта шаҳарларда кўчмас мулк бўйича етарлича сайтлар бўлади. Лекин туман марказларида сайтлар етишмайди ва улар ҳақидаги маълумотлар вилоятлар сайтларига чиқади.

Яхши ишланган ва одамлар кўп кирадиган сайт нафақат сизнинг агентлигингиз учун реклама майдони бўлиб қолмасдан контекст ёки баннерли рекламадан даромад олиш манбаи ҳам бўлади. Шунингдек шахрингиздаги бошқа кўчмас мулк агентликларининг пулли рекламаларини ҳам жойлаштиришингиз мумкин. Сайтингизга одамлар кўпроқ киришларини таъминлаш учун жисмоний шахсларнинг эълонларини бепул берганингиз маъқул.

Кўчмас мулкда қандай қилиб пул ишлаб топиш мумкинлигини билсангиз, ўз ишингиздан катта даромад олишингиз мумкин. Агар

хаммасини ақл билан қилсангиз ва кўпгина бизнес-жараёнларни автоматлаштирсангиз, даромадингиз пассив бўлади. Агар сиз кўчмас мулкда тез пул ишлаб топишни истасангиз, унда сиз таваккал қилишга тайёр бўлишингиз ва доимо кўчмас мулк соҳасида янги нарсаларни ўрганиб боришингиз керак.

## Кўчмас мулкка инвестиция қилишнинг устунликлари

Турар жойлар ва нотурар жойлар жисмоний шахслар томонидан ҳам ташкилотлар томонидан ҳам бир хилда сотиб олиниши мумкин. Чунки бундай мулкнинг ўзига хос устунликлари мавжуд.

Биринчидан, инвестор ундан баҳосининг ошиши натижасида ҳам ижарага бериш натижасида ҳам даромад ола олади. Иқтисодий кризислар вақтида баҳолар тушса ҳам, умуман олганда узоқ муддатли истикболда улар ўсиб боради. Қоида бўйича кўчмас мулкнинг баҳоси ва ижара ҳақи орасида тўғри пропорционал боғлиқлик мавжуд. Яъни кўчмас мулкнинг баҳоси ошса, унинг ижара ҳақи ҳам ошади ва бунинг тескараси ҳам бўлиши мумкин.

Иккинчидан, бошқа турдаги инвестициялар, масалан, акциялар ва халқаро валюта бозорига пул тикишга нисбатан таваккалчиликлар жуда кам. Ҳатто кўчмас мулкнинг баҳоси тушиб кетган тақдирда ҳам уни ижарага бериб даромад олиб туриш мумкин.

Учинчидан, инвестор ўзининг кучи билан мулкни таъмирлаши, қайта қуриши ёки статусини ўзгартириши, масалан, биринчи қаватдаги турар жойни нотурар жойга айлантириши яъни кўчмас мулк объектини яхшилаши мумкин. Бу эса ўз навбатида нафақат унинг баҳосини оширади, балки унинг ликвидлигини ҳам оширади. Объектни тезроқ сотиш имкониятини пайдо қилади.

Тўртинчидан, агар инвестор кўчмас мулкка узоқ муддатли мақсадларни кўзлар инвестиция қилган бўлса, уни осонгина банкда гаровга қўйиб, эвазига кредит олиши мумкин (бозор баҳосининг 80% миқдориди). Шундай қилиб, пул маблағлари олиш имконияти пайдо бўлади ва шу билан биргаликда объектдан фойдаланиш, яъни уни ижарага бериб, даромад олиш имконияти сақланиб қолади. Агар молиялаш билан муаммолар пайдо бўлса, кўчмас мулкни кредитга сотиб олиш имконияти мавжуд.

Бешинчидан, инвесторда кўчмас мулкни сотиб олишга етарлича маблағ бўлмаган тақдирда у ипотека кредитини расмийлаштириш мумкин. Бунда сотиб олинаётган мулкнинг ўзи гаров мулки вазифасини бажаради. Бундай амалиётни фонд ва валюта бозорларида амалга оширишнинг умуман иложи йўқ.

Кўчмас мулк бозорининг иқтисодий ҳолатнинг ўзгаришларига реакцияси секинлаштирилган. Масалан, акциялар бозорида баҳо тушиб кетса, бу кўчмас мулк бозорида баҳоларнинг кескин тушиб кетишига олиб

келмайди. Инвестор бундай муаммолар юзага келган вақтда инвестицион кўчмас мулкни сотиб юборишга вақти бўлади.

Куйида турар ва нотурар тижорат кўчмас мулкига инвестиция қилишнинг айрим стратегиялари ва усуллари келтирилган.

Улар ҳаммаси ҳам истаган бозорда ва истаган вақтда ишлайвермайди.

Исталган бошқа инвестиция каби кўчмас мулк ҳам агар сиз бозорни яхшилаб ўрганмаган ва аниқ бизнес-режага эга бўлмасангиз, хавф остида қолиши мумкин.

1. *Ерни ижарага бериш* – ерни кейинчалик ижарага бериш учун сотиб олиш.

Яхши режа ва бошқаришга эга бўлсангиз, ижарадан пассив даромад олишингиз ва капиталнинг ўсишидан яхшигина пул ишлаб олишингиз мумкин.

2. *Ер участкасини сотиб олиш уй қуриш учун қайта сотиш.*

Ушбу стратегия сотиб олиш ва сотиш баҳолари ўртасидаги фарқ ушбу битимни амалга ошириш ва ер участкасини тайёрлашга кетган харажатлардан катта бўлганда даромад келтиради.

3. *Турар жойни ижарадан даромад олиш учун сотиб олиш.*

Ушбу стратегия доирасида ипотека кредити тўлови, солиқлар, мулкни бошқариш ва унга хизмат кўрсатишга бўладиган чиқимлар кўчмас мулкдан олинадиган даромаддан паст бўлиши шарт. Агар сиз ушбу кўчмас мулкка узоқ муддат эгалик қилишни мўлжаллаётган бўлсангиз, капиталнинг ўсишига ҳам умид қилсангиз бўлади. Ушбу ҳолатда капиталнинг ўсиши сизнинг мукофотингиз бўлади. Ижара ҳақи аҳолининг даромадларига боғлиқ бўлишидан келиб чиқиб, ижарага узоқ муддатли баҳоларни оширишни башорат қилишингиз мумкин.

4. *Кўчмас мулкни сотиб олиш, қайта таъмирлаш ва ижарага бериш.*

Идеал ҳолатда бу куйидагича бўлади: унга қўшимча қиймат бериш мумкин бўлган тегишлича баҳоланмаган мулк сотиб олинади (масалан, мулк таъмирталаб), унинг аҳволи яхшиланади ва кейин ижарага берилади. Ёки коммуникацияларга эга бўлмаган уй сотиб олинади ва кейин уни барча шаҳар коммуникацияларига уланади.

5. *Кўчмас мулкни унинг баҳоси ошиши ва қайта сотиш учун сотиб олиш.*

Ушбу стратегия сотишдан қоладиган фойда битимни амалга ошириш ва кейинги яхшилашлар учун қилинган харажатлардан юқори бўлсагина муваффақиятли бўлиши мумкин. Ушбу ҳолатда кўчмас мулкни сотиш узоқ вақтни олиши ва бозордаги шароит ҳамда кўчмас мулкнинг турига боғлиқ бўлиши мумкинлигини ҳисобга олиш керак. одатда кўчмас мулк бозорида энг арзон баҳо сегментидаги объектлар энг ликвидли ҳисобланади. Энг кам олди-сотди битимлари элит синфли ва премиум синфли турар жойларни сотиш бозорида амалга оширилади. Жуда қиммат, эксклюзив турар жойлар, одатда, энг узоқ вақт давомида сотилади.

6. *Уй ёки квартирани капиталнинг ўсишидан даромад олиш учун сотиб олиш.*

Бу ҳали яхши ривожланган инфраструктурага эга бўлмаган, лекин яхши истиқболга эга бўлган жойлардаги мулклар бўлиши мумкин. Бунинг учун жуда катта дастлабки капитал ёки мулкка эгалик қилиш учун қилинадиган харажатларни қоплаш учун (ипотека тўлови, солиқлар, хизмат кўрсатиш) етарлича даромад бўлиши керак. Чунки ушбу ҳолатда ижарадан олинадиган даромад етарли бўлмайди ёки умуман ижарага беришнинг иложи бўлмайди. Бозор кўтарилаётган пайтда яхшигина ишлаб олиш мумкин, лекин бозорнинг ўсиши кучсиз бўлганда таваккалчилик жуда катта бўлади.

*7. Кўчмас мулкни фойдаланиш турини ўзгартириш ва қайта сотиш учун сотиб олиш.*

Ушбу усул фойдаланиш турини ўзгартириш ҳисобига унинг баҳосини ошириш мумкин бўлган мулкни излашга асосланади. Ушбу стратегия турли турдаги кўчмас мулкларнинг баҳосининг фарқланишига асосланади.

## Кўчмас мулкка инвестиция қилиш усуллари

Бугунги кунда кўчмас мулкка инвестиция қилишнинг жуда кўплаган усуллари мавжуд.

Бунда жамғарилган маблағлар суммаси, таваккалчилик ва даромаднинг нисбатидан келиб чиқиш керак бўлади.

Кўчмас мулкка асосий инвестиция қилиш усуллари кўриб чиқамиз.

Айрим инвесторлар фақат турар жойлар (уйлар ва квартиралар) ёки нотурар жойлар (тижорат мулки) ни маъқул кўришади.

Кейинги пайтларда инвесторлар орасида чет эл кўчмас мулклари кўпроқ машҳур бўлмоқда.

Кўчмас мулкка инвестиция киритишни қуйидаги иккита асосий усул билан амалга оширилади:

- тайёр кўчмас мулкка инвестиция қилиш

- қурилаётган кўчмас мулкка инвестиция қилиш (кўчмас мулк қурилишини инвестициялаш).

Қурилаётган кўчмас мулкка инвестиция қилиш, агар бунинг узок муддатга қиладиган бўлсангиз, жуда фойдалидир. Бунда кўчмас мулк эксплуатацияга тушиши ва унга эгалик қилиш ҳақида гувоҳнома олгандан кейин, тайёр кўчмас мулкни сотиш, ижарага бериш ёки бошқа исталган мақсадда фойдаланиш мумкин.

Қурилаётган объект турар ёки нотурар жой бўлиши мумкин. Қурилиш жараёнидаги кўчмас мулкни чет элда ҳам сотиб олиш мумкин. Шунингдек ер участкасини кейин унда кўчмас мулк қуриш, тайёр кўчмас мулк объектини сотиш ёки ижарага бериш учун сотиб олиш мумкин. Ер участкаларига унинг кейинги ликвидлигининг ошиши – инвесторлар учун унинг ўзига жалб қилишининг ошиши ҳамда кейин унинг сотилиши ленд-девелопмент деб аталади.

Кўчмас мулк бозорида инвестиция қилиш усуллари тўғридан-тўғри ёки билвосита бўлиши мумкин.

*Тўғридан-тўғри* хусусий шартнома асосида кўчмас мулкни сотиб олиш.

*Билвосита* – кўчмас мулкка мутахассислашган компанияларнинг қимматли қоғозларини сотиб олиш, кўчмас мулк билан таъминланган гаровларга инвестициялар, кўчмас мулк билан тўғридан-тўғри алоқаси бор компаниялар ва қурилиш ташкилотларининг қимматли қоғозларини сотиб олиш.

Кўчмас мулкка инвестиция қилишнинг устунликлари:

1. Ҳар чоракда дивидентлар тўланадиган корпоратив қимматли қоғозлардан (акциялардан) фарқли равишда кўчмас мулкка эгалик қилиш инвесторнинг ҳар ойда даромад олишига сабаб бўлади. Чунки ҳар ойлик ижара тўлови инвесторга ҳар ойда даромад келтиради.

2. Кўчмас мулкка эгалик қилишдан келадиган пул оқими (ижарадан тушумлар ва мулкка хизмат кўрсатиш билан харажатлар орасидаги фарқ) корпорацияларнинг пул оқими нисбатан камроқ динамикликка эгадир: корпорацияларнинг пул оқими махсулотни реализация қилиш ҳажмига боғлиқ бўлади. Реализация қилиш эса харидорларнинг ҳар кунлик қарорларига боғлиқ равишда ўзгариб туради. Кўчмас мулкдан келадиган даромадлар стабил бўлади, чунки улар ижара шартномасига асосланади. Корпоратив пул даромадларининг манбаси вақти билан ўзгариб туради, кўчмас мулкнинг даромад манбаи эса бинолар кўчмаслиги, активлар жисмоний ва юридик жиҳатдан мустақамлаб қўйилганлиги учун олдиндан айтиб бериш мумкин бўлган даражада бўлади.

Кўчмас мулкка инвестиция қилиш бошқа турдаги активлар, жумладан қимматли қоғозларга нисбатан юқорироқ даражада сақланувчанлиги, хавфсизлиги ва инвестор томонидан назорат қилиш имконияти борлиги билан характерланади.

Кўчмас мулкка инвестиция қилишнинг манбалари ва катталигига қуйидагилар таъсир қилади:

- Инвестициядан кутилаётган даромад;
- Банк фоизининг ставкаси;
- Умуман ва жамладан инвестицион соҳадаги солиқ сиёсати;
- Инфляция даражаси;
- Кўчмас мулкка инвестициянинг таваккалчилик даражаси.

Кўчмас мулкка инвестиция қилиш ўз бойлигингизни яратиш ва ошириш учун жуда яхши усулдир. Фақат буни сиз молиявий донолик билан амалга оширсангиз.

Кўчмас мулкка инвестиция қилишнинг реал усуллариин кўриб чиқамиз:

### **REIT лар орқали кўчмасмулкка инвестиция қилиш.**

Бу кўчмас мулкка инвестиция қилишнинг энг оддий усуллариин бири ҳисобланади.

REIT (*Real Estate Investment Trust*) – бу жамоавий инвестициялар ҳисобига кўчмас мулкни сотиб олувчи, бошқарувчи ва қурилиш билан

шуғулланувчи ташкилот (инвестицион фондир). REIT улушларнинг қийматининг ошишидан ва шунингдек траст чиқим қилган кўчмас мулк ижарасидан олинадиган тўловлардан даромад олади. Ушбу даромадларнинг камида 90% ини компания улушчиларга дивидент тарзида тўлайди. Сиз, масалан, кўп миллионлаган суммадаги савдо марказлари, меҳмонхоналар, гаражлар ва бошқаларнинг бир қисм эгаллигини қўлга киритишингиз мумкин.

### **Қурилаётган ёки тайёр кўчмас мулкка инвестиция қилиш.**

Кўпчилик одамлар амалиётда қурилишга инвестиция қилиш тушунчаси билан тўқнаш келишади. Чунки қурилишга фақат бой кишилар инвестиция қилишлари мумкин. Агар бу борада билимларингиз бўлса ва барчасини тўғри қилсангиз, қурилаётган кўчмас мулкка инвестиция қилишингиз яхши даромад келтириши мумкин. Лекин ҳамиша ҳам қурилаётган кўчмас мулкка киритилган инвестициялар фойда келтиравермайди. Бу ерда хато қилмаслик ва кўп йиллардан буён кўчмас мулк қурилиши ва уларни сотиш билан шуғулланаётган траст фонди ёки қурилиш компаниясини топишингиз муҳимдир.

Кўчмас мулкка инвестиция қилишнинг кўплаган усуллари мавжуд. Бу усулларни маблағларингизнинг суммасидан ва таваккалчилик ҳамда фойдалилик даражасидан келиб чиқиб танлашингиз керак.

### **Кўчмас мулкка инвестиция қилиш таваккалчиликлари.**

Кўпчилик инвесторлар кўчмас мулкни қарз олинган пулларни (ипотека кредити) ишлатиш имконияти борлиги учун сотиб олишади. Бу кўчмас мулкни ўзига жалб қилувчи инвестицион воситага айлантиради. Лекин бу соҳани яхши билмайдиган инвестор учун кредит биринчи рақамли душманга айланиши ва уни банкротликка олиб келиши мумкин. Шунинг учун қарз маблағларини (кредит, инвесторларнинг ёки ҳамкорларнинг пулларини) ишлатишдан олдин ўзингизнинг инвестицион режангизни ишлаб чиқишингиз ва барчасини ҳисоблаб кўришингиз керак.

## **Кўчмас мулкдан қандай даромад олиш мумкин?**

Одатда, кўчмас мулкдан келадиган даромад одамни молиявий жиҳатдан мустақил қилади.

Кўчмас мулк пассив даромад олишга имкон беради. Даромаднинг бундай тури сизнинг ўзингиз истаган бошқа сизга хурсчандчилик келтирадиган ва ҳаётингизга маъно берадиган ҳар қандай фаолият билан шуғулланишингизга имкон яратиб беради.

Кўпчилик одамлар ўз пулларини қимматли қоғозларга, облигацияларга, қимматли металллар: олтин, кумуш ва платинага, бизнесга инвестиция қилишга сарфлашади. Лекин уларнинг ҳеч бири эгасига бевосита капитализациядан ташқари яна ижара тўлови шаклидаги ойлик пассив даромад ҳам бериб турадиган кўчмас мулк билан беллаша олмайди.

Албатта, кўчмас мулкнинг ҳам ўзига яраша камчиликлари мавжуд. Масалан, ёнғин юз бериши ёки ўғрилиikka тушишлари мумкин, лекин

буларни суғурталаш мумкин. Агар сиз пуллариингизни турли молиявий бозорлар: қимматли қоғозлар бозори, Форекс валюта бозори, хом ашё бозори ёки бизнесга тиксангиз, бирор нарса ишламасдан туриб, бирингиздан бир дамда ажралиб қолишингиз ҳам мумкин.

Бу нарса нима сабабдан юз бериши мумкин деб сўрасиз? Жавоби жуда оддий: сиз ўз маблағингизни акциялар, форекс ва бошқа турдаги инвестицияларга ушбу соҳада ҳеч қандай касбий билимларга эга бўлмасдан туриб сарфлагансиз.

Жуда кўплаган бошловчи инвесторлар ушбу бозорларда ўз пуллариингиздан ажралиб қолишган. Чунки бу ерда фақат фундаментал ва техник таҳлилни билишингиз ўзи камлик қилади. Бундан ташқари сиз метиндек интизом ва узоқ вақт давомида савдо қилиш натижасида пайдо бўладиган савдо тизимига эга бўлишингиз керак.

Бугунги кунда инвестициянинг кўпгина турлари доимий равишда стабил ва ишончли даромад келтириб турадиган кўчмас мулк билан беллаша олмайди. Кўчмас мулк – бу кўпчилик инвесторлар учун олдиндан айтиб бериш мумкин бўлган ва тушунарли воситадир.

Кўчмас мулк йирик актив ҳисобланади ва унга эгалик қилиш ҳамда бошқаришдан яхшигина даромад олишингиз жуда кўплаган усуллари мавжуд.

Кўчмас мулкда пул ишлаб топиш учун бир нечта усуллари кўриб чиқамиз.

#### 1. *Энг содда усул – бу кўчмас мулкни ижарага беришдир.*

Мулкни қандай қилиб ижарага берилади? Ўзингизнинг шахсий турар жойингизни ижарага бериш учун риэлторлик агентлигига ишонч билдиришингиз ёки ўзингиз ижарачи топишингиз мумкин. Яхшиси мутахассисларга ишонган маъқул. Улар сизнинг мулкингни кўздан кечиришади, эксперт баҳосини беришади, сизнинг талабларингизга мос келадиган одамларни танлашади, сизнинг уйингизни (квартирангизни) кўрсатишади ва энг асосийси, ким нима учун жавобгар эканлигини кўрсатиб берадиган ижара шартномасини тузишади.

Агар сиз ўзингиз ижарачиларни излаб топишга қарор қилган бўлсангиз, бунинг учун эълон бериш ва ижарачиларни топиш мумкин бўлган бир қанча интернет сайтлар мавжуд. Бундан ташқари сиз маҳаллий газеталар, телевидение, радиода эълонлар беришингиз ҳам мумкин

#### 2. *Хонани ижарага бериш*

Агар уйингизда (квартирангизда) бекор турган хона бўлса, уни ижарага беришдан яхшигина даромад олишингиз мумкин. Шунингдек сиз керакли турдаги ижарачини топишингиз учун тегишли сайтларга ёки оддийгина симёғочларга эълонлар ёпиштиришингиз мумкин.

#### 3. *Мавсумий ижара*

Сизнинг иккинчи уйингиз (дачангиз, ёзги уйингиз, квартирангиз) бор ва у йилнинг кўп вақтида бекор туради. Сиз ушбу кўчмас мулкингни даромад ола бошлашингиз мумкин ва бунинг учун сизга уни исталганча муддатга ижарага беришга ёрдам берадиган махсус сайтлар мавжуд. Бундан ташқари сиз диққатга сазовор жойларнинг яқинида яшайдиган бўлсангиз,



одамлар бундай жойларнинг ёнида бўлиш учун катта суммани тўлашга ҳам тайёр бўлишади.

#### 4. *Кўчмас мулкни ижарага бериш учун сотиб олиш*

Кўчмас мулкнинг баҳосининг юқори эканлиги сабабли буни қилишингиз анча қийин иш. Лекин сиз мулкни сотиб олиш учун ипотека кредитидан фойдаланишингиз мумкин. Бунинг учун сиз дастлабки тўлов учун маблағ йиғишингиз керак бўлади. Бу сотиб олувчининг ўзида кредит олиш вақтида бўлиши керак бўлган ва турар жойнинг мустақил равишда тўланиши керак бўлган суммасидир. Дастлабки тўловнинг суммаси кредит берувчи банкка боғлиқ бўлади ва Ўзбекистон шароитида, одатда, 25 фоиздан кам бўлмайди.

Шунингдек сиз брокерлик идорасининг юридик хизматлари учун, ипотека брокерининг хизматлари учун, кредит берадиган банкнинг аризани кўриб чиққани учун тўловларини ва бошқа яширин комиссияларни тўлашингиз керак бўлишини унутманг.

Ижарачиларнинг қулай яшашлари учун ошхона, ванна хонасида минимум мебеллар ва тегишлича хўжалик техникаларини сотиб олишингиз ҳам керак бўлади.

Бугунги кунда ижара кўчмас мулкнинг етишмаётганлиги ижара ҳақининг бундан буён ҳам ошиб боришини билдиради. Кўчмас мулкка узоқ муддатли инвестиция сифатида қараш унга маблағ киритиш ўз бойлигингизни сақлаб қолишингиз ва кўпайтиришингиз учун ажойиб усул деган фикрга келишингизга сабаб бўлади.

## Ер участкаларига инвестиция қилиш

Ер билан боғлиқ операциялар кундан-кун актуаллигини ошириб бормоқда ва бу операцияларнинг ернинг метражи билан умуман алоқаси йўқ. Кейинги пайтларда ер участкаларига катта савдо марказлари, кўнгил очиш жойлари ва омборхоналар қуриш мақсадида пул тикишни истайдиган инвесторларнинг сони кўпайиб бормоқда. Ушбу инвестиция тури экспертларнинг фикрига кўра пул тикиш учун энг хавфсиз инвестициялаш тури бўлиб, инвесторнинг фойдаси ҳимояга олинади ва даромад олиш кафолатланади.

Ер бозори борган сари ўз темпини ошириб бормоқда. Ушбу соҳадаги исталган бир маҳсулотнинг баҳоси йил сайин ошиб бормоқда. Йиллик ўртача баҳоларнинг ошиши ўртача 30 фоиз атрофида бўлмоқда.

Қонун билан ер участкаларига инвестиция қилишнинг рухсат берилган учта инвестиция қилиш усулини кўриб чиқамиз:

1. Кейинчалик каттароқ баҳога сотиш учун сотиб олиш. Бундай операциялар, одатда, 25-30 фоиз даромад келтиради. Лекин ҳар битта инвестор ушбу участканинг жойлашган жойи ва унинг атрофида одам учун зарур бўлган инфраструктураларнинг мавжудлигини ҳисобга олиши керак.

2. Ер участкаси унда мавжуд бўлган қурилиши тугалланмаган кўчмас мулкни кейинчалик қурилишни тугаллаб, олинган баҳосидан анча катта баҳога сотиш учун сотиб олиш. Ҳозирги пайтда Ўзбекистон республикаси қонунчилиги бўйича ер участкаларининг ўзини сотиш мумкин эмаслиги, фақат унда мавжуд бўлган иморатлар билангина сотиш мумкинлигини ҳисобга олсак, сиз жисмоний ва юридик шахслардан сотиб оладиган ҳар битта участка албатта жуда бўлмаганда қурилиши тугалланмаган кўчмас мулкка эга бўлиши керак. Шундай экан, бу йўналиш ҳозир бизда энг кенг тарқалган йўналишдир.

3. Ер участкасини кейинчалик унда янги уй қуриш мақсадида сотиб олиш. Бунда сиз қурилишга кетадиган харажатларни тўлиқлигича назорат қилишингиз ва уларнинг рационал фойдаланилишини кузатишингиз мумкин. Тайёр бўлган объектни сотишингиз ёки ижарага бериб, фойда олишингиз мумкин. Тайёр объектнинг баҳоси сизнинг қилган чиқимларингизнинг камида 2-3 баробарини ташкил қилади.

Марк Твен айтганидай “Ерни сотиб олиш керак, чунки уни бошқа ишлаб чиқаришмаяпти”. Бу гапни айтганида у 200% ҳақ эди. Шунинг учун ҳам шахсий ер участкасига эгалик қилиш ҳар битта одамнинг истагидир.

Агар сиз ушбу соҳага пул сарфлашга қарор қабул қилган бўлсангиз, участкангиз қулай жойда жойлашганлигига алоҳида эътибор қаратишингиз керак бўлади. Акс ҳолда унинг баҳосининг ошишидан умид қилмасангиз ҳам бўлаверади. Бунинг учун ер участкасини танлашда бир нечта тавсияларга амал қилишингиз керак бўлади:

- йўл билан таъминланиш, яъни шахсий ва жамоат транспорти билан ушбу жойга бора олиш имконияти;

- агар ушбу ер участкаси шаҳардан ташқаридаги уйга мўлжалланган бўлса, яқин орада доимий равишда аҳоли яшаш пункти бўлиши шарт. Бу сизга сизнинг бўлғуси қурилишингизга электр ва газ келтириш имкониятини беради. Сув билан таъминлаш ва канализация бу ҳолатда жуда ҳам муҳим эмас, чунки уларни мустақил яратишингиз мумкин.

Катта шаҳарлар аҳолисининг кўпчилик қисмининг шаҳар ташқарисидаги уйларга талабининг ошиб бораётганлигига иқлим шароитларининг ёмонлашаётгани ҳам катта таъсир кўрсатяпти. Чунки бу атроф-муҳит ҳароратининг доимий ошиб бориши натижасида қурғоқчилик ва ҳосилнинг нобуд бўлишига олиб келяпти. Оилани керакли мева ва сабзавотлар билан таъминлаш жуда қимматга тушяпти. Шунинг учун кўпчилик ўзларининг кўпдан бери фойдаланмай юрган участкаларини экишга ҳаракат қила бошлашди. Бунинг натижасида ер участкаси бўлмаган одамларнинг талаби оша бошлади. Бу эса баҳонинг кескин ошишига олиб келмоқда.

Шундай қилиб, ушбу активнинг стабиллигини сиз яхши тушунишингиз, унинг баҳосига турли иқтисодий ўзгаришлар: нефтнинг, олтиннинг баҳоси ёки валюта курсларининг ўзгариши таъсир кўрсатмайди. Ушбу активнинг фойдаланиш даври ўтиб кетиши мумкин эмас. Шунингдек уни ўғирлаб кетишининг ҳам иложи йўқ. Шундай экан тўғри қарор қабул

килинг – ўз пуллариингиздан тўғри фойдаланинг ва уларни ер участкаларига сарфланг.

## Қурилаётган кўчмас мулкка инвестиция қилиш

**Турар жой қурилишига инвестиция қилиш. Янги қурилаётган жойда қандай қилиб квартира сотиб олиш мумкин?**

Янги қурилаётган уйларга инвестиция қилиш жисмоний шахслар учун инвестиция қилишнинг турларидан биридир. Бошқа инвестиция турлари даромадини камлиги ёки жуда катта таваккал қилиш кераклиги билан бирга инвестордан молиявий билимлиликни ҳамда фонд ёки валюта бозорларини билишни талаб қилади. Янги қурилаётган уйлардаги квартираларга инвесторлар бир неча ўн миллион сўм сарфлаб, натижада то 35-40% гача даромад олишлари мумкин.

Қурилаётган кўчмас мулкка инвестиция қилишнинг яхши томони шундаки, сиз ҳали қурилмаган квартирага пул тўлайсиз ва уй қуриб бўлгунча ўз ишларингиз билан машғул бўлаверишингиз мумкин. Лекин бу фақат назарияда. Амалда эса қурилиш жараёнида турли ҳолатлар юз бериши мумкин.

Янги қурилаётган уйга инвестиция қилишнинг афзаллиги шундаки, тайёр квартира энди қурилаётганидан қимматроқ бўлади. Албатта, аллақачон тайёр бўлган ва ҳужжатларга эга квартирага инвестиция қилиш бир неча йил кутиш керак бўладиганига инвестиция қилишдан яхшироқ ва бунда муаммоларни ҳал қилиш ҳам керак бўлмайди.

Лекин қурувчилар ўзларининг хавфсиз ишлаш усуллари ҳақида қанча гапиришганда ҳам, барибир, исталган бир инвестицияда ҳам таваккалчилик бўлишини эсдан чиқармаслигингиз керак.

Исталган инвесторни вақт масаласи ташвишга солади. Кўпчилик қурилиш жараёни энг узок муддат деб ҳисоблашади. Лекин аслида муаммо бошқа томонда бўлади. Аслида замонавий панелли уйни қуриш ўртача тўққиз ой вақт олади. Монолит ёки ғиштин биноларни қуришга салгина кўпроқ вақт кетади, чунки бино қурилиш майдонида босқичма-босқич бетондан қуйиб тайёрланади. Бунга эса вақт кетади. Бундай уйларнинг қурилиш муддати 18-24 ой атрофида бўлади.

Кўп квартираларни уйни эксплуатацияга топширилишига қурувчи ва давлат органлари орасида бўладиган ўзаро муносабатлар кўпроқ тўсқинлик қилади. Кўпчилик ҳолларда давлат органи қурилган бинонинг метражини ҳисоблаб чиқади ва қўшимча равишда болалар боғчаси ёки қўшимча бино қуриб беришни талаб қилади. Бу эса қурувчининг молиявий аҳволига жиддий таъсир кўрсатади ва бу уйларнинг эксплуатацияга топширилишига кўпроқ вақт сарфланишига олиб келади.

Мутахассислар ҳаммаси қурувчига ва унинг бинони етарлича тез қуриб, топширишга бўлган мотивациясига боғлиқ эканлигини эътироф этишади.

Бўлғуси даромаднинг ҳажми – инвесторнинг қанчалик тез даромад ола бошлашини кўрсатувчи яна битта фактордир. Бозор мутахассислари (курувчи ташкилотлар) даромадлилик тахминан йилига 20-30% бўлишини айтишади. Албатта, даромадлилик йилдан йилга ўзгариб боради. Баҳонинг энг кўп ошиши дастлабки 2 йил ичида юз беради. Инвестор қурилишнинг қанчалик эрта босқичида пул киритса, чиқишда у шунчалик кўп даромад олади. Идеал ҳолат – бу объектнинг энди котловани қазилаётган вақтида топиш ва объектни эгалик ҳуқуқи гувоҳномасини олгандан кейин сотиб юборишдир.

2008 йилгача даромадлилик кўрсаткичлари анча юқори бўлган, яъни квартиранинг баҳоси тайёр бўлганидан кейин 30-40% кўтарилган бўлган. Лекин 15-30% қиймат ҳам ёмон эмас.

1. Баҳонинг ошиши деганда сотувчи компания бино тайёр бўлганидан кейин 1 метр квадрат бинонинг баҳосини қанчага кўтариши тушунилади. Масалан, олдин 100 минг бўлган қиймат 140 мингга айланади. Демак олдинги баҳо бўйича сотиб олган мижозларнинг ҳаммаси ўз фоизига эга бўлишди. Аслида эса даромадни олишингиз учун квартирани сотишингиз, яъни сиз айтган баҳо бўйича уни сотиб оладиган одамни топишингиз керак. Яна шунга ҳам эътибор қаратиш керакки, сиз ҳали қурилиш тугалланмаган вақтда квартирани сотмоқчи бўлсангиз, объектни сотишингиз қийинроқ кечади, чунки қурувчи компания сизнинг рақобатчингизга айланади. Бунда компания сизга нисбатан анча устунликларга эга: унинг обрўси, реклама кампанияси, ўзининг мижозлар базаси ва бошқалар мавжуд.

2. Кўчмас мулкни сотиб олиш ва сотиш битимни расмийлаштиришга маълум харажатлар қилишни тақазо қилади – божлар, консултация, юристларнинг, риэлторларнинг хизматлари сизнинг инвестициянгиизнинг даромадлилигини тушуриб юбориши мумкин.

3. Уйни топширгандан кейин унга эгалик қилиш сиздан яна харажатларни талаб қилади. Одатда уй-жой мулкдорлари ширкати билан шартнома тузилади ва 4-6 ой олдиндан коммунал тўловлар тўланади (бу энди қурилаётган бинода квартира сотиб олишдаги одатий амалиёт) ва бу муддат ўтганидан кейин ҳар ойда тўловларни амалга ошириш керак бўлади.

Шундай қилиб янги қурилаётган турар жойга инвестиция қилишнинг ўртача даромадлилиги йилига 10-15% дан юқори бўлмайди. Лекин кўпчилик ҳолларда инвестициялашда 10-15% даромадлиликни яхши вариант деб қабул қилинади.

Янги қурилаётган уйда квартира танлашнинг муҳим факторлари:

Инвестициянгииз сизга фойда келтириши учун объектни – яъни квартирани танлашга танқидий ва диққат билан ёндашишингиз талаб қилинади. Сотиб олишда энг муҳим критерий тайёр бўлган объектни муаммосиз ва тезда сотишдир.

2-фактор – бу қурувчининг ўзини текширишдир. У томонидан қандай объектлар қурилган, улар ўз вақтида қурилганми, агар кечиктирилган бўлса қурилиш кечикишининг сабаблари нима бўлганлигини аниқлаш керак. Албатта, инвестициялаш таваккалчиликдир, лекин кўчмас мулкка

инвестициялаш инвесторнинг кутишини оқлаши мумкин бўлган ақлли таваккалдир.

Очиқ ва ҳалол, ўз ҳисоботларини, кредит ва қарзлари тўғрисидаги ҳисоботларни эълон қилиб борадиган қурилиш компанияларини танлаганингиз маъқул. Иложи борича у узоқ муддат давомида ўз хизматларини кўрсатаётган, олдин амалга оширган қурилишлари муваффақиятли чиққан бўлишига алоҳида эътибор қаратиш керак.

Қурилиш компаниясининг обрўси биринчи ва алоҳида ўринда туриши керак. Алоҳида эътиборни компания қанча вақтдан бери фаолият кўрсатаётгани, нечта кўп қаватли уйни қургани, қурилишнинг ортга сурилишининг ўртача муддатларига қаратиш керак.

Янги қуриладиган уйда квартира сотиб олиш учун инвестор молиявий билимларга эга бўлиши, барча масалалар бўйича риэлторлар ва юристлардан маслаҳатлар олган бўлиши керак. Бундай янги қуриладиган квартиралар етарлича ишончли бўлади.

## Турар жойларга инвестиция қилиш

Турар жойлар уларда яшаш учун мўлжалланган. Одатда булар бир оила учун уйлар, коттежлар, таунхауслар, квартиралар, кўп квартирали турар жойлар ва бошқалар бўлади.

Турар жойларга инвестиция қилиш айрим билимлар ва кўникмаларни талаб қилади. Бу дегани абсолют барча масалалар бўйича эксперт бўлишингиз керак дегани эмас. Бунда сиз керакли ахборотни қаердан топиш кераклигини билишингиз муҳимроқдир. Кўчмас мулкка инвестиция қилаётганда биринчи навбатда кимга мурожаат қилишингиз кераклигини билишингиз керак.

Янги квартираларга нисбатан фойдаланишда бўлган квартираларнинг устунлик томонлари мавжуд. Масалан, бундай турар жой жисмоний ва юридик жиҳатдан унда яшаш учун тайёрдир. Лекин бундай турар жойни сотиб олиш билан сиз бир қатор таваккалчиликларга дуч келишингиз мумкин. Афсуски, уларнинг кўпчилигини олувчи ўзи мустақил равишда ҳамиша ҳам аниқлашининг иложи бўлмайди. Иккиламчи турар жой бозорида квартира сотиб олишда эътибор қаратишингиз керак бўладиган бир қанча муҳим ҳолатлар мавжуд.

Дастлаб танланган квартиранинг бутун юридик тарихини ўрганиб чиқиш керак. Агар квартиранинг хўжайинлари тез-тез ўзгариб турган бўлса, бу сизнинг эҳтиёт бўлишингиз кераклигини кўрсатади. Бу ҳолатда ушбу турар жойнинг барча эгалари ва у ерда пропискада бўлганларнинг барчасини текшириб кўриш керак бўлади. Ушбу муаммонинг ечимини яхшиси малакали мутахассисга топширган маъқул. Чунки буни сиз мустақил равишда бажаришингиз қийин иш. Квартиранинг ҳужжатларини текшириб кўришни ҳам тайёргарлиги бор одамларга топшириш керак. Гап шундаки, агар бирор

хужжат жойида бўлмаса, кейинчалик битим қонуний эмас деб топилиши ва бунинг натижасида олувчи квартирасиз ва пулсиз қолиши мумкин.

Битим тузишда олувчи албатта сотувчининг шахсини текшириши керак. Бунда фақатгина сотувчининг хужжатларини текшириб қолмасдан, унинг қонунни муҳофаза қилиш органлари билан муаммоси йўқлигини ҳам текшириб чиқиш ва бу ҳақда хужжат олиш керак. Агар сотувчи сифатида унинг эгаси эмас, балки ишончнома билдирилган киши чиқаётган бўлса, яхшиси бундай битимлардан узоқроқ бўлган маъқул. Бу ҳолатда битим аннуляция қилиниши ёки сизни алдаб, фириб беришлари эҳтимоли жуда катта бўлади.

Яна битта катта муаммога айланиб кетиши мумкин бўлган ҳолат – бу квартирада вояга етмаган болаларнинг пропискада бўлишидир. Бу ҳолатда албатта уларнинг ҳуқуқлари инобатга олинганлиги ҳақида хужжат талаб қилиш керак. Акс ҳолда бу ҳолат сотиб олувчига нисбатан суд даъволари кўзгатилишига олиб келиши мумкин.

Квартирани сотиб олаётиб унда ўзбошимчалик билан қайта режалаштириш ўтказилмаганлигига ишонч ҳосил қилиш керак. Агар бундай ҳолат битим амалга ошганидан кейин аниқланса, бу ҳолатни тўғрилаш сотиб олувчининг зиммасига тушади. Шартномада барча молиявий масалаларни аниқ кўрсатиш керак. Кўпчилик ҳолларда турли тўловларни камайтириш мақсадида квартиранинг баҳоси шартномада камайтириб кўрсатилади. Чунки хужжатларни расмийлаштириш бўйича кўпчилик божлар ва тўловлар айнан квартиранинг баҳосидан фоизлар билан ҳисобланади. Ушбу ҳолатга йўл қўйиш мумкин эмас. Чунки бу турли молиявий фирибгарликларга йўл очиб беради ва унинг натижасида сиз зарар кўришингиз эҳтимоли жуда юқори бўлади. Эҳтиёткорлик ҳеч қачон кўп бўлиши мумкин эмас.

Юқоридагилардан келиб чиқиб турар жойларга инвестиция қилиш жараёнини босқичма-босқич кўриб чиқамиз:

1. **Ўз командангизни ташкил қилинг.** Бунинг учун сизга сизнинг кўчмас мулк бўйича битимларингизда ёрдам берадиган бир нечта мутахассислар керак бўлади. Сизнинг командангиз кўчмас мулк бўйича агент, кўчмас мулк бўйича юрист, баҳоловчи, бош пудратчи, ипотека брокери ва бухгалтердан иборат бўлиши мумкин. Ушбу мутахассислар билан боғланинг ва улардан сизнинг кўчмас мулкка инвестициянгизда улар сизга қандай ёрдам бериши мумкинлигини сўранг.

2. **Бир нечта турар жойларни топинг ва баҳоланг.** Кўчмас мулк инвестори кўчмас мулкни сотиб олишдан олдин унинг баҳосини билиши керак. Кўчмас мулкни баҳолаш жараёни ўз ичига кўчмас мулк бозорини ўрганиш ва мулкнинг умумий ҳолатини аниқлашга имкон берадиган хусусиятларининг бозор баҳоларини белгилаш, жумладан таъмирлаш учун кетадиган харажатларни ўрганишдан иборатдир. Кўчмас мулк бўйича тажрибали агент ёки баҳоловчи сизга бу жараёнда ёрдам бериши мумкин. Баҳоланинг бундай усули таққослаш деб аталади. У баҳоланаётган объектни унга ўхшаган ва сотишга қўйилган бошқа объектлар билан

таққослашга асосланган. Бу мулкнинг баҳосини аниқлашда энг кенг тарқалган усулдир.

3. **Турар жойга инвестиция қилишда сиз томонингиздан қилинадиган барча харажатларни ҳисобланг.** Харажатлар кўчмас мулкни баҳолатиш, риэлторнинг комиссия тўлови, суғурталаш, ипотека кредитини олишга харажатлар ва бошқа мажбурий божлар ва тўловларга чиқимлардан иборат бўлади. Шунинг эътиборга олинганда, сиз кўчмас мулк учун ипотека кредити олишингиз билан уни ҳар ойда тўлаб боришингизга тўғри келади. Шунинг учун кредит тўловлари қанча бўлишини олдиндан (жуда бўлмаганда биринчи 6 ой учун) билишингиз ва ҳисобга олишингиз жуда муҳим. Сиз мулк учун харидор ёки ижарачи топгунигингизча унинг барча чиқимларини ўзингиз тўлашингизга тўғри келади. Шунингдек бу чиқимлар қаторига янги ижарачи ёки харидор топиш учун реклама харажатлари, коммунал хизматлар ва мулкни ушлаб туриш учун техник хизматлар ҳақларини ҳам қўшишингиз керак.

4. **Инвестициянинг келтирадиган фойдани аниқланг.** *RETURN ON INVESTMENT* – ROI – бу инвестициянинг ўзини оқлаш коэффициентидир. Ушбу кўрсаткич энг асосий кўрсаткичлардан биттасидир. Одатда, у бир йил учун аниқланади ва қуйидаги формуладан топилади ва фоизларда ҳисобланади:

$$\frac{\text{Йиллик пул оқими}}{\text{Инвестиция қилинган маблағ суммаси}} = \text{Инвестиция қилинган капиталнинг фойдаси}$$

5. **Сотувчига ўз таклифингизни киритинг.** Сотувчи ё сизнинг таклифингизни рад қилади ёки қарши таклиф билдиради. Қарши таклиф – бу сотувчининг сизга таклиф қиладиган янги шартлари тўпламидир. Қарши таклифни олганингиздан кейин сиз уни ё қабул қилишингиз ёки рад қилишингиз мумкин.

6. **Сиз кўриб чиқаётган кўчмас мулк сизнинг критерийларингизга мос келишига ишонч ҳосил қилинг.** Кўчмас мулк инвестори мулк инвестиция қилиш учун қабул қилса бўладиган даражада эканлигига аниқ ишонч ҳосил қилиш учун яна бир марта текшириб чиқиши керак.

7. **Битим, олди-сотди шартномасини қайд қилиш.** Охири босқичда кўчмас мулкни сотиб олиш бўйича барча ҳужжатларни тайёрлаш тугалланади. Олди-сотди шартномаси қайддан ўтказилгандан кейин сиз ўзингизнинг турар жойингизга эгалик қилиш ҳуқуқини қўлга киритасиз.

## Квартираларни танлаш ва уларни ижарага бериш

Агар сиз квартира сотиб олмакчи бўлсангизу, лекин ижарага бериш учун квартирани қандай танлаш кераклигини билмасангиз, қуйида турар жой учун келтирилган талабларни эътиборга олишингиз керак. Буларнинг

хаммаси сизга унга бир марта маблағ сарфлаш билан максимал даражада фойда олишингизга имкон беради.

### **Жойлашув**

Одатда, чет элликлар ва ўзига тўқ кишилар шаҳарнинг марказий туманларидаги квартираларни маъқул кўришади. Чекка туманлардаги квартиралар арзонроқ баҳоланади.

### **Инфраструктура**

Квартирани танлашда уйнинг атрофидаги шароит ўта муҳим факторлардан биридир. Одатда ижарачилар квартиралар вариантларини айнан инфраструктурадан келиб чиқиб кўриб чиқа бошлашади.

Савдо марказлари, дам олиш жойлари, парклар, кафелар ва ресторанлар. Кинотеатрлар ва бошқалар уйнинг яқинида бўлиши мақсадга мувофиқдир. Агар уйнинг яқинида бассейнли фитнес-клубнинг бўлиши янада ажойибдир. Чунки кейинги вақтларда одамлар соғлом ва актив ҳаёт тарзини маъқул кўра бошлашди.

### **Уйнинг тури**

Уйларнинг асосий учта тури ажратиб кўрсатилади:

#### **1. Элита турар жойлари**

Бу ер ости парковкасига эга, қўриқланадиган ва атрофи тўсилган янги турар жой комплексларидир. Бундай турар жой комплекслари ривожланган инфраструктура билан ўралган бўлиши керак

2. Таъмирланган ва реставрация қилинган эски уйлар. Ушбу категориядаги улар архитектура ва тарихга қизиқувчилар орасида кўпроқ қадрланади.

#### **3. Кўп қаватли турар жойлар.**

### **Уйнинг подъезди**

Шундай ҳолатлар бўладики, ижарачилар квартирани кўришга ҳам улгуришмайди, чунки уларни квартира жойлашган подъезднинг кўриниши кўрқитиб юборади. Подъезддаги синган эшик, ишламайдиган лифт, девордан чиқиб ётган электр сими – буларнинг ҳаммаси ижарага бериш учун квартирани танлашда кам аҳамиятга эга эмас.

### **Кўриқлаш хизмати ва хавфсизлик тизими**

Квартиранинг қадрини оширадиган плюсларига қуйидагилар киради:

- уй учун – бу киришдаги кўриқчи, видеокузатув, домофон
- квартира учун – биринчи ва охириги қават бўлмаслиги, ишончли металл эшик, сигнализация.

Квартиранинг таъмири ва пардоз усули

Квартирани қиммат ва тез ижарага бериш учун уни нейтрал тонда таъмирлаш керак. Деворлар бир хил тонда, ёрқин ва пастель тонларда бўлиши керак

Полни паркет ёки яхшиси, ламинат билан қоплаш керак. Бу квартирангизнинг қадрини оширади. Лекин элит синфидаги квартирани ижарага бериш учун ламинат номақбулдир. Линолеум ҳақида умуман гапирмаса ҳам бўлади.



Эшикларни паркет рангидан келиб чиқиб бўяш керак. Агар пол очик рангда бўлса, эшикни оқ рангга бўяш керак бўлади.

Ойналарни стеклопакетлардан фойдаланган ҳолда шовқин ўтказмас қилинг. Ётоқхоналарда хоналарни қоронғилаштирадиган жалюзалар, ролставенлар ўрнатиш керак. Умумий хоналарда эса жалюзаларнинг бўлиши маъқул эмас.

Агар мебель ҳақида гапирсак, иложи борица классик стилдаги мебелларни танлаш керак.

Замонавий элит квартираларда албатта кондиционерлар, интернетга ажратилган линия билан уланиш ва йўлдош антеннаси бўлиши керак.

Катта ва кенг квартирада душ ва ванна қабул қилиш учун иккита санузел бўлгани маъқул.

Квартиранинг ўзи мебелланган ёки йўқлигидан қатъий назар ошхона тўлиқлигича жиҳозланиши керак (бу электр плита, духовка, идиш ювиш машинаси, ҳаво торткич, холодильник).

Айрим ижарачилар (айниқса чет элликлар) мебелларни ўзлари олиб келишни яхши кўришади. Лекин мебелли мавжуд квартираларни ёқтирадиганлар кейинги пайтда кўпаймоқда.

Доимий равишда ишда банд кишиларнинг кўпаяётгани квартирада кир ювиш машинаси ва кийим қуриткич ҳам бўлиши квартира баҳосини янада оширишини кўрсатади.

Квартиранинг пардози, мебелли ва техник жиҳозланиши уйнинг даражаси ва туманнинг нуфузини кўрсатиб туриши керак.

## Чет эл кўчмас мулкига инвестиция қилиш

Охирги кризис пайтида чет эл кўчмас мулклари анчагина арзонлашди. Ҳозирги пайтда ортга кетиш ва озроқ турғунликдан кейин яна ҳаракат пайдо бўляпти. Бу эса чет эл кўчмас мулкига маблағ киритиш истайдиганлар бозорга эътибор қаратиши кераклигини билдиради. Чет эл кўчмас мулки пассив даромад манбаи бўлиши мумкин.

Қуйида чет эл кўчмас мулкни сотиб олишда сиз эътибор қаратишингиз керак бўлган жиҳатлар ёритилган:

### **Сотиб олиш нимага керак?**

Одатда, чет эл кўчмас мулки ижарага бериб, даромад олиш учун сотиб олинади. Шунингдек унинг баҳосининг ошишидан фойдаланилади. Бундай инвестициялар узоқ муддатли ҳисобланади.

Иккинчи ўзига жалб қилувчи томони чет элга дам олишга ҳудди ўз уйингизга келгандек боришингиз мумкин (тўғри маънода).

Учинчидан, чет элда яшаш ҳуқуқини қўлга киритиш. Бу эса сизга жуда кўп имкониятлар эшигини очади (кўплаган мамлакатларга визасиз кира олиш, арзон кредитлар, ҳаётнинг бошқа даражаси ва яна бошқалар).

### **Қаердан сотиб олиш керак?**

Ушбу саволингизга жавоб кўп жиҳатдан сиз чет эл кўчмас мулкни нима сабабдан сотиб олмоқчи эканлигингиздан келиб чиқади. Сизнинг мақсадингиз нима?

Энг аввало мамлакатни аниқлаб олиш керак. Англия, Франция, Италияда кўчмас мулкларнинг баҳоси ҳамиша юқори бўлиб келган. Черногория, Албания, Туркия, Мисрда баҳолар анчагина ўзига жалб қилувчи ҳисобланади. Кейин эса даромадлилигига қараш керак. Одатда, пойтахт ва йирик шаҳарлардаги кўчмас мулклар энг катта даромад беради. Бундай инвестициялар, одатда, ўзини 10-15 йил давомида ўзини оқлайди. Курорт шаҳарларда эса бунга тахминан 30 йил атрофида кетади.

### **Қандай сотиб олиш керак?**

1. Кўчмас мулк объектини танлаш;
2. Ишончли агентликни топиш;
3. Чет эл банкида ҳисоб очиш;

### **Солиқлар**

Кўчмас мулкни сотиб олиш билан боғлиқ жараёнлардан ўтганингиздан кейин сизни яна анчагина чиқимлар кутиб туради: солиқлар, адвокат, риэлторларнинг хизмат ҳақлари, хизматларни етказиб берувчи билан шартнома тузиш ва бошқалар. Бунга эса кўчмас мулк баҳосининг тахминан 20% атрофида чиқим қилишингизга тўғри келади.

Ундан кейин кундалик харажатлар бошланади. Барча коммунал ва техник хизматлар учун тўловлардан ташқари бунга йиллик мулк солиғи ҳам киради. Масалан, Испанияда мулк солиғи объект баҳосининг (кадастрдаги) 0,3-0,5% ини ташкил қилади. Квартирани бир ой давомида сақлаб туриш учун 200 евро (200 квадрат метр учун) талаб қилинади.

Шунинг учун чет элдаги кўчмас мулкка пул маблағларини инвестиция қилишдан олдин ҳар томонлама яхшилаб ўйлаб кўришингиз керак бўлади.

Қуйида чет эл кўчмас мулкни ижарага беришни ташкил қилишнинг асосий вариантларини кўриб чиқамиз:

### **- Бошқарувчи компания орқали**

Сизнинг мулкингизни ижарага беришнинг энг яхши вариантларидан бири – бу маълум бир ҳақ эвазига сизнинг мулкингизнинг ҳолатини сақлаб туриш, ижарчиларни излаш, ижарага бериш билан шуғулланувчи бошқарувчи компания билан шартнома тузишдир. Бу квартира, танхаус, вилла, кўп квартиралар уй ёки бошқа турар жой ёки нотурар жойлар бўлиши мумкин.

Сизга бошқарувчи компания томонидан тўланиши керак бўладиган суммани аниқлашнинг икки хил усули мавжуд:

1-вариант. Бунда шартномада қатъий даромад кўрсатилади ва бу, одатда, кўчмас мулк қийматининг йиллик 5% ёки 7% деб кўрсатилади.

2-вариант. Бунда кўчмас мулкни ижарага беришдан келадиган фойданинг улуши келишилади. Бу ҳолатда мавсум яхши бўлган бўлса, сиз ҳам яхшигина даромад оласиз. Агар йил муваффақиятсиз келса, ижарага уй талаб қилинмайди ва сизнинг даромадингиз ҳам тегишлича камаяди ёки умуман йўқолади. Бу ҳолатда қатъий даромад олиш маъқулроқдир. Аслида

эса сизнинг кўчмас мулкка қилган инвестицияларингизнинг қандай даромад келтиришини олдиндан айтиб бериш жуда қийин иш. Лекин сиз ушбу саволнинг жавобини топишингизга ёрдам берувчи мутахассисларга мурожаат қилганингиз маъқул.

Бошқарувчи компания билан шартномада сизнинг ўзингиз, оила аъзоларингиз ёки дўстларингизнинг дам олиши учун вақтни белгилашингиз ҳам мумкин. Бошқарувчи компания кўчмас мулкнинг умумий ҳолатини кузатиб бориши, ижарачилар чиқиб кетганларидан кейин йиғиштириши ва турар жойни кейинги ижарачилар учун тайёрлаши керак.

#### **- Туристлик агентлик орқали**

Агар бирор сабаб бўлиб, сиз кўчмас мулкни ижарага берувчи бошқарувчи компания билан шартнома тузишни истамасангиз, бирорта туристик компания билан шартнома тузишингиз ҳам мумкин. Туристлик операторлар кўпинча виллалар ва уйларнинг эгалари билан ҳамкорлик қилишни хуш кўришади.

#### **- Кўчмас мулкни ўзингиз ижарага беришингиз**

Агар сиз чет элдаги кўчмас мулкнингизни шахсан ўзингиз ижарага бермоқчи бўлсангиз, бу сизнинг ёки сизнинг мулкнингизни қараб туришларини илтимос қиладиган дўстларингиз ва яқинларингизнинг шахсий вақтини талаб қилишини унутманг.

Умуман олганда бунинг фойдали томонлари ҳам мавжуд. Биринчидан, қариндошларингиз ва танишларингиз сизнинг мулкнингизга бегоналарга нисбатан авайлаб муносабатда бўлишади. Иккинчидан, кўчмас мулкнингизни ижарага беришдан келадиган даромаднинг ҳаммаси ўзингизга қолади.

## **Давлат кўчмас мулки билан ишлаш**

Мулк давлатники ёки давлатга тегишли бўлмаган бўлиши мумкин. Ушбу мулкларни сотиб олиш ким ошди савдосида ёки оферта савдосида амалга оширилиши мумкин.

Ким ошди савдоси 2 хилда: аукцион ёки тендер усулида ўтказилади. Бу иккала усулда сотишда ҳам, агар, иккитадан кам ариза тушадиган бўлса, аукцион ёки тендер ўтказилмайди. Аукцион ёки тендерга ариза топширишда маълум миқдорда закат пули тўланади. Ушбу закат пули аукционга кўйилган мулкнинг дастлабки қийматининг 10%идан кам бўлмайди. Айрим ҳолларда давлат комиссиясининг қарори билан закат пулини 100%гача чиқарилиши мумкин.

Аукцион – бу харидорларнинг бир-биридан юқорироқ баҳо бериб, охирида энг катта баҳо берган харидорнинг мулкни сотиб олишидир. Давлат мулклари биринчи марта савдога чиқарилаётганда албатта аукцион савдосида сотишга ҳаракат қилинади. Сабаби аукционда баҳо ошиши кузатилади ва ҳар қандай мулкни яхшигина баҳога пуллаш мумкин бўлади. Кўпчилик ҳолларда аукционда икки киши бир-биридан қизғаниб ҳам баҳони ошириб юбориши мумкин.

Аукционда давлат мулкани сотиб олганидан кейин ҳозирги пайтда пулни 2 йил давомида тўлашгача рухсат берилади. Айрим ҳолларда 10-15 кун ичида тўлаш талаб қилинади, лекин катта сумма бўлса 2 йилгача рухсат берилиши мумкин. Бу муддатни тегишли давлат комиссияси томонидан белгиланади.

Тендерда шарт эълон қилинади. Унга бизнес план ишлаб топширилади. Унга кўра кўрсатилган шартдаги суммадан каттароқ сумма кўрсатиш ва ушбу бизнесда нечта ишчи ўрни ташкил қилинишини кўрсатиш керак бўлади. Бу суммани ўзингиздан бошқа ҳеч ким кўрмайди. Ҳатто комиссия аъзолари ҳам ким қандай бизнес план топшираётганлигини билмайди.

Ер бўйича тендер тадбиркорлик фаолияти учун берилади. Ер ҳокимиятга қарайди ва у томонидангина ажратиб берилади. Ҳокимият тадбиркорларга тўғридан-тўғри ер майдони ажратиб бериши мумкин эмас ва қонун билан албатта тендер орқали ер майдони ажратилиши шарт қилиб қўйилди. Бу ҳолда ҳокимият нотурар объектлар учун тендерга ер ажратади. Бу ер майдони бир неча метр квадратдан то бир неча гектаргача ҳам бўлиши мумкин. Тендерга қўйилган ер майдонлари учун дастлабки баҳо ушбу ернинг жойлашишига қараб, коэффицентлар асосида белгиланади. Тендерга ариза берувчилар ушбу баҳодан юқори истаган баҳони кўрсатган ҳолда ушбу ер майдонини сотиб олиш учун ариза беришлари мумкин. Одатда, дастлабки баҳо жуда паст кўрсатилган бўлади ва тендер жараёнида мулк ўзининг ҳақиқий бозор баҳосини топади. Ариза берувчилар ер учун ҳақиқий ҳолатдан келиб чиққан ҳолда юқори баҳоларни кўрсатишади. Ушбу аризалар ичида ким энг катта баҳо беришини кўрсатган бўлса, шу киши ғолиб бўлади ва тендерни ютиб чиқади ва ер майдони шу кишига ўзи кўрсатган баҳога сотилади.

Тендерда ғолиб бўлишнинг яна битта сири шундаки, масалан, сиз ер майдонининг бозор баҳоси 10 млн бўлиши ҳақида ўйладингиз. Лекин шу билан бирга бу баҳо сиздан бошқа яна нечта кишининг ҳаёлига келиши мумкинлигини ҳам ўйлашингиз керак бўлади. Шунинг учун баҳони бозор баҳоси, адолатли баҳо деб билган баҳоингиздан озгина каттароқ қўйиш керак бўлади. Ушбу ҳолатда айтилик, бу 11 млн бўлиши мумкин. Лекин бу баҳо ҳам кўпчиликнинг ҳаёлига келиши мумкин бўлган суммадир. Шунинг учун, айтилик, 11 562 647 сўм пул суммасини кўрсатишингиз сизнинг тендерда ютиб чиқиш имкониятингизни бир неча марта ошириши мумкин.

Тендерда бино ва иншоотларни нол қийматда ҳам бериш мумкин. Бунда ҳам тендер ўтказилади ва инвестиция мажбурияти юкланади. Унга кўра бино ва иншоотларни бепул берилади, лекин у тендерда ўзи кўрсатганича инвестиция киритиши ва ишчи ўринлари яратиши керак бўлади. Бинолар тасарруф қилиш ҳуқуқисиз, яъни: сотиш, гаровга қўйиш, ижрага бериш ҳуқуқисиз берилади. Кўпчилик ҳолларда бино баҳоланади ва ушбу бино баҳоси миқдоридан инвестиция киритиш талаб қилинади. Яратилган ишчи ўринлари шартномадан келиб чиққан ҳолда камида бир йил давомида ушлаб турилгандан кейин тадбиркорга бинони тасарруф қилиш ҳуқуқи берилади. Агар вақтида тегишли инвестиция киритилмаса, бино яна

давлат ихтиёрига қайтариб олинади. Бу ерда асосий муаммо киритилган инвестициялар ҳужжатларга асосланган бўлиши керак. Кўпчилик ҳолларда ҳақиқатан ҳам инвестиция киритилган бўлади, лекин бу инвестициянинг қандай асосда киритилганилиги маълум бўлмайди. Яъни ҳужжати бўлмайди. Масалан, тадбиркор бозордан нақд пул билан қурилиш материалларини сотиб олди ва бу пул ўтказиш йўли билан олганидан анча арзонга тушади. Лекин инвестиция киритиш шартда унинг бозордан нақд пулга маҳсулот сотиб олиши тўғрисида ҳеч гап ҳам бўлган эмас. Фирмалар фақат пул ўтказиш йўли билангина инвестиция киритиш ҳуқуқига эгалар. Нақд пулда фақат жисмоний шахсларгина ва бунда улар тадбиркорлик билан шуғулланишмаётган бўлишса, инвестиция киритишлари мумкин. Шундай экан инвестиция тўлиқ миқдорда киритилгани тўғрисида ҳужжат бўлиши керак. Ҳатто сиз нақд пулга инвестиция киритган тақдирингизда ҳам баҳолаш ташкилотлари билан шартнома тузишингиз ва қилинган ишларни ва материалларни баҳолатишингиз ва киритилган инвестицияни ҳужжатлаштиришингиз мумкин бўлади.

Айрим ҳолларда тендерда кўрсатилган суммага инвестиция ҳақиқатда талаб қилинмаслиги мумкин. Масалан, тендерда сиз 500 млн. сўм инвестиция қийматини кўрсатиб, ютиб чиқдингиз. Лекин амалда 300 млн. сўм инвестиция киритиш етарли бўлиши мумкин. Бундай ҳолатда тендер шартномасига қўшимча шартнома қилиб суммани камайтириш мумкин. Лекин бунда жанжалли ҳолатлар юзага келиши мумкин. Яъни кимдир 400 млн. инвестиция киритишни мўлжаллаб тендерда ютқизган бўлса ва сиз қўшимча шартнома қилиб, 300 млн. сўмга тендерни ютиб олган бўласиз. Бу эса албатта жиноий жавобгарлик ҳолатини келтириб чиқаради. Шунинг учун тендернинг дастлабки шартномасида кўрсатилган инвестиция миқдорини камайтирмаган ҳолдагина қўшимча шартнома қилишга йўл қўйилади. Яъни юқорида келтирилган ҳолатда сиз ушбу тендер шартномасига қўшимча қилиб янги фаолият турини очишингиз ва унга 200 млн. сўм инвестиция киритишингиз мумкин бўлади.

Агар белгиланган муддатларда давлат мулкни аукцион ёки тендер шартномасида ҳеч ким сотиб олмаса, ёки керакли аризалар берилмаса у сотилмай қолиши мумкин. Бундай ҳолатларда ушбу мулк оферта шартномаси асосида сотилиши мумкин.

Сотиб олишнинг кейинги тури оферта дейилади. Бунинг учун сотувчи ўз мулкни сотиш бўйича эълон беради ва харидорларни жалб қилади. Харидор ва сотувчи тўғридан-тўғри музокарага киришади ва баҳони келишишади. Келишувдан кейин ҳужжатларни расмийлаштириш учун нотариусга борилади ва келишилган баҳодан шартнома тузилади.

Давлат мулкни сотишда ҳам махсус комиссия тузилади ва оферта савдоси учун ариза берган даъвогар билан ушбу комиссия тўғридан-тўғри музокара олиб боради. Ҳозирги пайтда Ўзбекистонда давлат мулки офертага чиқарилганидан кейин бир ой ичида кимдир сотиб оладиган бўлса, унга марказий банкнинг қайта молиялаш ставкаси суммаси қайтиб берилади. Яъни у бир ой ичида сотиб олганлиги учун 9% суммани чегирма қилиб,

қайтариб олиш ҳуқуқига эга бўлади. Лекин бу муддатлар ўтиб кетадиган бўлса давлат мулки арзонлаштириш бошланади ва мулкнинг дастлабки баҳосининг ярмигача ҳам арзонлаштирилиши мумкин. Бу қуйидагича амалга оширилади.

Аукцион ёки тендерда мулкни сотиш учун бир ой олдин эълон берилади. Савдо куни сотилмаса, яна икки ой давомида мулк аукцион ёки тендер савдосида туради. Шундан кейин у дастлабки баҳо билан офертага ўтади. Офертада бир ой туради. Шундан кейин ҳар 15 кунда 10% баҳоси туширилиб борилади. Баҳо дастлабки суммадан 50% га тушгандан кейин ҳам бир ой давомида сақланади. Шундан кейин савдодан олинади ва нол қийматда бериш тўғрисида таклиф киритилади. Шунда мулк аукцион ёки тендерда 3 ой, офертада 3,5 ой, умуман 6,5 ой давомида савдода бўлади.

2010 йил декабрь ойида “Риэлторлик фаолияти тўғрисидаги” қонун эълон қилингандан кейин Ўзбекистонда ҳам кўчмас мулк воситачилари пайдо бўлди. Риэлторлар – бу кўчмас мулк бўйича воситачилардир. 2011 йил июль ойидан ушбу қонун кучга кирди ва риэлторлик хизматлари кўрсатила бошланди. Риэлторга мурожаат қилсангиз, у сизнинг мулкингизни истасангиз оферта, истасангиз аукцион шаклида савдога қўйиб беради.

Умуман олганда риэлтор қуйидаги тўртта хизмат турини кўрсатиш ҳуқуқига эга:

- Кўчмас мулк олди-сотдиси,
- Кўчмас мулк ижараси,
- Консалтинг хизмати кўрсатиш,
- Кўчмас мулкни ишончли бошқариш.

Давлат мулкни давлат рақобат қўмитаси назорат қилади. У давлат мулкларининг аукцион ва тендер савдолари тўғрисидаги эълонларни республика миқёсида 2000 нусхадан зиёд нусхада чоп қилинадиган битта ва вилоят миқёсида 2000 дан зиёд нусхада чоп қилинадиган битта газеталарда чиқаради ва Давлат мулк қўмитасининг [www.gkk.uz](http://www.gkk.uz) сайтида эълон қилинади. Шунингдек “Биржа” газетасида эълон қилинади. Ҳар битта вилоятнинг ўзининг марказий газетасида ҳам эълонлар бериб борилади.

Ижарага мулкни олишда ҳам икки турдаги, яъни: давлат ва нодавлат мулки эканлигидан келиб чиқилади.

Агар мулк давлатга тегишли бўлмаса, яъни у жисмоний шахс ёки фирмага тегишли бўлса, ушбу мулк эгаси билан тўғридан-тўғри келишилади ва мулкни ижарага олиш бўйича шартнома тузилади. Юридик шахсларнинг ўзлари шартнома асосида келишишлари мумкин, лекин жисмоний шахсларнинг кўчмас мулк бўйича ижара шартномалари риэлторлик идораларида расмийлаштирилади. Риэлтор шартнома суммасининг кўпи билан 5% миқдорида хизмат ҳақи олади. Бунда бугунги кунда юридик шахслар ўз мулкларини ҳар бир квадрат метри учун 4000 сўмдан кам бўлмаган миқдорда ва жисмоний шахслар 2000 сўмдан кам бўлмаган миқдорда ижарага беришлари керак бўлади. Бу суммадан кам сумма кўрсатилган шартномалар 2016 йил ҳолатига ҳақиқий эмас деб ҳисобланади.

Давлат мулкни ижарага беришни фақат балансда сақловчи юридик шахс, яъни ушбу бинода ўтирган фирма раҳбарининг ўзи ҳал қила олмайди. Албатта унинг розилиги талаб қилинади, лекин ижара шартномасини ҳудудий давлат мулкни ижарага бериш маркази ДУК расмийлаштиради ва имзолайди. Ушбу шартномада кўрсатилган сумманинг 50 фоизи республика бюджетига, 10 фоизи ижарага бериш марказига ва 40 фоизи балансда сақловчига ажратилади.

Агар сиз тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланмоқчи ва бунинг учун давлат мулкни ижарага оломоқчи бўлсангиз, ҳудудий давлат мулкни ижарага бериш марказига мурожаат қилишингиз ва сизга қандай, қаерда жойлашган бино ва хоналар кераклиги ҳақида айтишингиз керак бўлади. Ижара маркази ходимлари сизга ўзингиз истаган ҳудудда қайси объектларда ижарага бериладиган хоналар ва бинолар борлигини айтишади. Шундан кейин сиз ушбу объектларнинг раҳбарларига мурожаат қилишингиз ва уларнинг розилик хатини ижара марказига олиб боришингиз керак бўлади.

Республикада давлат мулкларини сотиш бўйича биттагина ваколатли орган – бу давлат рақобат қўмитаси ва давлат мулкни ижарага бериш бўйича битта ваколатли ташкилот – бу давлат мулкни ижарага бериш марказидир. Бошқа ҳеч қайси ташкилот давлат мулкни тасарруф қилиш имкониятига эга эмас.

Кўчмас мулкни расмийлаштиришда эътиборга олиш керак бўладиган алоҳида ҳолатлар мавжуд. Булардан турар жойлар албатта нотариус иштирокида расмийлаштирилиши талаб қилинади. Риэлторнинг олдида расмийлаштириш, шартнома тузиш ва шундан кейин нотариусда тасдиқлаш ҳам мумкин. Бунда сотувчи, харидор ва риэлтор уч томонлама олди-сотди шартномасини тузишади ва бу шартномада ўзлари истаган нарсага келишишади. Шундан кейин нотариусдан фақат шартноманинг ҳақиқийлиги ва уни шартномада кўрсатилган шахслар имзолаганлиги тасдиқланилади. Олди-сотдининг бу усули ҳам қонунийдир. Агар нотурар бинолар сотиладиган бўлса олди-сотди шартномасини биржа орқали ҳам расмийлаштириш мумкин. Олди-сотди шартномаси тузилганидан кейин ушбу тураржой учун янги эгасининг номига кадастр ҳужжатлари ишлатилиши шарт. Фақат шундан кейингина мулк тўлиқлигича янги эгаси эгаллигига ўтган ҳисобланади.

Ўзбекистонда ерни сотиш мумкин эмас. Чунки ер фақат давлатга тегишлидир. Ер майдонлари учун фойдаланиш ҳуқуқинигина сотиш мумкин. Ушбу ер майдонига бирор бино ёки иншоотлар қурилгандан кейин унга кадастр ҳужжатлари ишланади ва ушбу кадастр ҳужжати асосан бинога эгалик белгиланади. Ушбу ҳужжатга асосан сиз ўз эгаллигингиздаги бинонигина (қурилиши тугалланмаган бино бўлиши ҳам мумкин) сотиш ҳуқуқига эга бўласиз. Ер кодексига кўра бино сотиб олинганда у жойлашган ердан фойдаланиш ҳуқуқи ҳам автоматик тарзда янги эгасига ўтади.

## 4-Боб. Қимматли қоғозлар

### Банкирлар пулларини қаерга тикишади?

*“Фақат банкка эмас..” – жавоб берди банк бошқарувчиси*

§ **Қимматли қоғозлар (акциялар, облигациялар...).** Умуман олганда бу бизнеснинг ўзгинасидир. Акция эгаси – корхонанинг улуши эгаси деганидир. Тегишлича: корхона фойда келтирса, акционер фойда олади, аксинча, корхона зарар кўра бошласа, акционер ҳам минусда бўлади. Лекин сизнинг акцияларингиз дивидентга эга бўлишса, бу акциянинг нархи қандай ўзгаришидан қатъий назар сизда пул оқими мавжуд деганидир. Айрим мутахассислар котировкаларнинг фарқида анчагина пул ишлаб олишади – лекин бу КАТТА БИЗНЕСДИР!

§ **Банк.** Мижоз пулини банкка беради. Банк эса унга йиллик 9 фоиз (мисол учун) фоиз тўлашга ваъда беради. Банк бу 9% ни қаердан олади? Тўппа-тўғри! У сизнинг пулларингизни яна кимгадир кредит тарзида беради ва бунинг учун йиллик 19% олади. Мижоз эса келишилганидан фақат 9% олади. Банк пулнинг ҳаммасини кредитга бера олмайди. Қолган қисмини эса ипотека учун ва фондларга бериши мумкин. Ишлаб чиқариш ва кўчмас мулкда ҳақиқатда пул пайдо бўлади! Акциялар ва қимматли қоғозларда 20%, 30% ва ундан ҳам катта фойда олиш мумкин! Мижоз бўлса, барибир яна ўша келишилган 9%ни олаверади. Лекин бу ерда мижоз учун фойдали томон ихам бор. Агар банк акцияга пул тикиб. Зарар кўрган тақдирида ҳам мижоз ўз фоизини олаверади.

Яъни банкларнинг вазифаси пулларни йиғиш ва уларни қайта тақсимлашдир.

Энди бўлса банк ёрдамида пассив даромад олишни қуйидаги мисолда кўриб чиқамиз. Бунинг учун аввало бизга қанча миқдордаги капитал кераклигини аниқлаб оламиз. Албатта, сиз пул санашни яхши кўрасиз. Келинг, уларни санаймиз! Ҳар ойда қанча миқдорда пул сизга келиб туришини истардингиз? Бу саволни салгина бошқача қўйсак: Сиз ўзингизнинг одатий турмуш тарзингизни сақлаб туришингиз учун ойига қанча даромад олиб туришингиз керак? ушбу сумманинг қанча эканлигини билсангиз, шахсий капиталингиз қанча бўлиши кераклигини билиб оласиз.

#### **Мисол:**

Берилган:

Ёшингиз – **40 ёш**

Ойига олишингиз керак бўлган даромад – **ойига 1000\$**

Ушбу даромадни қачон ола бошлашингиз керак – **60 ёшда**

Пулни банкка қўйганимизда олишимиз мумкин бўлган ўртача фоиз – **йилига 10%**

Топиш керак:

1. Фоизлари йилига 12000\$ ни ташкил қилиши учун капиталнинг суммаси қандай бўлиши керак?



2. Керакли суммадаги шахсий капитални йиғиш учун ойига қанча миқдордаги пулни йиғиб бориш керак?

Жавоб:

1. Шахсий капитал = 120 000\$. Унинг 10% и бизга керакли 12 000\$ ни беради.

2. Агар сиз ҳозирдан бошлаб йиллик 10% дан рекапитализация шарти билан ойига 160\$ дан банкка қўйиб борсангиз, 20 йилдан кейин 120 000\$ шахсий капиталингиз бўлади.

Ушбу дарсга уй вазифаси:

Юқорида келтирилган мисолга ўз маълумотларингизни қўйинг:

1. Сиз ўзингиз пул ишлаб топишни қачондан бошлагансиз (ёшингиз нечада эди)?

2. Ҳозир ёшингиз нечада? - X

3. Неча ёшда даромад олишни бошладингиз керак? - Y

4. Ойига қанча олишингиз керак?

5. Қанча миқдорда капитал йиғишингиз керак? - Z

6. Капиталингиздан ойига неча фоиз даромад оласиз?

Қуйидаги саволларга ҳам жавоб беринг:

1. X дан Y гача неча йил ўтди? Бу даврда сизнинг қўлингиздан қанча пул оқиб ўтди? Унинг қанчасини сақлаб қола олдингиз?

2. Ҳеч қанчами? Агар шундай давом этаверса, сизнинг бойингиз ошадими, нима деб ўйлайсиз?

3. Z гача неча йил қолди? Сизга керакли капитал суммасини йиғишингиз учун яна қанча йиғишингиз керак?

Агар жуда катта суммалар чиққан бўлса, бундан қўрқиш керак эмас! Ҳали ҳаммаси йўқотилгани йўқ! Яна 5-10 йил актив итшлашингиз натижасида (камида) олдингизга қўйган мақсадингизга эришингиз мумкин.

Ақлли мижозлар бунга қараб туриб, қандай қилиб банкларни айланиб ўтиб, фондларга тўғридан-тўғри пул киритиш ва ана шундай юқори фойда олишни ўйлаб қолишди. Лекин бунинг учун худди банкка ўхшаб катта миқдордаги пулни йиғиш керак. Демак, банкнинг ушбу вазифасини ўзингизга олишингиз керак!

§ **Пай ва инвестицион фондлар.** Пай ва Инвестицион фондлар худди шу йўл билан пайдо бўлишди. Ўз вақтида бу олға силжиш эди. Одамлар ушбу фондларга озгина сумма билан кириб, худди уларнинг миллионлаган маблағлари бор каби фойда олишган. Катта суммани йиғиб олганларидан кейин инвестицион фондларнинг омонатчилари ўзларини молия дунёсида эркинроқ тута бошлашади. Улар бошқарувчи компанияларни ташкил қилишлари, улар учун акциялар портфелларини танлаб берувчи мутахассисларни ёллашлари мумкин.

*Акциялар портфели инвестиция оламида жуда муҳим аҳамиятга эга ихтиродир.*

Асосий ғоя қуйидагидан иборат: масалан, сизнинг 10 000 000 сўм пулингиз бор. Уни қайси компанияларнинг акцияларига тикасиз?

Катталаригами? Кичикларигами (улар арзон бўлади)? Нефтьгами ёки ишлаб чиқаришгами? Нефт компаниясига тикканингиз яхши, лекин уларда ҳам орқага ақайтишлар бўлиб туради... Бундан ташқари баҳоси нефтнинг баҳосига боғлиқ бўлмаган бошқа компанияларнинг акцияларини ҳам сотиб олиш керак бўлади. Масалан, юқори технологияларга пул тикишингиз мумкин. Мувозанатни сақлаб туриш учун фақат Ўзбекистоннинг эмас, бошқа мамлакатлар, масалан, АҚШ, Россия, Хитой, Япония компанияларининг акцияларини ҳам сотиб олиш мумкин. Яна нималар қилиш мумкин?

Саволлар жуда кўп. Лекин жавоб битта: турли мамлакатларнинг турли соҳаларда фаолият олиб борадиган компанияларининг акцияларини сотиб олиш керак. Мана биз акциялар портфели тушунчасига яқинлашиб бордик. Лекин буни қилиш учун 10 000 000 сўм етарли эмас, камида 1000 000 000 дан кўпроқ сумма керак бўлади.

Акциялар портфелини яратишда жуда кўплаган факторлар ҳисобга олинади: фаслга боғлиқлик, тарихий даромадлилиги ва ҳ.к. инвесторлар портфелни танлашади ва унга пул тикишади. Ана шу вақтдан бошлаб, жуда қизиқ нарсалар бошланади!

Айтайлик, сизнинг портфелингиз турли мамлакатларнинг турли соҳаларида фаолият олиб борувчи 50 та компаниянинг акцияларидан иборат. Чунки битта мамлакатнинг корхоналари акцияларини сотиб олиш – бу таваккалчиликдир!

Умуман олганда катта даромад кўриш мумкин! 3-4 ой ичида 20-30 фоиз даромад кўришингиз ҳам, кейинги бир неча ой ичида бу пуллардан ажралиб қолишингиз ҳам мумкин.

**Бу сиз учун нимани аниқлатади?** Акцияларнинг баҳолари доимий равишда ўзгариб туради. Ҳатто бир неча кун давомида уларнинг баҳолари кескин ўзгариб туриши мумкин. Бундай пайтларда инвестицион ва пай фондларининг графикларига доимий равишда қараб турувчи кишиларнинг асаблари чидаш бера олмай қолиши мумкин. Чунки даромадингиз ошиб бораётганлигини кўришингиз яхши, лекин у кескин пасайиб, сизга зарар келтира бошласачи? Бунақа пайтда сиз нима қилишн ибилмай қоласиз. Уйқусиз тунлар ва баҳс-мунозарали кунлар бошланади. Пулни фонддан чиқариб олиш керакми ёки яна бироз кутиш керакми? Умуман олганда бу хотиржам ҳолатда оилангизнинг келажагини таъминлайдиган капитал яратиш деган тушунчадан жуда узоқ иш!

Бу фондларга инвестиция киритган киши узоқ вақт давомида у ерда нима бўлаётганлигин ибилмаса, ўзи учун яхшироқ бўлади. Чунки бу фондлар узоқ муддат давомида яхши даромад беришади. Қисқа муддат давомида эса у ерда доимий равишда ўзгарувчан об-ҳаво ҳукм суради. Шунинг учун сиз йиллик, 2, 5 йиллик графикларнигина кўришингиз етарли бўлади. Агар бу ҳол сизга ёқмаса, пулни фонддан олиб, бошқа ерга инвестиция киритишингиз керак бўлади.

Пай ва инвестиция фондларининг даромад графикларининг айрим пайтларда пастга шўнғишининг ўз сабаблари бор. Масалан, сизнинг портфелингиздаги 50 та акциянинг 30 таси нима сабабдандир арзонлашиб

қолди. Шундай пайтда зарар кўрмаслик учун нима қилиш керак? Тўғри! Уларн исотиш керак. фақат ҳақиқатдан ҳам фойда келтираётган акцияларнигина ўзингизда қолдиришингиз керак. Лекин сиз бу ишни қила олмайсиз. Чунки бу инвестицион ёки пай фондидир.

Биринчидан сиз ҳисоботни ўз вақтида олмайсиз. Уни кечикиб олганингиз учун айнан ҳозир котировкаларнинг қандай эканлигини аниқ билмайсиз. Ҳамма нарса биржада тез ўзгаради. Балки улар ҳозир юқорига кетаётгандир, балки пастга...

Иккинчидан фонднинг ходимлари бирор нарса қилишлари мумкин, лекин улар сизнинг имзоингизсиз ҳеч нимани сота олишмайди. Сизнинг фонддаги пайингиз – сизнинг мулкингиздир ва унга ҳеч ким сизнинг рухсатингизсиз тегина олмайди. Бу бир тарафдан бизнинг ўзимиз учун кафолат ҳисобланади. Лекин иккинчи томондан ушбу мулк эгаллиги бизга зарар келтирадиган бўлса, бундай кафолат бизга керакми? Бизнинг асосий мақсадимиз: фойда олишдир!

§ **Хедж-фондлар.** Улар ҳам реал секторда акциялар ва бошқа қимматли қоғозлар билан ишлашади. Лекин уларнинг ишлаш принципи умуман бошқачадир. Асосий мақсад – даромадни юқори ва стабил қилишдир. Фақат мана шу иккита шартни амалга оширгандагина мижозлар ўзлари учун капитал яратишлари, келажакдаги даромадлари ва харажатларини олдиндан режалаштиришлари мумкин.

#### **Амалда бу қандай амалга оширилади?**

Сиз пулингизни хедж фондга жойлаштириш билан уларни актив бошқаришга берасиз. Бу ерда статик акциялар портфелининг ўзи йўқ. Ҳа, бу ерда ҳам пуллар акциялар сотиб олишга тикилади, лекин қисқа муддатга. Компания доимий равишда котировкаларни кузатиб боради. Ҳеч қайси бир акция бир секунднинг ичида пасайиб ёки кўтарилиб кетмайди. Айрим тенденциялар, эҳтимоллик нахарияси деган нарсалар бор. Бу нарса энди компьютер савдо тизимларининг ишидир. Улар қачон сотиш ёки олишни белгилаб беришади. Бунинг натижасида ҳар секундда бизнинг портфелимиз ўзгариб туради. Бир хил акциялар (кам даромадли ва зарар келтирувчи) сотилади ва бошқалари (даромадлилари) сотиб олинади. Ҳар бир секундда сиз турли акцияларнинг эгаси бўласиз. Лекин бу қандай акциялар бўлади? Албатта, энг даромадлилари!

Натижада даромад графиги текисланади. У ё кесикн кўтарилади ёки секин кўтарилади. Айрим вақтларда пасайиши ҳам мумкин. Лекин тез орада у яна тикланади.

Хедж фондлар дунёга келганидан буён 20 йил ўтган ва шу вақт давомида бирор марта ҳам пул йўқотилган эмас ва улар ўртача йиллик 16% даромад беришган. Бу шу вақт давомида содир бўлган турли инқирозларга қарамадан! Бу ерда ҳар йили пул қилинади!

Лекин бу ерда ҳам ўзига ҳос минус бор: хедж фонда киришнинг ўзи бўлмайди! Кириш остонаси = 500 000\$ — \$1 000 000\$ !

*Сиз юқоридаги маълумотларни ўқидингиз, ҳали яна қанча китобларни ҳам ўқийсиз, 15-20 та банкларга кириб чиқасиз, пай ва инвестиция*

*фондларини топасиз... Интернетда нималарнидир топасиз... Лекин буларнинг ҳаммаси сиз уларни таҳлил қила олмасангиз, бир пулга қиммат ахборотлардир. Пул киритишининг турли вариантларини таҳлил қила олишингиз керак.*

### **Ақлли инвестор ўзи ким?**

У тўғри саволлар бера оладиган кишидир. Бошқача айтганда у керакли ахборотни йиға олади.

Бу маслаҳат сизнинг анчагина вақтингизни тежаши мумкин. Бу нимага муҳим? Агар сиз ўзингиз сўрамасангиз, банк ёки фонд ходимлари сиз учун муҳим бўлган ниманидир айтмасликлари мумкин. Бунинг ўрнига улар ўзлари учун муҳим бўлган бошқа гапларни сизга жон куйдириб айтишади. Бунинг натижасида ҳар хил банкларда сизг атурлича ахборот беришади. Уларни қандай танлайсиз? Ҳеч қандай! Вақтингизни ҳам йўқотасиз, фойда ҳам кўрмайсиз. Фақат чарчаганингиз қолади.

Олинган маълумотлар асосида хулосалар чиқариш ва тўғри қарорга келишингиз керак бўлади.

### **Ушбу дарсдан олишингиз мумкин бўлган фойдали ахборот:**

Банк, пай фонди, инвестицион фонд. Уларни қандай таққослаш мумкин?

Асосий критерий – бу даромадлиликдир. Айнан шундан бошлаймиз.

Берилган: 30 000 000 сўм

Сиз 2016 йилда 10 000 000 сўмни банкка, 10 000 000 сўмни – пай фондига, 10 000 000 сўмни – инвестиция фондига қўйдингиз.

Савол: икки йилдан кейин, яъни 2018 йилда ушбу ҳисобларда қанча пул бўлади? Бунга жавоб топиш учун истаган банкингиз, пай фонди ёки инвестиция фонди сайтиг акиринг ва у ердаги даромад графиклари бўйича ҳисоб-китоб қилинг.

Энди бу сизнинг мустақил бажарадиган уй вазифангиздир.

## **Қимматбаҳо қоғозларга инвестициялар**

Шахсий маблағларни инвестиция қилиш ва уни кўпайтришининг кейинги вақтларда энг ўзига жалб қилувчи усулларида бири – бу маблағни қимматли қоғозларга инвестиция қилишдир.

Фонд бозорининг ривожланиши инвесторлар учун хизматлар спектрини кенгайтиряпти. Қимматли қоғозларг аинвестиция қилиш йўли билан пул ишлаб топиш истагида бўлган қатнашчиларнинг сон иошиб бормоқда. Фаолиятнинг истаган бир турига инвестиция қилишнинг асосий мақсади – бу даромад олишдир.

Бозорда айланмада бўлган қимматли қоғозларнинг ҳар хил турлари мавжуд. Асосий қимматли қоғозларга акциялар ва облигациялар киради. Шунингдек кейинги вақтларда опционлар, фьючерс шартномалари каби молиявий воситалар ҳам кенг тарқалмоқда.

Ҳар битта қоғоз турига киритилган маблағни йўқотишга маълум бир таваккалчилик ва шу билан биргаликда инвестицион ўзига жалб қилишлик даражаси яшринган.

Дунё амалиётида қимматли қоғозларга инвестиция қилишнинг жуда кўплаган моделларини фарқлашади. Энг кенг тарқалган методлардан бири – бу Марковитц моделидир. Ушбу моделнинг яратувчилари инвестициядан кутилаётган даромадни тасодифий ўзгарувчи сифатида (уни объектларнинг бирор жамланмаси учун ҳисоблашади) қабул қилиш мумкин деб ҳисоблашади. Шунда ҳар битта пул киритишдан маълум миқдорда даромад олиш имконияти пайдо бўлади. Шунингдек иқтисодчилар Шарп, бозор модели ва бошқа методлардан ҳам таҳлилда фойдаланишади.

Одатда, қимматли қоғозларга инвестиция қилиш инвестицион портфелни яратиш шаклида бўлади (портфелни диверсификациялаш). Бу эса инвесторга турли соҳаларга тегишли турли қимматли қоғозларни сотиб олиш йўли билан ўзининг таваккалчилигини камайтириш ва даромадлиликни ошириш имконини беради. Буларнинг ҳаммаси биргаликда инвесторга керакли натижага эришишга имкон беради.

## Биржа нима? Фонд биржаси

Фонд биржаси – бу акциялар олди-сотдисида даллол сифатида иштирок этадиган биржа аъзолари (брокерлар) воситасида қимматли қоғозлар савдоси битимлари амалга ошириладиган уюшган бозордир. Фонд биржаси аъзолари қимматбаҳо қоғозлар билан индивидуал савдо қилувчилар ва молия-кредит ташкилотларига ажралишади.

Давлат органи биржадаги трейдерлар фаолиятини назорат қилиб туради ва биржа операцияларини амалга ошириш бўйича қоидаларни ўрнатади.

Фонд биржаси – бу қимматли қоғозлар сотувчилари ҳам олувчилари ҳам иштирок этадиган жойдир. Бу ерда эмитент баҳоси талаб ва таклифдан келиб чиқиб аниқланади. Олди-сотди битимларининг ўзи эса ўрнатилган қоидалар ва нормалар асосида назорат қилинади. Шундай қилиб фонд биржасини қоидалар бўйича уюшган қимматли қоғозлар бозори деб тавсифлаш мумкин.

Фонд биржасида маҳсулот сифатида компанияларнинг акциялари, облигациялари, пайлари ва бошқалар иштирок эса, қимматли қоғозларнинг баҳолари сифатида – қимматли қоғозларнинг котировкалари (курслари) олинади.

Фонд биржалари учта асосий функцияни бажаришади:

- даллоллик – эмитентлар, турли инвесторлар ва молия-кредит ташкилотлари қимматли қоғозлар билан савдо қилишлари учун шароит яратилади;

- индикатив – қимматли қоғозларга бўлган қизиқиш ва уларнинг баҳолари баҳоланади;

- регулятив – қимматли қоғозлар билан савдо ташкил қилинади.

Биржанинг назорат фаолияти – қимматли қоғозларнинг котировкаларининг ишончлилигини ҳамда биржада савдо қилиш ишончлилигини таъминлашдир.

Фонд биржаси туфайли инвесторлар ва турли молиявий ташкилотлар ўз акцияларини тезда пулга айлантириш имкониятига эга бўлашади. Бу эса маблағларни нафақат узоқ муддатли инвестиция қилиш мақсадида, балки эркин маблағларни қисқа муддатли сақлаш мақсадида киритишг аҳам имкон беради.

Биржалар давлат томонидан жамоатчилик ташкилотлари сифатида яратилиши ҳам мумкин. Франци, Италия ва бошқа бир қатор давлатларда биржалар жамоатчилик ташкилотлари ҳисобланади.

Фонд биржасининг асосий вазифалари:

1. Қимматбаҳо қоғозлар бозорининг бетўхтов фаолиятини яратиш.
2. Эмитентларнинг баҳосини аниқлаш, уларнинг бозорда айланиши шартларини белгилаш, молиявий воситалар ҳақидаги ахборотларни чоп қилдириш ва тарқатиш.
3. Эмитентларнинг ликвидлиги ҳамда тузилган битим ва келишувларнинг бажарилиши кафолатларини таъминлаш.
4. капитал бозорининг ташқи ва ички иқтисодий конъюнктурасини таҳлил қилиш, ривожланиш истикболларини аниқлаш.

## Фонд биржасида ишлаш

Ҳар битта фойдаланувчи эртами кечми барибир интернетда пул ишлаб топиш кераклиги ҳақидаги қарорга келади. У бу қарорга қанча эрта келса – шунча кўп пул ишлаб топади. Масалан, турли компанияларнинг активларини сотиб олиш ва сотишда. Лекин ушбу активларни сотиб олиш учун дастлабки, тахминан 100 доллар атрофидаги капитал керак бўлади. Бу пулни эса форексда унчалик кўп таваккал қилмасдан ишлаб топиш мумкин (бунинг учун цент ҳисоб рақамига 15 доллар қўйилади- 1500 цент + депозит учун турли форекс брокерларида бонуслар 10% дан 30% гача бўлиши мумкин). Форексда пул ишлаб топиш бўйича ҳозирги кунда деярли ҳар бир интернетдан пул топиш йўллари қидирган киши хабардордир. Форексда пул ишлаб топишни бошлаш учун савдо ҳисобини рўйхатдан ўтказиш керак бўлади. Сиз, масалан [ДЦ Альпари](#), [ДЦ Forex4you](#) ёки ДЦ Instaforex да ҳисоб очишингиз мумкин.

Келинг, яхшиси, мавзуга қайтамиз ва фонд биржасини кўриб чиқамиз.

Фонд бозорида ҳар куни миллиардлаган долларлар турли компанияларнинг акцияларига ва аксинча акциялар (фондлар) пулга айлантирилади. Акцияларнинг эгалари (инвесторлар ва трейдерлар) деярли ҳамиша пулли бўлишади: дивидентлар ҳисобига (компаниянинг фойдасининг бир қисми акция эгасига берилади) ёки акцияларнинг баҳоси ошганда

сотишади. Албатта, бу фондларни сотиб олиш керак бўлган компания тўғри танланганда рўй беради.

Янги киши интернетда қандай пул ишлаб топа олади ва қайси компанияларнинг акцияларини сотиб олиш кераклигини қаердан билади. У ёки бу фирманинг потенциалини аниқлашнинг методлари жуда кўп. Молиявий ҳисоботлар, аналитикларнинг башоратлари, баҳо графиклари (форексдаги каби), савдо индикаторлари, маслаҳатчилар ва бошқа кўпгина нарсалар мавжуд. Акцияларини сотиб олишни мўлжаллаётган компаниялар рўйхатини тузаётганингизда энг аввало уларнинг ликвидлиги сизни қизиқтириши керак. Аввало яхши ривожланиш истиқболига эга соҳалардаги компаниялар рўйхати (сотиб олиш учун) ёки молиявий муаммолари мавжудлари рўйхати (сотиш учун) тузилади. Кейин истисно қилиш методи билан энг яхши ва энг ёмон кўрсаткичли 2-3 та компания қолдирилади. Бу компаниялар молиявий ҳисоботларини фундаментал таҳлил қилиш ва баҳолар графиклари таҳлили асосида амалга оширилади.

Шунингдек бепул акциялар филтрлари хизматларидан фойдаланишингиз мумкин, масалан, Ycharts дан. Лекин бу филтр инглиз тилида. Агар сиз инглиз тилини тушунмасангиз, гуглдан “**бесплатный филтр акций**” сўз бирикмасини қидиришингиз мумкин.

Шунингдек акцияларнинг баҳоларини ташкил қилиши мумкин бўлган ташқи факторларга ҳам кўз юмиш керак эмас. Масалан, ҳукумат қарорлари, мамлакатнинг иқтисодий ва сиёсий ҳолати, геополитика (уруш, ҳукумат алмашиши, табиий офатлар, форс-мажор). Фондларга бўлган талаб ҳатто йил фасллари, ойлари ва ҳафталарига қараб ҳам ўзгариши мумкин. Кенг реклама ёки антиреклама ҳам акциялар курсиг атаъсир қилади.

Олдинига фонд биржаси озгина кўрқитади, лекин интернет орқали пул ишлаб топишни бошлаш учун бу нарсани қилишни бошлашингиз керак. Агар сиз Форексда савдо қилишни бошлашга қарор қилган бўлсангиз, Форексда ишлаш бўйича мақолаларни ўқиб чиқишингизни маслаҳат бераман.

## Лондон фонд биржаси

Йирик фонд биржалари бутун дунёга машҳурдир. Бугунги кунда фонд биржаларининг сони 200 дан зиёддир. Лекин дунёда йирик фонд биржаларининг роли бекиёсдир. Улардаги савдолар бутун дунёдаги бозорнинг йўналишини аниқлаб беради.

Энг йирик биржалар:

- Нью-Йорк фонд биржаси – (NYSE) -New-York Stock Exchange;

- Лондон фонд биржаси – (LSE) - London Stock Exchange

Токио фонд биржаси – (TSE) - Tokyo Stock Exchange

Лондон фонд биржаси

Лондон биржаси – энг қадимги биржалардан биридир. Унга 1801 йилда асос солинган. Бугунги кунда ушбу биржа энг кўп миллатли биржа ҳисобланади. Акциялар билан халқаро савдо қилишнинг 50% идан ортиғи

Лондон биржасига тўғри келади. Акциялар савдосида 300 дан зиёд чет эл компаниялари иштирок этади – листинг қатнашчилари 60 дан зиёд мамлакатлардандир. Ушбу биржа акционер компаниядир ва ўзининг акциялари билан ҳам савдо қилади. Бугунги кунда Лондон биржаси капитализация даражаси бўйича дунёда учинчи ўринни эгаллаб турибди. Биржада 3000 дан зиёд компанияларнинг акциялари билан савдо қилинади. Лондон биржасидаги акциялар бозори гуруҳларга ажратилади:

1. FSA ташкилотининг (молиявий назорат ва бошқарув бошқармаси) талабларига жавоб берувчи компаниялар. Булар асосан биржадаги қаттиқ қоидалар ва қафолатларга жавоб бера олувчи компаниялардир.

2. Альтернатив инвестиция бозорига тааллуқли компаниялар. Бу компаниялар акциялари асосий биржа савдоларига қўйилмайди ёки уларга ривожланиши учун қўшимча инвестиция керак бўладиган компаниялардир. Ушбу компанияларнинг асосий кўрсаткичлари – бу келажакдаги ривожланиш истиқболлари келажакдаги фойдалридир.

Лондон фонд биржасида қуйидаги молиявий воситалар савдоси амалга оширилади:

- Акциялар
- ПИФлар (пай инвестиция фонлари)
- Облигациялар
- Еврооблигациялар

Биржа сайти - [londonstockexchange.com](http://londonstockexchange.com)

FTSE 100 индекси – биржанинг асосий фонд индекси ва шу билан биргаликда Буюк Британия иқтисодиётининг самарадорлик кўрсаткичидир. Ушбу индекс листингга кирадиган энг катта капитализацияли юзта компаниянинг акциялари баҳолари асосида ҳисоблаб чиқарилади. Одатда ушбу компанияларнинг умумий капитализацияси биржанинг умумий капитализациясининг 80% ини ташкил қилади.

## Қимматли қоғозларнинг турлари

Барча молиявий тизимлар инвестицияларга асосланади.

Инвестициялар – бу тижорат ва нотижорат ташкилотлар, шунингдек жисмоний шахсларга пул тикишдир. Инвестициялашда капитал уларнинг фаолиятига пул керак бўлган тижорат ташкилотларига ёки давлатга капитал берилади. Инвесторлар эса улар киритган маблағлардан фоиз тарзидаги даромадларини олишди.

Қимматли қоғозлар уюшган бозорда икки турдаги инвесторлар – институционал ва хусусий инвесторлар томонидан сотилади ва сотиб олинади.

Институционал инвесторлар уларга бошқалар томонидан ишониб топширилган пул маблағларини инвестициялашади. Бундай инвесторларга



инвестицион компаниялар, суғурта компаниялари, пенсия фондлари ва бошқалар киради.

Хусусий шахслар тўғридан-тўғри қимматли қоғозларга ёки турли компания ва фондлар орқали билвосита инвестиция қилишлари мумкин.

Ташкилотлар инвестиция қилаётганларида уларнинг мақсади иложи борича қисқа вақт давомида киритилган капиталга нисбатан энг катта даромад олиш бўлади. Хусусий шахсларнинг инвестиция қилиш қарорларига даромадлилик, ишончлилик, курс баҳосининг ошиши имконияти, қимматли қоғозларнинг ликвидлиги ва солиқлар таъсир қилади.

Инвестицияларнинг самарадорлигини кўрсатувчи асосий кўрсаткич унинг даромадлилиги ҳисобланади. Депозит сертификатлари, ғазначилик векселлари, корпорацияларнинг облигациялари, имтиёзли акциялар каби инвестиция воситалари қатъий даромад бериб туради.

Инвесторнинг мақсади иложи борича капиталнинг ўсиши бўлса (қимматли қоғозларни сотишдан олинган тушум унинг баҳосидан ортик бўлиши), товар ва фьючерс шартномалари, опционлар каби молиявий инвестиция воситаларидан фойдаланилади.

Агар инвесторнинг мақсади инвестицияларнинг ишончлигини таъминлаш бўлса, бутун дунё амалиётида давлат облигацияларига инвестиция қилиш амалга оширилади.

Агар тижорат ташкилотларининг қимматли қоғозларини кўриб чиқадиган бўлсак, янги компаниянинг акциясига нисбатан йирик ва обрўга эга компаниянинг акциялари ишончлироқ бўлади. Агар ликвидлик ҳисобга олинадиган бўлса, оддий акцияларни нақд пулга айлантириш осон эканлигини инобатга олишингиз керак.

Маблағларни инвестициялаш стратегиясини танлашда инвесторлар турли турдаги инвестициялар портфелини яратишни маъқул кўришади.

Инвестицион портфель диверсификацияланиши керак, яъни йўқотишлар таваккалчилигининг олдини олиш мақсадида ҳар хил турдаги инвестициялар йиғилиши ва уларнинг биттасида йўқотиш содир бўлганида портфелнинг умумий ҳолатига бу катта таъсир кўрсатмаслиги керак.

Молиявий инвестицияларнинг қуйидаги турлари фарқланади:

**Давлат қимматли қоғозлари.** Улар давлат томонидан давлат сарф-харажатларини қоплаш учун чиқарилади. Давлат қимматли қоғозлари бутун дунёда энг ишончли инвестиция ҳисобланади, лекин уларнинг фоизлари жуда паст бўлади ва кўпчилик ҳолларда ҳатто инфляциядан ҳимоя қилмайди.

**Корпорацияларнинг облигациялари.** Корпорациялар уч турдаги облигацияларни чиқаришади:

1. Гаров рўйхатлари (ипотека облигациялари) – улар корпорациянинг эгалигида бўлган кўчмас мулк билан кафолатланади ва агар, банкротликка учраса, ушбу кўчмас мулкларни сотиб, инвесторларнинг йўқотишларининг бир қисмини қоплаши мумкин;

2. Дебентурлар – улар фақат корпорациянинг пул тўлаш ҳақидаги ваъдаси билан кафолатланган ва бу облигациялар инвесторга юқори фоиз беради;

3. Конвертацияланадиган облигациялар – уни чиқарган компаниянинг оддий акцияларини алмаштирилиши мумкин.

Облигациянинг рейтинги қанчалик юқори бўлса, уни сотиб олиш таваккалчилиги шунчалик паст бўлади ва шу билан бирга облигация эгасига тўланадиган фоиз ҳам пасайиб боради. Фоиз ставкасининг ошиши инвесторнинг фойдасини оширади. Аниқ облигациянинг баҳоси унинг қайтарилиб олиш муддатига боғлиқ бўлади.

**Акциялар.** Ўз пулларини компаниянинг акциясига тиккан киши ушбу компаниянинг мулкдорига айланади ва акциядор деб аталади. Акциядор компания директорлар кенгашини сайлашда, унинг мулкнинг ҳолатига таъсир қилувчи қарорлар қабул қилишда иштирок этади. Барча акциядорлар компаниянинг даромадлари ва зарарларида бирдек иштирок этишади. Дивидентлар олишади ёки акционерлик капиталининг оширишади (камайтиришади). Компания харажатларни қоплаганидан ва солиқларни тўлаганидан кейин акциядорларга дивидентларни тўлайди. Дивидентларни тўлаш компаниянинг асосий акциядорларига бутунлай боғлиқдир – улар тўловни рад қилиши, уларнинг ҳажмини камайтириши ёки оширишлари мумкин.

**Акцияларнинг турлари.** Оддий ва имтиёзли акциялар.

**Оддий акцияларни** биринчи синфли ва ўсаётган акцияларга ажратишади. Биринчи синфли акциялар – бу кўп йиллар давомида доимий равишда яхши дивидентлар тўлаб келаётган ва даромаднинг ошиши билан уларнинг суммасини ҳам ошириб келаётган турғун корпорацияларнинг акцияларидир. Ушбу акцияларнинг қиймати узок муддатли аста-секин ўсиб бориш тенденциясига эга ва улар бошқа акцияларга нисбатан бозорнинг ўйнашига камроқ таъсирчандир. Ўсиш акцияларини ривожланиш потенциали мавжуд янги компаниялар чиқаришади. Ушбу акциялар бўйича дивидентлар тўланмайди, чунки барча даромадлар ишлаб чиқаришни кенгайтиришга сарфланади. Ушбу акцияларнинг баҳолари тез ошиб кетиши ёки бирданига тушиб кетиши мумкин. Одатда бу акциялар инвесторлар томонидан капитални тез ўстириш учун сотиб олинади. Бу акциялар овоз бериш йўли билан АЖнинг чиқарадиган қарорларига таъсир қилиш имкониятини ҳам беради, яъни сиз АЖ бошқарувида иштирок этасиз.

**Имтиёзли акциялар** биринчи навбатда дивидент олишга имкон беради. Улар кумулятив ёки конвертацияланадиган бўлиши мумкин. Кумулятив имтиёзли акциялар ҳатто компаниялар улар бўйича тўловларни вақтинча тўхтатишганида ҳам даромад олиш имкониятини беради. Бу ҳолатда дивидентлар то компания уларни тўлаш қобилиятига эга бўлмагунича йиғилиб борилаверади. Конвертацияланадиган имтиёзли акциялар уларни чиқарган компаниянинг оддий акцияларига алмаштириш имконияти мавжуд акциялардир. Ушбу акциялар акциядорларнинг умумий йиғилишида овоз бериш ҳуқуқига эга бўлмайди.

**Ўзаро фондлар.** Бу инвестиция компаниялари томонидан акциялар, облигациялар ва бошқа қимматли қоғозларни сотиб олиш учун жалб қилинадиган маблағлардир. Ўзаро фондларнинг энг кенг тарқалган

турларидан бири – бу пул бозори фондларидир. Улар қимматли қоғозларга қисқа муддатли инвестиция қилишга мутахассислашган бўлишади. Ўзаро фондлар етарлича вақт ва инвестиция қилиш учун тажрибаси бўлмаган майда инвесторлар учун тўғри келади.

**Инвестицион компаниялар** икки турдаги фондларни ташкил қилишади: очик турдаги ва ёпиқ турдаги фондларни. Очик турдаги фонд фонднинг барча инвесторлари номидан инвестицияларни амалга оширади. Ушбу фонднинг ҳажми омонатчилар ўзларининг маблағларини киритиши ёки чиқариб олишларига қараб ўзгариб туради. Ёпиқ турдаги фонд чегараланган сонли шахслар номидан инвестицияларни амалга оширади.

Инвестицияларнинг бошқа турлари – **опционлар, молиявий фьючерс ва товар фьючерсдир.**

*Фонд опциони* – бу унинг эгасига маълум миқдордаги аниқ акцияларни белгиланган нархдан маълум вақт давомида сотиш ёки сотиб олишга имкон берувчи шартномадир.

*Молиявий фьючерс* – бу келажакда молиявий воситаларни қонуний асосда сотиб олишга имкон берувчи шартномадир.

*Товар фьючерс* – бу келажакда маҳсулотларни етказиб бериш учун тузиладиган шартномадир.

## Акцияларга қандай инвестиция қилинади

Агар сиз пуллариингизни нимага инвестиция қилиш ҳақида ўйлаётган бўлсангиз, уни фонд биржасига тикишингиз мумкин. Бу мураккаб иш эмас, лекин қимматли қоғозларни олиш/сотиш учун етарлича вақт ва иқтисодий янгиликларни кузатиб боришни, шунингдек фундаментал ва/ёки техник анализ ўткази олишингизни талаб қилади.

Сизнинг биринчи қиладиган ишингиз, акциялар олди сотдисини амалга оширадиган ишончли инвестицион воситачи – брокерни топишдир.

Биржада фақат воситачи – брокерлик компанияси орқали савдо қилиш мумкин. у операцияларни ҳисобга олиб боради ва керак пайтида даромад солиғини ҳам тўлайди.

Бугунги кунда фонд биржасидан акцияларни ўз компьютерингизга ўрнатилган дастур орқали сотиб олишингиз мумкин. Шартнома тузилганидан ва жисмоний ёки юридик шахсга ҳисоб очилганидан кейин брокер сизга битимлар тузиш (акцияларни сотиб олиш ёки сотиш учун) электрон савдо платформасини тақдим этади ва ушбу платформа орқали сиз сотиш/олишга талабномаларингизни жойлаштирасиз.

Акциялар бўйича битимлар бир неча сония ичида амалга оширилади. Лекин бу акцияларнинг ликвидлиги, сотувчилар ва сотиб олувчилар сонига боғлиқ бўлади. Ликвид акцияларга ҳамиша сотувчилар ҳам олувчилар ҳам мавжуд бўлади. Акциянинг ликвидлиги қанчалик юқори бўлса, сотувчи ва олувчи баҳолари орасидаги фарқ шу

даражада кам бўлади. Агар акцияларнинг сотилиш ва олиниш баҳолари орасида фарқ катта бўлса, демак бу акциялар ликвид эмас, яъни унга бўлган талаб катта эмас. Бу эса сизнинг даромадингиз/зарарингизни янада ошириши мумкин деганидир.

Брокер компаниясидаги ҳисобингизни тўлдирганингиздан кейин сиз дарҳол акциялар олди-сотдисига киришишингиз мумкин.

Ҳозир интернетда дунёнинг барча йирик савдо майдонларига кира оласиз: РТС, ММВБ, NYSE, Лондон фонд биржаси ва бошқалар.

Ўзбекистон республикасининг акциялар билан савдо қилиш майдони Ўзбекистон Республикаси фонд биржасидир. Унинг интернетдаги манзили [www.uzse.uz](http://www.uzse.uz).

Брокерлик компанияси (диллинг маркази) – акционернинг фонд биржасидаги расмий вакили бўлади. У акциялар, олтин, валюта, нефть, хом-ашё ва бошқалар билан тўғридан-тўғри савдо қилишга имконият яратиб беради.

### **Брокерлик компаниясини қандай танлаш мумкин?**

Брокерлик компаниясининг шартлари билан диққат билан танишиб чиқинг. Битим учун қанча комиссия олинади, комиссия битим суммасига боғлиқми, ҳисобга хизмат қилиш учун ойлик тўлов мавжудми ва шунга ўхшашларни билиб олинг.

Биринчи навбатда сиз учун нима муҳим эканлиги ва нималарни иккинчи даражали деб билишингизни аниқлаб олишингиз керак. Танловингизга қуйидаги факторлар таъсир қилади:

1. Брокернинг комиссияси. Одатда бу айланмадан фоизлар кўринишида ифодаланади ва 0.04% дан 0.1% гача бўлади. Агар сиз узоқ муддатли инвестициялар қилмоқчи бўлсангиз ва тез-тез битимлар тузмасангиз, комиссия унчалик муҳим эмас.

2. Минимал депозит. Айрим ҳолатларда брокерлар кўп сонли кичик ҳисоблар билан ишлашни истамайдилар ва депозит суммасини чегаралаб қўйишади. Лекин ҳамма брокерларда ҳам бундай минимал чегаралар мавжуд эмас.

3. Маржинал қимматли қоғозлар рўйхати. Ҳамма қимматли қоғозлар учун ҳам елка олиш мумкин эмас ва барча қоғозларни ҳам шорт қилиш (???? Сотиш) мумкин эмас. Бундай қимматли қоғозлар рўйхати ҳар хил брокерларда турлича бўлиши мумкин. Шунинг учун сиз елка билан ўйнашни ёки шорт қилишни истасангиз, бу рўйхат ҳақида олдиндан билишингиз керак. Одатда булар бир нечта ишончли ва ликвид компаниялар акциялари бўлади.

4. Максимал елка 1:2 дан 1:5 гача ва хатто 1:10 гача ҳам бўлиши мумкин.

5. Брокер томонидан тақдим этиладиган терминаллар.

6. Аналитика ва ахборот ленталарини кўриш имконияти.

Брокерларнинг барча шартлари билан танишиб чиққанингиздан кейин бирор брокерни танланг ва унинг ўз шахрингиздаги вакилига мурожаат қилинг.

Ўзбекистонда фақат битта фонд биржаси мавжуд ва унинг брокерлари ҳақидаги маълумотларни фонд биржаси сайтидаги ушбу саҳифадан топишингиз мумкин:

<http://www.uzse.uz/Broker/BrokersList>

## Акцияларни сотиш/олиш механизми қандай бўлади?

Қайси савдо платформасидан фойдаланишингиздан қатъий назар исталган бир трейдер билиши керак бўлган асосий нарсалар бор. У ҳам бўлса, қандай турдаги ордерлар мавжудлиги ва акциялар олди сотдиси қандай амлга оширилишидир.

Амалга оширишда энг содда ордер – бу бозор бўйича ордердир. Бу ҳозир мавжуд бўлган бозор баҳоси бўйича битимни амалга ошириш ордеридир. Бу ордер жуда эҳтиёт бўлиб ишлаш керак. Чунки унинг қандай баҳода амалга ошириши устидан назорат қилишингизнинг иложи йўқ. Савдо терминалида сиз нечта акция сотиб олишингиз/сотишингизни кўрсатасиз ва битим баҳоси автоматик равишда бажарилади.

Шунингдек лимитланган талабнома ҳам бўлади. Лимитланган талабнома – бу баҳоси кўрсатилган оддий ордердир. Унинг ишлаш принципи қуйидагича – агар қарши таклиф бўладиган бўлса, талабнома бажарилади, агар қарши таклиф бўлмаса, навбатга қўйилади. Лимитли ордерларнинг устунлиги шундаки, улар сиз олдиндан кўрсатган баҳо юзага келгандагина ишлаб кетади.

### **Техник ва фундаментал анализ нима дегани?**

Техник анализ деб бозорнинг динамикасини, одатда, графиклар асосида баҳонинг кейинчалик қандай ўзгаришини башорат қилиш мақсадида тадқиқ қилиш тушунилади.

Фундаментал анализ техник анализдан фарқли равишда акциянинг ҳақиқий адолатли баҳосини аниқлашга асосланади.

Камида бозор ордерлари ва лимит ордерларини ишлатишни билиш керак бўлади. Аслида улар барча молиявий операциялар, жумладан, акциялар, облигациялар ва форекедаги операцияларнинг асосида ётади. Агар сиз ушбу ордерлар билан қандай ишлашни билмасангиз, кутилмаган чиқимларга дуч келишингиз мумкин. Биржадаги савдо бўйича барча масалаларда брокерингизга мурожаат қилишдан уялманг. Бу уларнинг иши!

## Акцияларга қандай инвестиция қилишни бошлаш мумкин?

Сизнинг биринчи қилишингиз керак бўладиган иш – бу молия бозорининг асосларини, биржа қандай ишлашини, инвестициянинг турларини ва умуман инвестициялаш нима эканлигини ўрганишингиз керак. Бошланишига бу вақтни бекорга сарфлаш бўлиб туюлиши мумкин, лекин вақти келиб ушбу билимлар сизнинг қарорлар қабул қилишингиз, бирорта битимни амалга ошириш керакми ёки йўқлигини аниқлашингиз учун ёрдам беради. Бунинг натижасида билим олиш, фонд бозори асосларини ўрганишингиз ўзини тўлиқ оқлайди.

Битимларнинг асосларини ўрганинг, масалан, қайси битим LONG ва қайсиниси SHORT эканлигини ўрганинг. Сизнинг инвестицияларингиз қандай бўлади (узоқ муддатлими ёки қисқа муддатлими)? Шунингдек акцияларга узоқ муддатли инвестициялар хавфсизроқ бўлишини ҳам унутманг. Чунки қисқа муддатларда акциянинг қиймати жуда кўп ўзгаради ва бу вақтда сиз ҳиссиётлар натижасида чуқур ўйланмаган битимларни амалга оширишингиз ва пулингиздан ажралиб қолишингиз мумкин.

Қимматли қоғозлар бозорида воқеалар қандай тус олаётганлигини билиб туриш учун журналлар ва газеталарга обуна бўлинг, форумларга кўшилинг, вебинарларга, семинарларга қатнашинг. Фонд бозорида инвестициялар қилиш яхшигина даромад келтириши мумкин ва бу усул Уоррен Баффет, Жорж Сорос каби кишиларнинг бойиб кетишига сабаб бўлган.

Ўз маблағларингизни аста-секин инвестиция қилишни бошланг. Бозордаги ҳолатни яхшилаб ўрганиб олинг ва шошилманг. Фонд бозорига совуққон муносабатда бўлиш керак. Яқинда содир бўлган инқироз вақтида шароитни яхши тушунган кишилар фонд бозорига инвестиция киритиб, яхшигина даромадлар олишди.

Қимматли қоғозлар бозорида савдо қилишни бошлашдан олдин брокерлик компаниясида ҳисоб очиш керак. Айрим брокерлик компанияларида турли бепул хизматлар кўрсатилади, масалан, демо-ҳисоблар очиш, бепул вебинарлар, котировкалар ва бошқалар. Лекин ҳалигача Ўзбекистондаги брокерлар бундай хизматларни кўрсатишмайди. Шунинг учун чет эл брокерлик компанияларининг бепул хизматларидан фойдаланишингиз мумкин.

Олдинига демо-ҳисобда савдо қилиб кўринг, битимлар тузинг (олиш-сотиш), стоп-ордерлар ва стоп-лосс ордерлар қўйишни ўрганинг. Бу ерда муваффақиятга эриша бошлаганингиздан кейин ҳақиқий ҳисобда савдо қилишга ўтишингиз мумкин. Олдинига озроқ сумма киритинг ва савдо қилишни бошланг.

## Фундаментал анализ

Фундаментал анализ – компания ва унинг қимматли қоғозларининг баҳосини башорат қилиш методларидан биттасидир. У молиявий ва ишлаб чиқариш кўрсаткичларини таҳлил қилишга асосланади.

Фундаментал анализда аналитиклар алоҳида компаниянинг иқтисодий факторларидан акциянинг адолатли (ички) баҳосини аниқлаш ва шунингдек акция баҳоси динамикаси ўзгаришини аниқлаш учун фойдаланишади.

*Қимматли қозоннинг адолатли баҳоси* – бу ички баҳо ёки ҳақиқий баҳодир.

Бенжамин Грэхем фундаментал анализнинг отаси ҳисобланади ва у ўзининг “қимматли қозонларни таҳлил қилиш принциплари ва техникаси” китобида акциянинг бозор баҳоси ва ички баҳоси ўртасида параллелни кўрсатиб берган.

Фундаментал анализда компаниянинг мавжуд ҳолатини иложи борича майда-чуйдаларигача ўрганилади ва унинг ривожланиш истикболлари баҳоланади. Шунингдек компания томонидан ошкор қилинган материаллар, жумладан, бухгалтерия баланси, фойда ва зарарлар ҳақидаги ҳисоботлар ўрганилади. Жуда кўплаган макроиқтисодий кўрсаткичлар: тадбиркорлик активлиги даражаси, марказий банкнинг фоиз ставкаси, инфляция ҳисобга олинади. Фундаментал аналитиклар акцияларнинг бозор котировкаларини ҳисобга олишмайди. Шунинг учун ҳам фундаментал анализни бозор конъюнктураси ва курслар динамикасини баҳолашга асосланган техник анализ билан тўлдириш мумкин.

Ривожланган бозорларда акцияларнинг баҳоси фундаментал факторларга жуда сезувчандир ва ушбу факторлар акция баҳосининг ҳаракати тенденциясини белгилаб бериши мумкин.

Баҳоларнинг маҳаллий ўзгариб туришига табиий фон сифатида қараш ва умуман олганда ҳисобга олмаслик ҳам мумкин.

*Акцияларнинг бозор баҳолари* – бу акцияларнинг асосида ётган ҳақиқий баҳосининг пассив акс этишидир ва ушбу акс этиш ушбу акция ортида турган активлар билан мутаносиб бўлади.

Ҳар қандай акция ўзининг ички баҳосига эга бўлади. Бунда бозор баҳоси ҳамиша ички баҳога томон интилади.

Акция бозор томонидан *ортиқча баҳоланган* деганда акциянинг баҳоси унинг ички баҳосидан юқори эканлигини тушунишади. Агар акциянинг ички баҳоси унинг бозор баҳосидан юқори бўлса – бу акция *етарлича баҳоланмаганлигини* билдиради.

Одатда, фундаментал анализни 3 босқичда амалга оширишади:

### **Макроиқтисодий анализ.**

Унинг натижасида мамлакат иқтисодиёти умуман олганда қандай аҳволда эканлиги аниқланади. Бунда инвестицион иқлим ва молиявий активларга инвестиция киритишнинг мақсадга мувофиқлиги ҳақида тасаввур пайдо бўлади.

### **Соҳа анализи.**

Соҳа анализи натижасида энг катта инвестицион ўзига жалб қилувчи эканлиги аниқланади.

### **Компания анализи.**

Ушбу анализ натижасида маълум соҳага тегишли энг истикболли компаниялар танланади.

Фундаментал анализда ҳаёт цикллари назарияси ҳам катта аҳамиятга эгадир.

Умуман олганда фундаментал анализ методлари иккита нарсани аниқлаб бериш учун қўлланилади:

- барқарор молиявий-иқтисодий кўрсаткичларга эга ва кейинги ривожланиш потенциали юқори бўлган компаниялар акцияларини ажратиб олиш

- акциянинг адолатли баҳосини аниқлаш

Одатда биржа савдоси қатнашчиси олдида барча эмитент-компанияларни икки гуруҳга ажратиш вазифаси туради

- фундаментал кучли компаниялар

- фундаментал кучсиз компаниялар

Анъанавий фундаментал анализда ушбу масаланинг ечимини топиш қийин. Инвестор мустақил равишда ўзи учун муҳим бўлган критерийларнинг рўйхатини тузиши ва ўзининг инвестицион қарорларига асосланиши керак бўлади.

Биринчидан, компания нима билан шуғулланиши ва асосий даромадни қайси фаолиятдан олаётганлигини аниқлаш керак. кўпчилик ҳолларда инвестор фонд биржасида мавжуд соҳаларда яхши тушунчага эга бўлади. Агар бундай бўлмаса, яхшиси, сиз учун тушунарли бўлган фаолият билан шуғулланувчи эмитент-компанияларга эътиборингизни қаратинг.

Агар инвестор компаниянинг фаолият соҳасида чуқур билимга эга бўлмаса, бошқа компания билан ишлагани маъқул. бозорда турли соҳага таалукли компаниялар кўпчиликни ташкил қилади ва сиз ўзингизга маъқул келадиганини, тушуна оладиганингизни албатта топа оласиз.

Камдан-кам ҳоллардагина сиз учун тушунарсиз бўлган соҳада фаолият олиб борадиган компаниянинг акциясини сотиб олиб, катта даромад қилиш мумкин. Бундай ҳолат содир бўлганда ҳам, бу шунчаки тасодиф бўлади. Шунингдек оммавий аналитик обзорларда эълон қилинган гапларга ишонмаслик керак. одатда, бу обзорлар кимнингдир (сизнинг эмас) фойдасини кўзлаб эълон қилинади. Инвестицион аналитикларнинг тавсияларини ҳам жиддий қабул қилиш керак эмас.

Энг фойдали акцияларни мустақил танлаганингиз маъқул.

Хулоса қилиб шуни айтиш мумкинки, фундаментал анализнинг охириги натижаси – бу компания акцияларининг ички баҳосини аниқлашдир. Акциянинг ички ва бозор баҳоларини таққослаб, қайси акциялар етарлича баҳоланмаганлигини аниқлаш ва тегишлича уларни сотиб олиш ёки қайси акциялар ортиқча баҳоланганини аниқлаб, уларни сотиб олишдан тийилиш ва борларини иложи борича сотиб юбориш керак бўлади.

## Техник анализ

Молиявий бозорларни башорат қилиш нафақат фундаментал, балки техник анализ воситасида ҳам амалга оширилади.



Техник анализ – бу баҳоларнинг ўтмишда ўзгаришларини таҳлил қилиш натижасида баҳоларнинг келажакда ўзгаришини башорат қилиш усулларида биридир. Кейинги вақтларда трейдерлар кўпроқ техник анализга эътибор қаратмоқдалар.

Асосий техник анализ воситаларига қуйидагилар киради:

- япон шамлари,
- бар графиклари,

Осциляторлар – техник индикаторлар, масалан, ADX, Average True Range (ATR), Bollinger Bands, Moving Average Convergence/Divergence (MACD), Relative Strength Index (RSI), Stochastic Oscillator ва бошқалар,

- крестик ва нолик графиги,
- курснинг ўртача ҳаракати кўрсаткичи (Moving Average - MA),
- тренд ҳаракати чизиқлари ва молиявий (форекс, фонд ёки хом-ашё) бозорлар графикларида пайдо бўладиган фигуралар.

Бунда барча техник анализ воситалари: автоматик ва кўлда қилинадиган турларга ажратилади.

Графиклар туфайли бозорни тадқиқ қилиш мумкин. Маълум вақт интервалида графиклар ўтган давр ўзгаришлари динамикасини кўрсатишади. Улар техник воситалар, масалан, чизиқлар, япон шамлари, каналлар, тўлқинлар, график фигуралардан фойдаланиш имкониятини беришади.

Трендни кўлда тадқиқ қилиш унчалик қулай эмас ва бу кўп вақт олади. Савдо стратегиялари, кўпинча, тезда қарор қабул қилишни талаб қилади ва бунинг учун техник индикаторлардан фойдаланиш мумкин. Улар баҳонинг ўзгаришини қисқа муддатда тўлиқ анализ қилишга ёрдам беришади.

Техник индикаторлар қуйидаги гуруҳларга ажратилади:

**Тренд индикаторлари.** Улар тренд бўйича савдо қилинганда кўлланилади ва ушбу тренднинг кучини ўлчашга имкон беради. Шунингдек танланган вақт оралиғи учун тенденция йўналишини кўрсатади.

**Бурилиш индикаторлари.** Улар юқоридаги индикаторларнинг кичик гуруҳи бўлиб, тор доирадаги вазифани бажаради. Улар тренд кучини ҳисоблашади ва трейдерга бурилиш содир бўлиш эҳтимоли ҳақида хабар беришади.

**Каналлар ва даражалар қуриш учун индикаторлар.** Бу индикаторлар кўллаб-қувватлаш ва қаршилиқ даражаларини аниқлаш учун керак. улар ушбу даражаларни акциялар ёки валюта жуфтлари графикларида автоматик равишда берилган параметрлар асосида ушбу даражаларни аниқлашади. Кўллаб-қувватлаш ва қаршилиқ даражаларини кўлда ҳам аниқлаш мумкин. Уларни графикда кўриш мумкин, лекин техник индикатор буни жуда тез бажаради ва тренд ўзгарганда канални қайта қуради.

**Бозорнинг асосий параметрларини анализ қилиш учун индикаторлар.** Ушбу гуруҳга молиявий бозорнинг ҳолатини аниқлашга ёрдам берадиган барча воситалар киради, масалан, амалга оширилган битимлар ҳақида маълумот берувчи восталар.

Техник анализни амалга оширишда асосий вазифа натижа олиш эканлиги ва уни қандай усул билан олганингиз муҳим эмаслигини эсдан чиқармаслигингиз керак.

## Савдо тизимлари ва стратегиялари

Савдо стратегияси (савдо тизими) – бу валюта, фонд бозорларида савдо қилишнинг аниқ қоидалари йиғиндисидир. Шунингдек позицияларни очиш ва ёпиш қоидаларидир. Сиз қайси ҳолатларда бозорга киришингиз ва қачон ундан чиқишингиз ҳақидаги аниқ режага эга бўлсангиз, сизнинг савдо тизимингиз бор деб айтиш мумкин.

Сизнинг савдо тизимингизнинг қоидалари олдиндан аниқлаб олинishi керак ва улар қарор қабул қилиш ва битимларни амалга оширишда бўладиган психологик босимни камайтириши керак.

Одатда, савдо стратегияси трейдернинг танлаган вақт оралиғида (тайм фрейм) ушбу вақт оралиғи учун тузилган стратегия асосида бажарадиган ишларининг аниқ режаси бўлади. Бу кунлик, соатлик ёки 5-дақиқалик графикларда савдо қилиш стратегияси бўлиши мумкин.

Мос келувчи тайм фреймни қандай танлаш мумкин? Бу биринчи галда сизнинг қимматли қоғозлар ёки Форексга инвестиция қилишдаги бўш вақтингизга, депозит ўлчамига, олдингизга қўйган мақсадингизга боғлиқ бўлади.

Одатда савдо тизими қайси қимматли қоғоз (акция) ёки валюта жуфти учун яратилганлигини ҳисобга олади. Бу ушбу тизим бошқа воситаларда зарарига ишлайди дегани эмас. У бир нечта валюта жуфтлари/қимматли қоғозлар билан ҳам муваффақиятли ишлаши мумкин. Лекин унинг ўзи қайси воситага мўлжалланган бўлса, шунда энг яхши ишлайди.

Айрим пайтларда савдо қоидаларини ўзгартириш ёки қисман тўғрилаш керак бўлиб қолиши мумкин. Лекин бунини суистеъмол қилиш керак эмас. Ўзгаришларни *Take Profit* ёки *Stop Loss* ордерларнинг ўлчамига киритиш мумкин.

Савдо тизими сиз томонингиздан савдо қилишга киришмасингиздан олдин шакллантирилган ва текшириб кўрилган бўлиши керак. шундан кейин сиз амалга оширадиган барча битимлар унга мос бўлиши керак!

Кўпчилик профессионал трейдерларда механик савдо тизими (МСТ) мавжуд. Бу сизнинг савдо стратегиянгиз бўйича ордерларни қўядиган ва оладиган автоматик дастурдир.

Кўпчилик бошловчи трейдерлар савдо тизими (савдо стратегияси) нимаг ақерак деган саволни беришади. Аслида бу қимматли қоғозлар ва Форекс биржасида муваффақиятли савдо қилишнинг энг муҳим ташкил этувчисидир.

Савдо тизими психологик факторни камайтиради ва савдо жараёнининг тизимлаштиради. Савдо тизимлари ва стратегияларининг мазмуни шундаки, улар сизга битимларни олдиндан режалаштиришга имкон беради. Бу компаниянинг ривожланишини бошқариб турадиган бизнес-режага ўхшайди.

Кўпчилик ҳолларда муваффақиятли трейдерлар қандайдир алоҳида савдо тизимига эга дейишади. Аслида эса бундай эмас! Лекин унда муваффақиятли трейдер омадсиз трейдердан нимаси билан фарқ қилади?

- муваффақиятли трейдер ўз стратегиясига қаттиқ амал қилади ва импульсив битимларни амалга оширмайди,

- муваффақиятсиз трейдерда аниқ савдо стратегияси бўлмайди, барча ҳаракатлар импульсив ва хаотик амалга оширилади,

- муваффақиятли трейдерлар қулай шароит пайдо бўлишини кута олишади ва битимни амалга оширишга шошилишмайди,

- муваффақиятли трейдер ўз тизимига асосланган ҳолда ҳаракат қилади ва бирокларнинг фикри билан иш кўмайди.

Фойдали савдо тизимини яратганингиздан кейин сиз бемалол савдо қилаверишингиз мумкин. Чунки аниқ ва текширилган режага эгасиз. Одатда, яхши стратегияга эга бўлсангиз, савдода катта муваффақиятларга эришишингиз мумкин. Булар бекорчи гап эма! Буни кўпчилик муваффақиятли трейдерлар тасдиқлашади.

Кўпчилик ҳолларда трейдерлар ойлар давомида ўзларининг савдо стратегияларини ишлаб чиқиш билан банд бўлишади. Лекин велосипедни янгидан ихтиро қилишнинг нима кераги бор, чунки жуда кўплаган савдо стратегиялари шу пайтгача ишлаб чиқилган. Тайёр савдо стратегиясин иолинг ва уни ўзингизга мосланг, шу билан олам гулистон.

## Дивидентлар акциялардан пассив даромад манбаи сифатида

Дивидентлар – бу қимматли қоғозларга эгалик қилишингиздан оладиган пассив даромадингиздир. Ўзбекистон шароитида дивидентлар эмитент-компания томонидан йилига бир марта тўладанади ва унинг қиймади акционерларнинг умумий йиғилишида ташкилотнинг ўтган йилги фаолияти натижалари бўйича аниқланади (корхонанинг соф фойдаси қанча кўп бўлса, дивидентлар ҳам шунча кўп бўлади).

*Акциялар бўйича дивидентлар тўладиган кунни қардан билиш мумкин?*

Компания қимматли қоғозлар бўйича даромадларни тўлашдан олдин бундай тўловлар кимларга тўланиши ҳақидаги рўйхатни тузиб чиқади. Бунинг учун ташкилот бирор кунни белгилайди ва шу куни олинган маълумотлар асосида дивидент тўлови олиши керак бўлган кишилар рўйхатини тузади – бу кун реестрнинг ёпилиш куни деб аталади.

Агар сиз реестрнинг ёпилиш кунида акцияга эга бўлсангиз, сиз ўтган йил учун ушбу компаниядан дивидент оласиз. Одатда акционерларнинг умумий йиғилиши ва ушбу рўйхатни тузиш баҳорда амалга оширилади.

Амалдаги қонунчиликка кўра акциядорлик жамиятлари акциядорларнинг умумий йиғилишини ўтказиладиган кунни олдиндан оммавий матбуотда ва

интернет сайтларида (фонд биржаси ва компаниянинг ўз сайтида) эълон қилишга мажбур. Ўзбекистондаги барча акциядорлик жамиятлари ҳақидаги умумий маълумотларни олиш учун интернетдаги [www.openinfo.uz](http://www.openinfo.uz) сайтига мурожаат қилишингиз мумкин.

*Дивидентлар қийматини қаердан билиш мумкин?*

Анъанага кўра бу маълумотлар акциядорларнинг умумий йиғилишида эълон қилинади.

Дивидентларнинг тахминий қийматини олдиндан билиш учун компаниянинг йиллик соф фойдасини баҳолаш ва уни олдинги йиллар билан таққослаш керак бўлади. Бу фойда қанча юқори бўлса, акциядорнинг олиши мумкин бўлган даромади ҳам ҳам шунча юқори бўлади.

*Дивидентлар қачон ва қандай йўл билан тўланади?*

Бутун дунё амалиётида маблағни инвесторнинг банк ёки брокерлик ҳисобига ўтказиб бериш қўлланилади. Шунингдек эмитент томонидан бу нарса кўзда тутилган бўлса, акциядорнинг номига почта жўнатмаси орқали жўнатилиши ёки эмитентнинг кассасида берилиши мумкин.

Ўтган йилги дивидентларни тўлаш муддати кўпинча бу йилнинг охирига тўғри келади ва албатта акциядорларнинг умумий йиғилишидан кейин бўлади. Тўлов санаси тўғрисидаги аниқ маълумот АЖнинг уставида ёки акциядорларнинг умумий йиғилишида аниқланади. Агар бундай сана аниқланмаган бўлса, тўловни амалга ошириш ҳақида қарор қабул қилинган кундан бошлаб 60 кун ичида тўлов амалга оширилиши керак.

*Дивидентлардан солиқ тўлаш керакми?*

Қонун бўйича дивидентлардан солиқ тўлаш ушбу дивидентларни тўлаётган АЖларнинг зиммасига юклатилган. Шундай экан акциядор солиқ мажбуриятидан ҳоли бўлган суммани олади ва у ушбу даромади бўйича солиқ инспекциясига декларация топшириши шарт эмас.

## Облигацияларга инвестиция қилиш

Облигацияларга инвестиция қилиш бутун дунёда қимматли қоғозлар бозоридаги ишончли инвестиция воситаси ҳисобланади. Агар қатъий даромадли облигация тўғри танланган бўлса, бундай инвестиция натижасида фақатгина пулингизни сақлаб қолмасдан, балки даромад ҳам олишингиз мумкин.

Облигацияларга инвестиция қилиш худди банкка депозит қўйишга ўхшайди. Лекин депозитлардан фарқли равишда облигациялар суғурта қилинмайди ва бунинг натижасида ушбу инвестицияларнинг таваккалчилик даражаси кескин ортади. Лекин унинг банк депозитига нисбатан кўпроқ даромад олиш ҳамда истаган пайтда фоизларни ҳам йўқотмаган ҳолда облигацияни сотиб пулингизни қайтариб олиш имконияти мавжуд. Банк депозитин вақтидан олдин қайтриб олганингиз учун фоизларни тўлашмайди, лекин облигацияларни ҳар бир кун учун ҳисобланган фоизларини олишингиз кафолатланади. Бундан ташқари кўпчилик ҳолларда облигациялар номиналдан паст баҳода сотилади ва қайтиб олишда эмитент унга номинал

қийматда пул тўлайди. Бу ҳолда сотиб олиш баҳоси ва номинал орасидаги фарқ сизнинг даромадингиз бўлади.

Уларни қайтиб олиш муддатига кўра облигациялар қисқа муддатли (5 йилгача), ўрта муддатли (5-12 йилгача), узоқ муддатли (12 йилдан зиёд) турларга ажратилади ва энг узоқ муддат 30 йилгача бўлиши мумкин.

Фонд бозори аналитикларининг фикрига кўра қатъий даромадли облигациялар бозори таваккалчиликдан қочадиган, лекин бунда банк депозитларига нисбатан кўпроқ даромад олишни ва ушбу даромадлар инфляция профицитидан юқори бўлишини истайдиган консерватив инвесторлар бозоридир. Облигациялар бозорида баҳоларнинг ўзгариб туриши акциялар бозоридагига нисбатан жуда камдир. Инвесторлар учун асосийси – бу облигациялар бўйича тўловлардир. Тўғри, айрим ҳолларда облигациялар бозорида ҳам ўзгаришлар бўлади ва облигацияларнинг қиймати ўзгаради ва бу унинг даромадлилигига ҳам таъсир қилади. Ушбу мақсадларни амалга ошириш учун турли эмитент-компаниялар томонидан чиқариладиган корпоратив облигацияларни сотиб олиш керак бўлади.

Тижорат компанияларининг қимматли қоғозлари юқорироқ ишончилиikka эгадир. Чунки эмитент ушбу облигациялар бўйича тўловларни амалга ошириш бўйича ўзининг бутун мулкани гаровга қўяди ва бунда банк депозитига нисбатан юқорироқ даромад олинишини кафолатлайди. Лекин амалдаги облигациялар ичида яхшилари билан бир қаторда ахлатга ташлашдан бошқага ярамайдиганлари ҳам мавжуд. Бундай облигациялар бўйича инвесторлар олдиндан ваъда қилинган даромадни умуман ола олишмайди.

Корпоратив облигацияларнинг даромадлилиги эмитентга боғлиқ равишда 7-19% оралиғида бўлади. Айрим ҳолларда катта компанияларнинг паст фоизли ва ҳеч қим билмайдиган компанияларнинг йирик фоизли облигациялари ҳам учраб туради.

Жуда кўпчилик инвесторлар учун давлат облигациялари фоизлари паст бўлганлиги учун қизиқиш уйғотмайди.

Облигациялар уларнинг эсига фоиз даромади келтиради. Ушбу фоизлар қатъий, ўзгарувчан ва қайтиб олиш вақтида тўланадиган бўлиши мумкин.

Облигацияларнинг баҳоси жуда кўплаган факторларга: фоиз ставкаси, талаб ва таклиф, кредит сифати, қайтиб олиш муддати ва бошқаларга боғлиқ бўлади. Янги чиқарилган облигациялар, одатда, номинал ёки шунга яқин нархда сотилади. Облигация мукофот билан сотиляпти деганда облигациянинг нарзи номиналдан юқоризканлиги, облигация чегирма билан сотиляпти деганда эса нарх номиналдан паст эканлиги кўзда тутилади.

Облигацияларга инвестиция қилишда инвестициянинг даромадлилиги таваккалчилик билан боғлиқ эканлигини эсдан чиқарманг. Облигация қанчалик юқори таваккалчиликка эга бўлса, унинг юқори даромадлилиги туфайли шунчалик кўпроқ пул ишлаб олишингиз мумкин.

## Қимматли қоғозларнинг даромадлилигини аниқлаш

Бошқа истаган бир маҳсулот каби қимматли қоғоз ҳам унинг эгаси учун ўз истеъмол баҳосига эга.

Қимматли қоғознинг истеъмол баҳоси деганда унинг мулкӣ ва номулкӣ ҳуқуқлари жамланмаси тушунилади. Истемол баҳоси қимматли қоғозга уни чиқарган шахс иродаси билан берилган ҳуқуқларда ўз аксини топади.

Одатда, оддий маҳсулотларнинг истеъмол баҳоси уларнинг моддий табиатидан келиб чиқади. Лекин қимматли қоғозларнинг истеъмол баҳоси моддий асосга эга эмас ва ушбу қимматли қоғозларнинг эгалари ва у бўйича жавобгар бўлган шахс муносабатларидан келиб чиқади. Ушбу муносабатлар қонун билан мустаҳкамлаб қўйилган бўлсада, уларни амалга ошириш турли таваккалчиликлар билан боғлиқдир, масалан, тўлиқ бажармаслик, қоидаларни бузиш ва шунга ўхшашлар.

Қимматли қоғознинг сифати деганда унинг истеъмол баҳоси ўлчами тушунилади ва у қуйидагиларга боғлиқ бўлади:

- қимматли қоғознинг ликвидлиги – унинг бозор баҳосига яқин баҳода тезда сотилиш қобилияти,

- қимматли қоғознинг даромадлилиги – унинг даромад олиш ҳуқуқининг ўзида жамлаши,

Қимматли қоғознинг таваккалчилиги – унга берилган ҳуқуқларнинг амалга ошиши билан боғлиқ ноаниқлик ва тушунмоқчиликлар.

Қимматли қоғознинг даромадлилиги маълум вақт давомида абсолют ёки нисбий бўлиши мумкин ва ушбу давр сифатида кўпинча бир йил олинади. Бошқача айтганда бу унинг эгаси томонидан келажакда даромад олиш қобилиятидир.

Абсолют ва нисбий даромадлилик орасидаги фарқ шундаки абсолют даромадлилик пулда, нисбий даромадлилик эса пул бирлиги ва вақт билан ўлчанади.

Қимматли қоғознинг даромади икки қисмга ажратилади:

- ҳисобланадиган даромад – даромаднинг бу қисми ҳақиқий капитал томонидан яратилади,

- дифференциал даромад – фиктив капитал сифатида ишлайдиган капиталдан даромад.

Даромадлиликдан ташқари қимматли қоғознинг сифатини кўрсатадиган яна битта муҳим кўрсаткич – бу қимматли қоғознинг таваккалчилигидир. Даромадлилик таваккалчилиги, ликвидлик таваккалчилиги ва бошқалар мавжуд.

Қимматли қоғозларнинг таваккалчилиги 3 хил шаклда бўлади:

- аниқ қимматли қоғознинг таваккалчилиги,

- умумий қимматли қоғозлар портфелининг таваккалчилиги,

- бозор таваккалчилиги.

Одатда, алоҳида қимматли қоғознинг таваккалчилиги доимий бўлмайди. У бозор конъюнктураси (ҳолати) га қараб ёки у бўйича жавобгар шахснинг ҳолатига қараб ўзгариши мумкин.

Қимматли қоғозларга инвестиция қилиш ниятида бўлган ҳар қандай одамда акцияларнинг даромадлилигини қандай аниқлаш керак деган савол пайдо бўлади.

Одатда, у ёки бу акция ҳозирги вақтда қанча даромад келтираётганлиги ва ушбу кўрсаткич келажакда ҳам сақланиб қолиши мумкинлигини аниқлаш керак бўлади. Инвесторнинг кутилаётган даромади (ёки зарари) акциянинг даромадлилиги қанчалик аниқ белгиланганига боғлиқ бўлади.

Акциянинг даромадлилигини қандай аниқлаш мумкин?

Олдинга сиз қандай турдаги даромад олишни исташингизни аниқлашингиз керак:

1. Дивидентлар
2. Акцияларни сотиб олиш ва сотиш баҳолари орасидаги фарқ.

Одатда, биринчи даромад турида таваккалчилик кичик бўлади, лекин унинг даромадлилиги ҳам кам бўлади. Акциялар ва бошқа қимматли қоғозлар билан бўладиган спекуляциялар ва шу жумладан скальпинг катта таваккалчиликли бўлади, лекин анчагина катта даромад бериши мумкин.

Агар сиз акцияларни олди-сотдиси даромадини аниқламоқчи бўлсангиз, унда акцияларингизни сотиб олиш баҳси билан уларни ҳозир сотишингиз мумкин бўлган баҳо орасидаги фарқни аниқлашингиз керак. ушбу фарқ сизнинг даромадингиз бўлади. Шунингдек сиз акциялар билан операцияни амалга оширганлиги учун брокерингизга тўлашингиз керак бўлган комисион ажратмаларни ҳам ҳисобга олишингиз керак.

Акциянинг даромадлилигини аниқлаш учун қуйидаги формуладан фойдаланинг:

Танланган вақт оралиғидаги фойдани дастлабки инвестиция суммасига бўлинг ва кейин чиққан суммани 100% га кўпайтиринг. Фойда – бу акциянинг сотилиш баҳоси ва олиниш баҳоси орасидаги фарқдир.

Қуйида акциялар бўйича даромадлилик ҳисоблаб кўрсатилган:

Масалан, сиз январь ойида компаниянинг оддий акцияларини ҳар бирини 1100 сўмдан сотиб олдингиз ва июнь ойида уларнинг ҳар бирини 1500 сўмдан сотдингиз.

Ушбу қийматларни формулага кўямиз:

$$\text{Даромадлилик} = (1500 - 1100)/1100 \times 100\% = 36,36\%$$

Бошқача айтганда 6 ой давомида сизнинг акцияларингиз бўйича даромадлилик 36,36% ни ташкил қилган.

## Имтиёзли акциялар бўйича дивидентлар

Имтиёзли акциялар узоқ муттадга инвестиция қилувчи консерватив инвестор учун пулларни инвестиция қилишнинг ажойиб инвестиция воситасидир. Албатта, исталган бир имтиёзли акция кутилаётган даромадларни беравермаслиги мумкин. Шунинг учун имтиёзли акцияларни тўғри таҳлил қила олиш ва танлаш зарур.

Оддий хусусий инвестор, одатда, компаниянинг турли бошқарув қарорларини қабул қилишда иштирок эта олмайди ва директорлар кенгашининг қарорларига таъсир кўрсата олмайди. Хусусий инвесторлар ҳамиша компаниянинг стабил ва узоқ муддатли ривожланиши, унинг оддий ва имтиёзли акцияларининг қийматининг ошиши ҳамда бунинг натижасида доимий равишда дивидентлар шаклида пассив даромад олиб туришдан манфаатдордирлар. Шундай қилиб, компаниянинг имтиёзли акциялари консерватив ва узоқ муддатли хусусий инвестор учун мўлжалланган. АЖ ушбу акциялар бўйича маълум дивидентлар тўлайди.

Динамик ривожланаётган, муваффақиятли ва фойдали компаниянинг имтиёзли акциялари банк депозитлари, облигациялар ва бошқа қатъий фоизли молиявий воситаларга нисбатан катта устунликларга эга. Чунки улар пулларингизни инфляциядан сақлаши билан бир қаторда доимий равишда дивидентлар тўлаб турилади. Агар акциялар тўғри танланган бўлса, акциялар баҳосининг ошиши туфайли сиз яна анчагина фойда ҳам кўришингиз мумкин.

### **Имтиёзли акцияларни қандай танлаш керак?**

Энг аввало компаниянинг устави ва дивидент сиёсати билан танишиш керак. Компаниянинг соф фойдасидан фоиз кўринишида дивидент белгиланган имтиёзли акцияларни танлаш керак. Кўпчилик ҳолларда имтиёзли акциянинг номинал қийматидан минимал фоизлар кўринишидаги дивидентлар қўлланилади. Ушбу қимматли қоғозлар сизга тўғри келмайди. Чунки улар сизни ҳатто инфляциядан ҳам ҳимоя қила олмайди. Уларнинг номинали ва тегишлича дивидентлари ҳам баҳолар ошиши билан индексация қилинмайди. Бу ерда дивидентлари номиналнинг фоизларида берилган лекин амалда каттароқ ҳажмда тўланадиган ва йил сайин ортиб борадиган акцияларни бемалол сотиб олаверишингиз мумкин.

Агар дивидентларга компания соф фойдасининг 15-20 фоизи йўналтириладиган бўлса, бу яхши кўрсаткич ҳисобланади. Шунингдек АЖ ижобий дивидент тўлаш тарихига ва миноритар акциядорлар билан тўғри муносабатларга эга бўлиши керак. Бир марта катта дивидент тўлаш бундай акцияларга инвестиция қилишга асос бўлмаслиги керак. Чунки бу компания ичида қандайдир ички ўйинлар бўлаётганлигини кўрсатади.

Стабил ва муваффақиятли компаниялар дивидентларни мунтазам тўлаб боради ва улар убҳали равишда кўп ва кам ҳам бўлиши керак эмас. Акциядорлик жамиятида ўз акцияларининг қадрини тушириш бўйича махсус ёки тажрибасизлик ва аҳмоқлик туфайли қилиши мумкин бўлган усуллар жуда кўп эканлигини ҳам тушунишингиз керак. Шундай қилиб, фақат дивидентлар тўлаш тарихига ориентация қилишингиз керак. Масалан, компания ривожланаётган, ўсаётган, ўзининг даромадини ва сотувларни



ошираётган, акциядорларга яхши муносабатда бўлаётган бўлса, бунда АЖнинг акцияларини сотиб олиш мумкин ва шарт.

Одатда, компанияда инвестор учун унчалик тушунарли бўлмаган жараёнлар, масалан, қандайдир ўзгаришлар, қайта ташкил қилишлар, қўшилишлар ва бошқалар содир бўлаётган бўлса, тажрибали инвесторлар бундай корхонанинг акцияларини сотишади ва бир четда шароитнинг аниқлашишини кутиб туришади.

Акциядорлик жамиятининг даромад ва харажатлари ҳақидаги кейинги чораклар ва йиллар давомидаги ҳисоботларини кўриб чиққанингиздан кейин сиз компаниянинг соф фойдаси йил сайин ошиб бораётганлигига ва унинг инфляция темпидан юқорилигига ишонч ҳосил қилишингиз керак. Бу эса ташкилот ўсаётганлиги белгисидир.

Шундан кейин дивидент даромадлигини ҳисоблаш ва у сизни қониқтирса, ушбу АЖнинг акцияларини сотиб олиш керак.

## Дивидент даромадлигини ҳисоблаш

Кўпчилик ҳолларда дивидент даромадлигини инвесторлар нотўғри ҳисоблашади. Яъни улар битта акциянинг йиллик дивидентини олишади ва уни акциянинг баҳосига бўлишади.

*Дивидент даромадлигини қандай тўғри ҳисоблаш мумкин?*

Ҳисоблаш формуласи:

Акционерлар реестри ёпилиши олдида

**[дивидент даромадлиги]=[дивидент қиймати]/[(акциянинг бозор баҳоси)-(дивидент қиймати)]x100%**

$$\text{дивидент даромадлиги} = \frac{\text{дивидент қиймати}}{\text{акциянинг бозор баҳоси} - \text{дивидент қиймати}} * 100\%$$

Нимага айнан шундай ҳисоблаш керак? Гап шундаки акциядорлар реестрининг ёпилиши олдида акцияларнинг баҳоси, кўпчилик ҳолларда, дивидент суммасига ошади.

Дивидент йилининг ўртасида дивидент даромадлигини ҳисоблашнинг иложи йўқ. Шунинг учун башорат дивидент даромадлиги ҳисобланади:

$$\begin{aligned} \text{башорат дивидент даромадлиги} = \\ = \frac{\text{башорат дивидент қиймати}}{(\text{акциянинг бозор баҳоси} - \text{башорат дивидент қиймати}) * \frac{\text{ўтган реестр ёпилишидан буён ўтган вақт}}{\text{йил кунлари сони}}} * 100 \end{aligned}$$

**[башорат дивидент даромадлиги] = [башорат дивидент қиймати]/[(акциянинг бозор баҳоси – башорат дивидент қиймати)\*(ўтган реестр ёпилишидан буён ўтган вақт/йил кунлари сони)]**

Юқорида келтирилган ҳисоблашлар ва формулалар фақат йилига бир марта дивидент тўланадиган қимматли қоғозларга тааллуқлидир. Дивидентлар йилига бир неча марта тўланадиган ҳолатлар учун формула анчагина мураккаб бўлади.

Ўз пул маблағларингизни инвестиция қилиш ҳақида қарор қабул қилаётганда, одатда, турли инвестицион воситаларнинг даромадлилиги таққосланади. Кўпчилик ҳолларда ҳатто аналитиклар ҳам имтиёзли акциялардан олинадиган фоиз дивидент даромадлилигини облигаци, вексел, банк депозитлари каби қатъий даромадли қимматли қоғозлар билан таққослаётганда хатога йўл қўйишади.

Имтиёзли акцияларда олинадиган даромад дивидентлар суммаси ва акциянинг бозор нархининг ошиши билан ҳисобланади. Қатъий даромадли молиявий воситаларнинг даромади эса фақат ушбу даромад билангина ҳисобланади.

Шуни ҳам айтиб ўтиш керакки, имтиёзли акцияларнинг баҳоси инфляция ошиб бориши билан ошиб бориши керак. Шунинг учун инвестицияларни таққослаётганда дивидент даромадлилигига яна инфляция башоратини ҳам қўшиш керак бўлади. Албатта, бундай таққослаш шартли бўлади, лекин инфляцияни ҳисобга олмагандагига қараганда объективроқдир.

Имтиёзли акцияларни қачон ва қандай сотиб олган маъқул?

Оддий инвестор кўпинча ўзини ғалати тутади. Бу имтиёзли акцияларга инвестиция қилишга ҳам тааллуқли. Кўпчилик инвесторлар 3-6 ойдан нарига инвестицияларини режалаштиришмайди ҳам. Шунинг учун барча катта дивидент даромадлилигига эга бўлган акциялар йилига бир марта дивидентлар тўланганидан кейин баҳоси тушиб кетади ва кейин бир неча ойгача баҳо пасайишда давом этади. Одатда, бу вақтда бундай акцияларга умуман талаб бўлмайди. Ҳудди шу вақтда ақлли ва узоқ муддатни кўзлайдиган инвесторлар уларни сотиб олишади. Маълум вақтдан кейин ушбу акцияларга бўлган қизиқиш орта бошлайди ва кейинги дивидентлар бериладиган вақтга келиб чўққига чиқади. Шу пайтда сиз ўзингизнинг фойдангизни олишингиз мумкин.

Компаниялар имтиёзли акциялар бўйича тўламасликлари мумкинми?

Ҳа, тўламасликлари мумкин. Лекин стабил, муваффақиятли ва фойда олаётган компаниялар буни жуда камдан-кам ҳолатлардагина, яъни компания ичида ҳақиқатан ҳам мураккаб ҳолат юзага келганда қилишади. Агар сиз компаниянинг акцияларига, унинг раҳбариятига ишонсангиз, улар узоқ йиллар давомида яхши ишлаётганига гувоҳ бўлган бўлсангиз, бир йил дивидент олмаслигингиз муаммо бўлмайди. Кейинги йил компания буни компенсациялашга ҳаракат қилади.

## Хом-ашё товарлари ва товар фьючерслари

Истаган бир магазинга ёки савдо марказига кирсангиз ҳам сизнинг атрофингизни хом-ашё товарлари ўраб туради. Пештахтада сотиладиган истаган бир нарса хом-ашё товари сифатида қаралади. Хом-ашё товарларини биржа фаолиятининг асосий фаолият соҳаси деб қарашимиз мумкин.

Хом-ашё товарларига фьючерс бозори оптимал баҳоларни ўрнатади. Фьючерс бозори бўлмаганда ушбу маҳсулотларнинг ликвидлиги жуда кам бўлар эди ва бунинг натижасида хом-ашё ва маҳсулотларнинг баҳолари ҳозиргидан анчагина юқори бўлар эди. Бу эса ўз навбатида тайёр маҳсулотларнинг баҳосида ўз аксини топади.

Муҳим хом-ашё маҳсулотлари – бу нефть, газ, буғдой (бошқа дон маҳсулотлари), пахта, соя, алюминий, мис, кумуш, олтин, йирик шохли қорамол, чўчка, шакар, кофе, гуруч, жун, каучук, ёғоч ва бошқалардир.

Агар сиз фонд бозорида ёки валюта бозорида савдо қилмоқчи бўлсангиз ҳам компаниялар хом-ашё маҳсулотларидан ўз маҳсулотларини ишлаб чиқаришда фойдаланиши ва бу ўз навбатида уларнинг акциялари ва облигацияларининг баҳосига таъсир кўрсатиши ҳисобга олмасангиз, муваффақиятли инвестиция қила олмайсиз. Амалда ўз акцияларини чиқараётган истаган бир компания хом-ашё товарларининг баҳосига боғлиқдир. Транспорт компаниялари нефтнинг баҳосига боғланган бўлишса, озиқ-овқат ишлаб чиқарувчилар буғдой, шакар, гўшт, соянинг баҳосига боғлиқдирлар. Синтетик маҳсулотлар ишлаб чиқарувчилар бўлса каучук, газ ва нефтдан олинган хом-ашёларсиз ўзларининг замонавий юқори технологияли материалларини ишлаб чиқара олишмаган бўларди.

Одатда, юқори даражали инвесторнинг портфелида албатта хом-ашё маҳсулотларининг қимматли қоғозлари албатта бўлади. Хом-ашё маҳсулотлари билан биржа орқали савдо қилиш жуда қийин иш, хосилдорликни башорат қилиш, табиий хом-ашёларни қазиб олиш, истеъмол қилиш даражасини башорат қилиш ва бошқаларни билиш керак бўлади деб ҳисоблашади. Лекин маблағингизни хом-ашё маҳсулотлари ёки улар асосида яратилган деривативларга киритишингиз, маблағларингизнинг инфляциядан сақланиши ва стабил даромад олишингизга сабаб бўлиши мумкин. Шунинг учун инвесторлар портфелини диверсификациялашда маблағларнинг бир қисмини шундай маҳсулотларга тикишади.

Компания акцияларининг баҳосининг қандай ўзгаришини ушбу компания фаолиятининг асоси бўлган хом-ашё ҳақида тасаввурга эга бўлмасдан туриб, башорат қилиб бўлмайди.

Албатта, шундай компаниялар мавжудки, уларнинг фаолияти тўғридан-тўғри хом-ашёлар билан боғланмаган. Бундай компанияларга мисол қилиб интернет-савдолар, ахборот технологиялари билан шуғулланувчи компанияларни мисол қилиб келтириш мумкин. Ҳар қандай ҳолатда ҳам охириги маҳсулот хом-ашё маҳсулотларига тўғридан-тўғри боғлиқ бўлган истеъмолчига йўналтирилади. Масалан, озиқ-овқат маҳсулотлари ва истеъмол товарларининг баҳосининг ошиши шахсий фойдаланиш учун мўлжалланган технологик қурилмаларнинг сотилишининг камайишига олиб келади.

## Қимматбаҳо металлларга инвестиция қилиш

Қимматбаҳо металллар ва заргарлик буюмлари одатда катта талабга эга бўлишади. Кўчмас мулк, маҳаллий валюта ва шунга ўхшашлардан фарқли равишда қимматбаҳо металллар курсига геополитик ҳолатлар умуман таъсир қилмайди. Агар сиз истаган бир бошқа турдаги инвестиция воситаларига нисбатан консерватив муносабатда бўлсангиз, маблағингизни айнан қимматбаҳо металлларга киритишингиз мумкин.

Қимматбаҳо металлларга инвестиция қилишнинг бир нечта усулларини кўриб чиқамиз.

Биринчи ва энг содда усул – бу инвестицион тангаларни сотиб олишдир. Одатда, банклар бирор санага ёки мавзуга бағишланган олтин ва кумуш тангаларни чиқаришади. Тангаларни сотиб олиш жуда осон ва бунинг учун бирор билимларга эга бўлишингиз вҳамда хужжатлар тўғрилашингиз ҳам шарт эмас. Ушбу инвестиция узоқ муддатли ҳисобланади.

Иккинчи усул – заргарлик буюмларини сотиб олиш. Заргарлик буюмлари ликвидлиги кам воситаларга киради. Шунинг учун уларни тезда сотишга уринсангиз, қимматбаҳо тақинчоқларни сотиб олган баҳоингиздан ҳам паст баҳога сотишингизга тўғри келади. Шунинг учун буни фойдали инвестиция деб айтиш қийинроқ бўлади.

Учинчи усул – қуймаларни сотиб олиш. Қимматли металлларга қилинадиган инвестициялар ичида энг ишончли усул – бу олтин ва кумуш қуймаларни сотиб олишдир. Ҳозирги кунда бир граммдан то 1000 граммгача бўлган қуймаларни сотиб олиш мумкин. Бу усулнинг асосий устунлиги – баҳоларнинг ўзгаришидан ҳимоя қиладиган “тоза” олтиннинг сотиб олинишидидир (999 пробали). Минуслари эса ушбу металлни сотиб олиш учун сиз қуйма тайёрлаш харажатлари, банк хизматлари ва энг катта минус, - бу ҚҚС (қўшимча қиймат солиғи) 18% дир. Бу қисқа муддатли инвестицияларни фойдасиз қилиб қўяди (бу фойда га чиқиш учун қуйманинг баҳоси 18% га ортиши керак деганидир). Лекин узоқ муддатли истиқболда қуйма олтинларни сотиб олиш муваффақиятли инвестициядир. Ҳозирги пайтда олтин билан бўладиган операцияларда ҚҚСдан озид қилиш бўйича қонун қабул қилиш масалалари кўрилмоқда.

Тўртинчи усул – энг замонавий усул бўлиб, шахсизлантирилган металл ҳисоб.

Уни истаган бир йирик банкда очиш мумкиню бу ҳолатда ҚҚС ва қуйма ишлабчиқариш харажатларин итўлаш талаб қилинмайди. Ҳисоб бир грамм қуйман исотиб олишдан бошлаб очилади. Умуман олганда сиз неча граам металл сотиб олганлигингиз тўғрисидаги қоғозни соти олиш учун пул тўлайсиз. Лекин бу ҳолатда банкнинг банкрот бўлиши ва сизнинг ушбу ҳисобларингиз бўйича тўлай олмай қолиши тавакалчилиги мавжуд. Лекин сиз олтин қуймаларни йирик ва ишончли банкларда сотиб олган бўлсангиз, хавотирланишингизга асос бўлмайди.

## Олтинга инвестиция қилиш

Олтинга инвестиция қилиш тўғридан-тўғри бўлиши, яъни жисмоний олтинни қуймалар, инвестицион тангалар тарзида сотиб олиш ёки билвосита металл ҳисоб очиш ёки деривативлар (олтин фьючерслар) ёки олтин казиб чиқарувчи компаниялар акцияларини сотиб олишингиз мумкин.

Қуймаларни сотиб олиш олтинг аинвестиция қилишнинг энг анъанавий усулидир. Кўпчилик чет эл мамлакатларида, масалан, Австрия, Аргентина, швейцария, Лихтенштейн, АҚШ ва бошқаларда исталган бир йирик банкда олитн қуймаларини муаммосиз сотиб олишингиз мумкин. Ҳатто Россиянинг йирик банклари ҳам олтин қуймаларини сотишади.

Қимматбаҳо металл қуймаларининг оғирлиги турлича бўлади. Масалан, Европада олтин қуймаси 1 кг ёки 12,5 кг бўлиши ҳам мумкин (1 кг 32,15075 троя унциясига тенг). Бошқа ўлчоқ оғирликлари, масалан, тола, лян, 10 грамм, 10 унция, бир унция каби оғирликлар ҳам мавжуд.

Олтин қуймаларини банк томонидан тақдим этилган ячейка ёки банк сейфида ёки ўз уйингиздаги сейда сақлашингиз мумкин. Тоза олтиндан бўлган қуймаларни сақлаш, транспортировка қилиш билан бўладиган кўпчилик муаммолар ва қийинчиликлар туфайли кейинги пайтларда шахссизлантирилган металл ҳисобга (ШМХ) пул қўйиш оммалашмоқда.

Шахссизлантирилган металл ҳисобнинг асосий устунлиги бундай ҳисоб очганингизда қимматли металлларни қуйма шаклида сотиб олишда тўлаш керак бўладиган 18% лик ҚҚСни тўлашингиз керак эмаслигидир. Унинг камчилиги эса ШМХ суғурталанмайди ва шунинг учун бундай ҳисоб очтиришга энг ишончли банкларни танлаш керак бўлади.

Инвестицион олтин тангалар – пул қўйиш учун жуда кенг тарқалган воситадир. Одатда олтин тангаларнинг баҳоси унги аишлатилган тоза олтиннинг баҳоси билан тенг бўлади.

Чет эл олтин тангалари ичида Канада клен япроғи, америка олтин бургути, жанубий африка олтин буйволи ва австралия олтин қуймаси машҳурдир.

Ушбу тангаларнинг ҳар бири аниқ 1 троя унцияси миқдордаги олтинга эгадир. Бошқа машғур тангалар – бу 1 унциялик австрия филармонияси ва хитой пандасидир. Шунингдек савдода Британия олтин соверени ва Швейцария франкини ҳам топиш мумкин, лекин уларнинг оғирлиги 1 унциядан кам бўлади. Санаб ўтилган барча тангаларни Лихтенштейн ва Швейцариянинг йирик банкларидан сотиб олиш мумкин.

## Кумушга инвестиция қилиш

Замонавий дунёда ҳеч ким сизга жамғармангизнинг сақланишига кафолат бермайди. Миллий валюталар инфляция туфайли қадрсизланяпти,

банклардаги фоиз ставкалари сизни гиперинфляциядан ҳисоя қила олмайди, фонд индекслари даврий равишда тушиб кетмоқда. Фақат қимматли металллар бозори ҳар йили стабил равишда ўсишда давом этмоқда.

АҚШ федерал резерв тизимининг ҳар йили миллиардлаган ҳеч нима билан таъминланмаган долларларни чоп этиш сиёсати олтин ва кумушни доимий равишда қимматлашига олиб келмоқда. Айнан мана шундан фойдаланган ҳолда қимматли металлларга инвестиция қилиш ўз мақсадларингизни амалга оширишнинг энг яхши йўлларида биридир.

Нимани танлаш керак: олтиними ёки кумушними? деган саволга статистика жавоб беради. Дунё пайдо бўлганидан бери қазиб олинган олтиннинг 95% ҳалигача сақланиб келмоқда. Шу пайтгача қазиб олинган кумушнинг эса бор-йўғи 5% сақланиб қолинган. Шунча кумуш қаерга кетган? Гап шундаки кумуш ишлаб чиқаришда турли хил усуллар билан ишлатилади. Масалан, аккумуляторлар, катализаторлар, электроника, медицина препаратлари, кўзгулар, фотографияларни ишлашда ва бошқаларда. Кумуш фақат ундан тақинчоқлар ясалгандагина сақланиб қолинади. Бошқа ҳолларда бу металл бутунлай йўқ бўлади.

Унда нимага у шунча арзон туради? Бунинг сабаблари кўп. Уларнинг асосийларидан бири шундаки, одамлар кумуш арзон бўлиши керак деб ҳисоблашларидир. Яна бир сабаб кумуш сертификатларнинг сотилишидир ва улар фақат кумушнинг мавжудлигини кўрсатувчи қоғоздан иборатдир. Агар ушбу сертификатлар эгаларининг барчаси бирданига ўзларининг кумушларини моддий ҳолатда беришларини сўраб, мурожаат қилишса, унда ҳеч ким бунча металлни топиб бера олмас эди. шунда бозорда пайдо бўлган ваҳима ушбу металлнинг баҳоси шу пайтгача ҳеч ким кўрмаган юқори қийматга олиб чиқиб қўяди. Хўш, унда ушбу металлга қандай инвестиция қилиш керак? Буни амалга оширишнинг бир неча усуллари мавжуд.

Биринчи усул банкда кумуш ҳисоб очтиришдир. Лекин бу усул анча таваккалчилик усулдир, чунки банк банкрот бўлса сизга ҳеч ким пулларингизни қайтариб бермайди. Чунки ушбу ҳисоблар суғурталанмайди.

Иккинчи усул – кумуш тангаларни сотиб олишдир. Лекин бу усул ҳам унчалик яхши деб айтиб бўлмайди, чунки тангаларнинг ҳақиқий баҳосини аниқ баҳолаб бера олувчи экспертлар жуда камдир. Олиш ва сотиш орасидаги фарқ ҳам реал танганинг баҳосининг 15 дан 100 фоизигача фарқ қилиши мумкин. Яна битта жуда катта минус – бу бозордаги қалбакилаштиришларнинг 99%и коллекцион кумуш тангаларни қалбакилаштиришга тўғри келади.

Кумушга пул тикишнинг энг яхши йўли банк кумуш қуймаларини сотиб олишдир. Уларнинг баҳолари энг объектив бўлади ва кейинчалик уларни ҳеч қандай муаммосиз сотиб юбориш мумкин.

Бизнинг динамик рвиожланаётган дунёимизда фақат ишончли капитал киритишларингиз сизга ҳимояланганлик ҳиссини бериши мумкин.

## Платинага инвестициялар

Платина қимматбаҳо ва обрўли металл ҳисобланади. Шу билан биргаликда у инвестициялаш учун истиқболли металлдир.

Ушбу металлга инвестиция қилишингиз сизнинг инвестицион портфелингизни мустаҳкамлаши мумкин. Чунки унга бўлган талаб олтин билан қарама-қарши фазададир. Шу билан биргаликда платина бу баҳоси ҳеч кимнинг ваъдаларига боғлиқ бўлмаган моддий активдир.

Платинага бир неча усуллар билан инвестиция қилиш мумкин:

- металл ҳисоб очтириш;
- хотира ёки банк тангаларини сотиб олиш;
- қуйма платина сотиб олиш.

Металл ҳисобларнинг жиддий камчилиги – бу уларнинг суғурталанмаслигидир. Шунинг учун банкни танлашда жуда эътиборли бўлиш керак, чунки инвестиция қилинган маблағнинг ҳаммасини йўқотиш хавфи мавжуд.

Қонунчиликка кўра платина тангаларни сотиб олишда 18% ҚҚС тўлаш керак бўлади. Яна шуниси борки, платина тангалар жуда ноёбдир ва уларни сотувда топа олишингизнинг ўзи мушкул иш.

Қуйма ёмбиларни банкда сотиб олиш мумкин ва бунда ёмбилан сертикатланган сақлаш жойидан олиб кетилмаса, яъни банкка сақлашга берилса, ҚҚС тўлаш шарт бўлмайди.

Инвестиция қилишдан олдин бозорнинг ўсишининг динамикаси билан танишиш ва бозорни жиддий тадқиқ қилиш керак бўлади. Платина техник металл ҳисобланади ва унинг баҳосига ишлаб чиқариш корхоналарининг талаби жуда катта таъсир кўрсатади. Бундан ташқари ушбу металлнинг сотиб олиш ва сотиш баҳолари орасидаги фарққа ҳам эътибор қаратиш керак. Экспертлар инвестицион портфелда платинанинг улуши 10-15 фоиз бўлишини оптимал ҳолат деб ҳисоблашади.

## Заргарлик буюмларида пул жамғариш

Агар сизнинг қадимий ва маданий аҳамиятга эга бўлган заргарлик буюми, қимматбаҳо тақинчоғингиз бўлса, уни сотмаслигингиз керак. Чунки бундай буюмлар вақти келиб ўзининг дастлабки баҳосидан кўплаган марта қимматга сотилиши мумкин. Бундай буюмнинг ёши қанчалик катта бўлса, вақт ўтиши билан унинг баҳоси шунча оша боради. Йил-йилдан унинг баҳоси фақат ошиб боради. Бу эса пулни қадимий тақинчоқларга сарфлаш нафақат сизнинг пулингизнинг сақланишини кафолатлайди, балки келажакда катта даромад олишингиз имкониятини ҳам яратади.

Кўпчилик кам ривожланган мамлакатлар аҳолиси маблағларини инфляциядан ҳимояловчи инвестиция сифатида заргарлик буюмларини сотиб олишга мажбурдирлар. Ривожланган мамлакатларда бундай инвестициялар

ўзига тортувчи ҳисобланмайди, чунки у ерда кўпроқ фойдали молиявий воситалар: олтин қуймалар ва банк металл ҳисоблари мавжуд.

Қайси усулни афзал кўришингиздан қатъий назар қадимий заргарлик буюмларини сотиб олишга инвесторлар фақат молиявий инқироз даврида, яъни одатдаги инвестиция воситалари кутилган фойда бермайдиган ва зарар келтирадиган даврдагина пул сарфлайдилар. Олтин, кумуш ва бошқа қимматли металллар фақат ностабиллик ва молиявий инқироз ватқидагина юқори темплар билан ошганлиги сабабли заргарлик буюмларига фақат ностабил вақтлардагина инвестиция қилиш керак бўлади. Бундан ташқари заргарлик буюмлари ноликвид, яъни тезда сотилиши қийин бўлган маҳсулот ҳисобланади. Уни тез сотиб, пулга айлантириш жуда қийин. Агар тез сотишга тўғри келиб қолса, сиз анчагина фойдадан ажралишингиз ва уларни бозор баҳосидан паст баҳода сотишга мажбур бўлишингиз мумкин.

## Нефть фьючерсларига қандай инвестиция қилиш мумкин?

Нефть фьючерсларида пул ишлаб олиш учун ушбу қимматли қоғозларнинг баҳосиг акагта таъсир кўрсатадиган бир қанча факторларни ҳисобга олиш керак бўлади. Нефть фьючерсларини сотиб олиш ёки сотишда фундаментал ва техник анализга аҳамият бериш ҳам жуда муҳимдир.

Дунё иқтисодиёти ва айрим ривожланган давлатлар иқтисодиётининг ўсиши билан нефть фьючерсларига бўлган баҳонинг ҳам ўсиши кузатилиши аниқланган. Шунинг учун дунё бозорида асосий нефть истеъмолчилари бўлган давлатларнинг иқтисодиёти ривожланаётганлиги ҳақидаги башоратлар қилинганда, нефть фьючерсларига бўлган баҳоларнинг узок муддатли ўсишини ҳам башорат қилиш мумкин.

Шунингдек дунё иқтисодиётида ва айрим мамлакатлар иқтисодиётида инқироз вазиятларининг вужудга келиши эҳтимоли ҳам жуда муҳимдир. Агар бундай ҳодисаларнинг юз бериш эҳтимоли кучайса, бу нефть фьючерсларининг баҳосининг тушиб кетишига олиб келиши мумкин.

Бу факт инқироз вақтида истемол қилиш кескин камайиши ва бунинг истеъмол қилинадиган нефть маҳсулотларининг камайишида ўз аксини топиши нефть баҳосининг пасайишига олиб келади. Шунинг учун нефть фьючерсларига фойдали инвестиция қилиш учун молиявий инқирозлар ва бошқа иқтисодий муаммоларнинг пайдо бўлиш таваккалчиликларининг ошиши ва камайишини кузатиб бориш керак.

Техник анализга келадиган бўлсак, агар асосий индикаторлар ёки осцилляторлар кучли кўп сотиб олинганликни кўрсатадиган бўлса, бу ҳам баҳонинг пасайишига сабаб бўлиши мумкин. Бундай кўп сотиб олинганлик фьючерсларни бундай баҳодан сотиб олувчилар сонининг камайишини кўрсатади ва бу қимматли қоғозлар котировкаларининг пастлашига сабаб бўлади.



Техник ва фундаментал анализнинг асосий факторларини ҳисобга олганда қимматли қоғозларнинг баҳоларининг келажакда ўзгариши бўйича аниқ башоратни олиш мумкин. Бу эса дунёнинг кўпгина биржаларида сотиладиган нефть фьючерсларида яхшигина даромад олиш учун савдо қарорларини қабул қилишда сизга ёрдам бериши мумкин.

## FOREX га кириш

Forex валюта бозори билан танишиш

Forex валюта алмашлаш бозорида инвесторлар дунё валюталари қурларининг ўзгаришидан даромад олишлари мумкин. Forex бозори қатнашчилари валюта жуфтани танлашади ва кейин битта валютанинг иккинчисига нисбатан бозор активлигини таққослаган ҳолда даромад ва зарарларни баҳолашади. Масалан, АҚШ доллари курсининг ўзгаришларини дунёнинг бошқа валюталари: англия фунти, евро, япон иенаси бошқаларга нисбатан аниқланади. Forex бозорида даромадли савдо қилишнинг асосини дунё валюталари баҳоларининг қайси томонга ҳаракат қилишини аниқлашга асосланган ва бу валюта бозорида ишлашни янада қизиқарлироқ қилади. Валюта бозори дунёдаги энг “йўналган” бозордир. Шунинг учун ҳам Forex бозори қатнашчилари бошқа бозор қатнашчиларига нисбатан кўпроқ даромад олиш имкониятига эгалар.

Forex бозорида савдо қилишни “топқир инвестор учун замонавий қизиқарли инвестиция имконияти” деб аташади. Гап шундаки Forex бозори фақат 1978 йилда, яъни дунё валюталарининг олтинга боғлиқлиги узилганидан кейин 7 йил ўтибгина шакллана бошлади. Бу пайтда дунё валюталарининг курси “сузувчи” яъни талаб ва таклифдан келиб чиқиб, ўзгарувчи бўла бошлаган эди. 1995 йилгача Forex бозори фақат банклар ва йирик трансмиллий корпорацияларгагина очиқ эди. Бугунги кунда интернет-технологияларнинг ривожланиши ва компьютерларнинг кенг тарқалиши туфайли ушбу бозорга истаган одам кириб, савдо қилиш имконияти пайдо бўлди. Forex бозорининг ўсиш темпи ва ривожланиши шу даражада тез бўлдики, ушбу кўрсаткич бўйича бирорта ҳам бозор Forex билан беллаша олмайди.

Сотувчи ва харидор маълум жойда бўлиши керак бўлган анъанавий савдодан фарқли равишда Forex бозори учун маълум жойнинг умуман кераги йўқ. Forex – бу бутун дунёдаги трейдерлар юқори тезликли интернет орқали банклараро валюта битимлари бозорида ҳисоб палатаси (Forex брокерлик идоралари) орқали савдо қиладиган энг тез ривожланувчи ва энг даромадли тижорат бозоридир.

Қисқача айтганда Forex бозорининг энг даромадлилигига сабаб унинг дунёдаги ҳозирги пайтда мавжуд энг катта бозор эканлигидир. Умуман олганда чет эл валютасининг бир кунлик айланмаси ҳали 1998 йилда 1,2 триллион долларни ташкил этар эди. Бугунги кунда бу қиймат 4 триллиондан ошган. Бошқача айтганда Forexдаги бир кунлик активлик фонд бозори

активлигидан анчагина юқоридир. Таққослаш учун мисол тариқасида Нью-Йорк фонд биржасининг бир кунлик айланмаси 16 млрд., Лондон фонд биржасининг айланмаси эса 11 млрд. доллар эканлигини айтишнинг ўзи кифоя қилади.

Бундан ташқари Forex дунёдаги энг йирик ва даромадли бозор бўлишидан ташқари салбий иқтисодий кўрсаткичларга қарамасдан у энг кучли ва стабил бозор ҳамдир. Бу валюта бозоридаги ҳаракатлар валютанинг макроиқтисодий табиати туфайли бошқа бозорлардаги ҳаракатларга нисбатан аниқроқ эканлигидандир. Валюта бозоридаги ўзгаришларни олдиндан айтиб беришнинг анчагина усуллари ишлаб чиқилган ва улар сизнинг даромад олишингизга ёрдам беришади.

Шунингдек олдиндан айтиб бериш мумкинлигининг асоси сифатида қуйидаги статистикани келтириш мумкин. Forex бозоридаги бир кунда айланадиган 4 триллион сумманинг 83% спот ва 95% своп валюта битимлари доллар ҳиссасига тўғри келади. Иккинчи ўринда евро (37%), учинчи ва тўртинчи ўринда – япон иенаси (24%) ва англия фунти (10%) туради. Швейцария франки ҳиссасига 7%, канада ва австралия доллари ҳиссасига эса 3% ҳажм тўғри келади.

Forex спот – бу валюта битимларининг тури бўлиб, мустақил трейдерлар кўпинча уни афзал билишади. Спот – бу чет эл валютасини олди сотдиси битими тузилган пайтдан бошлаб икки иш кунида ёпиладиган (ликвидация қилинадиган) битимдир. Шунинг учун ҳам спот битимлари Forex бозоридаги трейдерларга юқори ликвидликни таъминлайди. Тадбиркор мустақил трейдерлар учун яна битта имконияти валюта курсларининг доимий ўзгариб туришида даромад олишдир. Яъни улар бирор валютани арзон пайтида сотиб олишади ва қимматлаганидан кейин сотиб юборишади. Шунингдек улар доимий равишда қиммат валюталарни арзонлари билан таққослаб боришади. Ушбу даромадли имконият кредит елкаси қўлланилганда янада ошади.

Кредит елкаси тушунчаси кам сумма киритиш билан каттароқ ишларни амалга оширишга имкон берувчи воситани англатади. Масалан, Forexда кредит елкаси 100 бўлганида трейдернинг ўзи 1000 доллар маржинал депозитга эга бўлган ҳолда 100 000 долларлик позицияни оча олади. Forex да бир кунлик савдоларнинг асосий қисмини спот битимлари ташкил қилади. Чунки бир кун давомида амалга ошириладиган битимлар учун таваккалчиликларни бошқариш ва анчагина юқори ликвидликка эга бўлган даромад олиш имконияти бор.

“Валют айрибошлашдан бошқа шундай кучли ҳаяжон ва шундай катта даромад келтириши мумкин бўлган молия индустрияси соҳасини кўрсатиш қийин. Бутун дунё бўйлаб трейдерлар бир неча ҳафта, кун, соат ва ҳатто секундлик позицияларни очишади. Бозор портлаш эффекти билан ўзгариши ва ҳудди шунингдек деярли ўзгармаслиги мумкин. Пуллар қўлдан-қўлда фантастик ҳажмларда оқиб ўтишади ва бу кунига 4 триллиондан кўпроқни ташкил қилади. Валюта алмашинувчи операцияларининг даромадлилиги ҳақида афсоналар юради. Масалан, Джордж Сороснинг Quantum фонди 1992

йил сентябрида бир неча ҳафта ичида 1 миллиарддан зиёд даромад берган. 1993 йилд адвомида Solomon Brothers Inc.дан Ганс У. Хуфшмид 28 миллиард доллар тоза фойда олган. Бу рақамлар ҳатто Уолл-Стрит стандартлари бўйича ҳам катта рақамлар ҳисобланади.”

Forex бозорида савдонинг юқори ҳажми ва унинг дунёдаги фундаментал ролига қарамасдан у ҳақда оммавий матбуотда кўп ёзилмайди. Чунки бу турдаги савдолар фонд биржаси залидаги каби яққол кўзга ташланмайди. Шунга қарамасдан дунё валюта бозорида савдо қилиш кўпчилик интернет-трейдерларни ўзига жалб қилмоқда. Чунки уларни кафолатланган даромад ва таваккалчиликларни бошқариш ўзига тортади. Бунга яна географик ва вақт чегараларининг йўқлигини ҳам қўшсангиз, Forex бозорининг активлигининг сабабларини яққол кўз олдингизга келтира оласиз.

## Биринчи қадамлар

Сизнинг Форексдаги стартингиз – келгуси молиявий ғалабаларингиз асосидир.

Муваффақиятли трейдерга айланиш йўлидаги сизнинг **биринчи қадамингиз** Forex бозри структураси, унинг асосий устунликлари ва камчиликлари, яширин хавфлар, таҳлил қилиш методлари ва бозорни прогнозлаш усуллари, бозорда ишлаш принциплари ва ўзингизнинг савдо стратегиянгни ишлаб чиқишингиздан иборат бўлиши мумкин.



**Иккинчи қадамда** эса сиз олган билимларингизни амалиётга қўллаш – савдо платформаси, ордерлар қўйиш ва уларни олиш, позицияларни очиш/ёпиш, ордерларни модификациялаш, трендларни кўриш ва уларни чизиш, қаршилиқ ва қўллаб-қувватлаш даражаларини кўра олиш кўникмаси, Фибо даражаларидан фойдалана олиш ва энг асосийси ўз

савдо стратегиянгни ишлаб чиқиш ва уни коррекциялашни амалий жиҳатдан қўллашни ўрганишингиздир.

Иккинчи босқичда ўқув виртуал стенда амалиёт шартдир. Ўқув ҳисоби сизни ҳеч қандай молиявий чиқим қилмасдан ўз кўникмаларингизни ривожлантиришингизга имкон беради. Чунки ўқув ҳисобини юритиш ва уни ишлатиш учун ҳеч қандай тўловнинг кераги йўқ. Бу ҳақда истаган Forex брокерининг сайтида “Демо счет” бўлимида тўлиқ маълумот олишингиз мумкин.

**Учинчи қадамда** ўқув ҳисобида ажойиб натижаларни иолгандан кейин кўпчилик ўзига ҳаддан ташқари ишониб юборишади ва ҳақиқий ҳисобни иочишади ва муваффақиятсизликка учрашади. Шунинг учун сизнинг олдингизда турган биринчи даражали вазифа – бу ҳақиқий ижобий натижаларни олишдир. Бу ерда ҳал қилувчи аҳамиятга билим олиш, ўзингизнинг савдо тизимингиз бўйича тўғри ишлай олишингиз, қоидаларга

аниқ амал қилиш, мантиққа асосланиш, психологик турғунлик, очкўзлик қилмаслик ва капитални бошқариш тизимига амал қилиш эга бўлади.

Янги трейдерларга ушбу муаммони ҳал қилишга ёрдам бериш учун барча брокерлар одатдаги долларда ишлайдиган ҳисоблардан ташқари цент ҳисобларини ҳам таклиф қилишади.

Цент ҳисоб рақами трейдерга Forex бозорида ҳақиқий савдони амалга оширишга, фақат бунда ҳаққий долларлар ўрнига центларда савдо қилишга имконият яратиб беради. Шунинг учун ҳам ушбу ҳисобда даромадлар ва зарарлар минимал даражада бўлади. Дастлабки кичкина депозит, уни йўқотиш сиз учун унчалик оғир бўлмаганлиги сабабли, ўқув ҳисобидан ҳақиқий ҳисобга ўтишингиз босқичини енгиллаштиради.

Цент ҳисобида барча операциялар центда амалга оширилгани сабабли трейдер худди ҳақиқий ҳисобдаги каби кўп ноллар билан ишлашига тўғри келади. Бу эса сизга ҳақиқий ҳисобдаги катта суммалар билан ишлашингизда психологик босимни енгиб ўтишингизга имкон беради.

Доллардаги ҳисоблар профессионал категориядаги, ўзига ишонган ва катта суммалар билан ишлайдиган трейдерлар учун мўлжалланган. Операциялар долларда амалга оширилади ва максимал депозит миқдори чегараланмагандир.

**Энди эса молиявий мустақиллик дунёсига хуш келибсиз!**

## Форекс курси

Форекс курси трейдерларнинг муваффақиятли ишлаши учун керакли барча ахборотларни ўз ичига олган.



Молиявий бозорлар – иқтисодий тизим бўлиб, унинг доирасида бозор қатнашчилари ўзига хос маҳсулотлар – молиявий воситалар билан савдо қилишади. Тизим қуйидаги қатнашчилардан ташкил топади: банклар (улар маркет-мейкерлар ролида иштирок қилиши ҳам мумкин), биржалар, брокерлик компаниялари, молиявий институтлар (масалан, фондлар) ва индивидуал трейдерлар. Молия бозорлари иштирокчилари савдо қиладиган маҳсулотлар молиявий воситалар ёки активлар деб аталади. Умуман олганда молиявий воситалар – бу икки томоннинг ўзаро талаблари мавжудлигини кўрсатувчи маълум мажбуриятлар (контрактлар) дир. Бир томон етказиб беришни (ҳозироқ ёки келажакда, шартсиз ёки маълум шартлар асосида), иккинчи томон эса маълум йўллар билан ҳисоб-китоб қилишни (пул ёки қимматли қоғозлар билан) ўз зиммасига олади.

Молиявий бозорнинг ўзига хослиги шундаки бу ерда одатдаги маҳсулотлар ва хом ашёлар ҳам сотилишига қарамасдан пуллар ёки қимматли қоғозларнинг ўзи маҳсулот сифатида қаралади. Бу белги бўйича молиявий бозорларни товар хом-ашё, фонд ва валюта бозорлариг аажратиш мумкин.



1-расм. Молиявий бозорларнинг турлари

Қуйида биз асосий эътиборимизни валютага ва брокерлик компаниялари ҳамда трейдерларга қаратамиз. Молия бозорларининг бошқа иштирокчилари ҳақида тўхталиб ўтирмаймиз.

Молиявий бозорларнинг яна битта ўзига хослиги унда битимлар ҳажмларининг (контрактлар ўлчамлари) лотлар кўринишида стандартлаштирилганлигидир. Forex валюта бозорида стандарт контракт (бир лот) сотиб олинаётган валютанинг 1 000 000 (бир миллион) бирлигини ташкил қилади. Forex да ҳақиқатда бундай ҳажмлар билан камдан-кам ҳоллардагина савдо қилишади. Битим ҳажми 10 (10 000 000 ўн миллион) лот бўладиган ҳолатлар кўпроқ учрайди.

Индивидуал инвесторлар бу даражадаги катта лотлар билан ишлай олишлари жуда қийин иш. Forex бозорида брокерлик хизматларини кўрсатувчи компаниялар (брокерлар) мустақил трейдерларга Forex валюта бозорида операцияларни амалга оширишлари учун кредит елкаси тақдим этишади. Бу қуйидагича амалга оширилади: трейдер компанияда депозит очади (уни айрим ҳолларда суғурта депозити ҳам дейишади) ва ушбу депозит кейин гаров (маржа) сифатида ишлатила бошлайди ва мижознинг брокерлик компанияси олдидаги тўловга қодирлигининг кафолати ҳисобланади.

Битим очилиши пайтида мижознинг (трейдернинг) депозитидаги маблағнинг битимнинг кафолати бўлган бир қисми (маржа) музлатилади. Брокерлик компанияси ўз томонидан суммани кредит елкаси қандай эканлигига қараб, 50, 100, 200 ёки 500 марта ошириш учун ўз маблағларини қўшади. Умуман олганда бу мижозга брокерлик компанияси томонидан битим амалда бўлган вақт давомида бериладиган мақсадли кредитдир. Айрим компаниялар ушбу кредитни маълум фоиз ёки комиссия эвазига беришади, лекин айрим брокерлар бу елкани бепул беришади. Бу ҳолатда кредит елкаси 1:50, 1:100, 1:200 ёки 1:500 деб белгиланади. Кредит елкасидан (молиявий ричагдан) фойдаланиш мустақил трейдерга Forex бозорига ўзининг кичик депозити билан ҳам чиқа олиш имкониятини беради. Шундай қилиб трейдернинг ўзининг депозити 10 000 долларни ташкил этса, 1:100 кредит елкасидан

фойдаланганда у 1 000 000 (бир миллион) долларгача бўлган битимларни амалга ошириши мумкин.



2-расм. Кредит елкасининг иши

Кредит елкасидан ташқари брокерлик компаниялари цент ҳисоб рақамларида ва касрли лотлар билан ишлашг аҳам рухсат беришади. Бу ҳолатда мустақил трейдер 1 долларлик (цент ҳисобида бу 100 бирлик бўлади) депозит билан 1:100 кредит елкаси билан 10 000 (0,1 лот) ҳажмли битимни очиши мумкин. 10 000 бирлик ва ундан кичик бўлган битимлар касрли (мини ёки микро) лотлар дейилади. Брокерлик компаниялари бундай микро-битимларни валюта бозорига алоҳида-алоҳида чиқара олмайди, ш усабабли у бозорга консолидацияланган позицияни чиқаради.

## Forex нима



Forex валюта бозори (Forex, айрим ҳолларда FX, инглизча FOReignEXchange — чет эл валютасини айрибошлаш) – бу халқаро (банклараро) молия бозори бўлиб, унда битта валюта иккинчисига алмаштирилади. У халқаро бозор бўлганлиги сабабли кунига 24 соат ва ҳафтасига 5 кун (душанбадан жумагача) ишлайди. Бу уни фақат иш кунлари ва вақтларида ишлайдиган миллий биржа майдонларидан ажратиб туради. Бундан ташқари Forex бозори бир кунда умумий битимларнинг сони бўйича ҳам молиявий бозорлар орасида етакчидир. Бугунги кунда Forexнинг бир кунлик айланмаси 4 триллион долларни ташкил этади ва 2020 йилга бориб бу 10 триллиондан ошади деган прогноз мавжуд.

Бундай улкан ҳажм (Forexнинг кундалик ҳажми АҚШ йиллик бюджетдан икки, Буюк Британия йиллик бюджетидан 4 баробар каттадир) бозор ликвидлигининг кафолатидир. Ликвидлик бирорта валютанинг истаганча ҳажмини иккинчи валютага ҳеч қандай тўсиқларсиз алмашиши имкониятини билдиради.

Forex бозорида профессионал иштирокчиларнинг жуда кўпчилиги (банклар, трастлар, фондлар, трансмиллий корпорациялар, брокерлик компаниялари) фаолият олиб боради. Брокерлик компаниялари валюта бозори ва малоҳида шахслар орасида воситачи бўлишади ва турлича

молиявий имкониятларг аэг абўлган инвесторларга Forex бозорида (катта кредит елкаси туфайли) катта даромад ишлаб олишларига ёрдам беришади.

Молия бозорларини чуқур таҳлил қилмасдан валюта бозори вужудга келишининг асосий воқеаларини кўриб чиқамиз.

Валюта бозори Қадимий Шарқ мамлакатларидан бошланган узок ўтмишга эга. Ўрта асрларда халқаро банклар вужудга келиши билан учинчи шахсларг атакдим қилишда ҳақиқий деб ҳисобланадиган тўлов воситаларига эҳтиёж пайдо бўлди. Ушбу даврда битимлар сонининг, уларнинг турли-туманлигининг ва эгилувчанлигининг ошиши кузатилган.

Валюта бозори ўзнинг ҳозирги ҳолатига XIX охирларида келган. 1867 йилда Парижда уни расмий юридик структура шаклида қайд қилишган. Бу пайтда курслар ўзгариши амалда бўлмаган, чунки у вақтда барча валюталар олтинга боғланган эди. Ушбу даврни “олтин стандарти даври” дейишади.

Кейинги воқеа 1944 йилда Бреттон-Вудда (АҚШ) дунёнинг барча валюталари АҚШ долларига боғланиши ва у ўз навбатида олтинга боғланиши шартномаси (Бреттон-Вуд шартномаси) имзоланиши бўлди. Халқаро валюта фонди (IMF-ХВФ) ташкил қилинади. Курсларнинг ўзгариши 1% дан ошмаслиги қаттиқ регламент остига олинган эди.

1971 йилда АҚШ долларни олтинга эркин алмаштиришдан воз кечди ва Вашингтондаги (АҚШ) келишув (Смитсон келишуви) натижасида долларга нисбатан 4,5% долларга тааллуқли бўлмаган жуфтларда 9% ўзгаришлар бўлиши имконияти пайдо бўлди. Бу эса амалда Бреттон-Вуд тизимининг тугаши эди.

1976 йилда ХВФ ўша пайтдаги валюта бозори иштирокчилари орасида мавжуд муносабатларни юридик мустаҳкамлаш таклифи билан чиқди ва Кингстон (Ямайка)да 20 та йирик иқтисодий ривожланган мамлакатлар (коммунистик блок мамлакатларидан ташқари) Ямайка шартномасини имзолашди. Бунинг натижасида Америка доллари дунё резерв валютасига ва универсал тўлов воситасига айланди, шунингдек бошқа мамлакатлар валюталарини у билан баҳолаш бошланди. Бу келишу, шунингдек, курсларнинг эркин “сузишига” расмий равишда имконият яратиб берди.

Айнан мана шу санани Forex валюта бозорининг пайдо бўлиш санаси дуб ҳисобласак бўлади. Телекоммуникация технологияларининг ривожланиши билан биржа биноларидаги савдолар аста-секин телефон дилинги, кейин эса электрон дилинг тизимлари билан алмашди. Бугунги кунда савдолар асосан интернет тармоғи орқали амалга оширилади.

## **Forexнинг устунлиги**

Нимага айнан Forex ? валюта бозорига маблағ инвестиция қилишнинг асосий устунликлари.

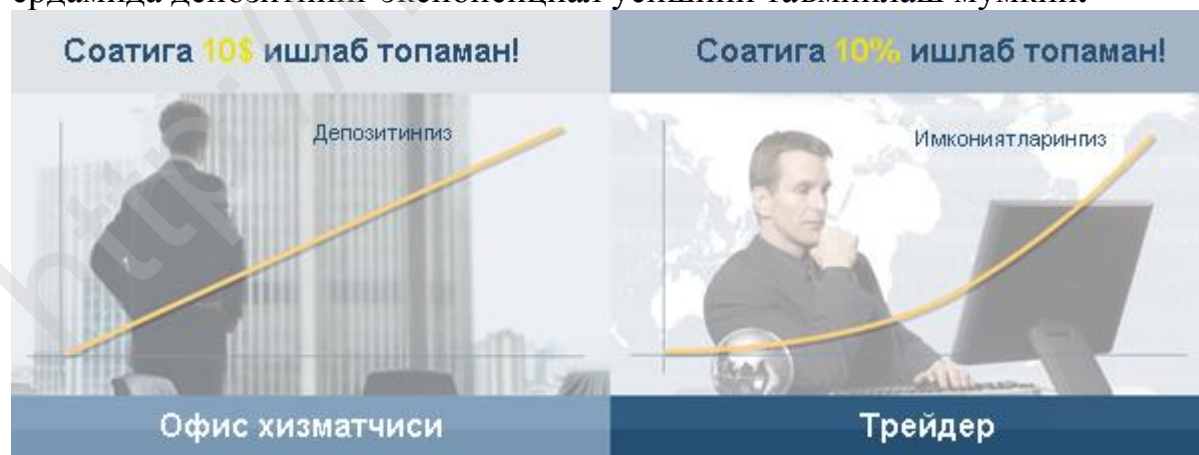
Юқорида айтилгандай юқори даражадаги ликвидлик Forexда битта валютанинг исталган ҳажмини иккинчисига тўсиқсиз алмаштириш

имкониятини беради. Бундан ташқари юқори ликвидлик битим бир ондаёк тузилиши мумкинлигин ибилдиради. Бунга иккита нарса асос бўлади. Биринчидан, савдо электрон тарзда амалга оширилади, иккинчидан, ҳар битта секундда бозорда талаб ва унга мос таклифни яратувчи кўплаган харидорлар ва сотувчилар бўлади. Лекин ликвидлик ва ҳажм Forex нинг ягона устунлиги эмас.

Forex да ишлашингизда сизнинг ўзингиз қачон ва қанча вақт ишлашингизни, қачон ва қанча вақт бошқа ишларингизни ибажаришни, оилангиз билан бўлишни, билим олишга ва дам олишга вақт ажратишингизни ўзингиз белгилайсиз. Сизнинг даромадингиз фақат сизга боғлиқ бўлади. У бошлиғингиз ёки қўл остингиздагилар, ҳамкорларингизга, муддатларга, маҳсулот ва хизматларга, уларга бўлган талаблар ва бошқаларга боғлиқ бўлмайди. Forex бозорида маълум миқдорда фаслга боғлиқлик мавжуд, лекин у даромадга унчалик катта таъсир қилмайди. Ҳар битта вақт орлиғи учун энг даромадли тактикани қўллаш мумкин. Сиз ўз маҳсулотингизни ишлаб чиқаришингиз ва реклама қилишингиз, харидорлар қидиришингиз, маҳсулотингизни сертификациялашингиз ва лицензиялашингиз керак эмас ва буларнинг ҳаммаси сизнинг кўшимча харажатларингизни амалда нолга туширишга ёрдам беради.

Ишлашингиз учун сизга компьютер ёки мобил қурилма (ноутбук, планшет, телефон) ва интернет тармоғига уланиш бўлса бўлди. Бундан ортиғининг кераги йўқ. Махсус дастурлар билан брокерлик компанияларининг ўзи таъминлайди. Сиз уйингизда, интернет кафеда, дилинг марказида, умуман олганда интернет бўлган истаган жйода ишлашингиз мумкин. Мобил модем ёрдамида сиз дунёнинг исталган нуқтасида савдоларни амалга оширишингиз мумкин.

Яна шуни ҳам айтиш керакки қатъий фоизли даромадлиликда сизнинг даромадингиз капиталингиз ошиши билан ошиб боради. Математиклар илмий жиҳатдан исталган (хатто жуда кам бўлса ҳам) ижобий математик кутиш мавжуд бўлганда савдо тизимлари, капитални бошқариш воситалари ёрдамида депозитнинг экспоненциал ўсишини таъминлаш мумкин.



3-расм. Чизиқли ва экспоненциал даромад орасидаги фарқ

Агар савдо маслаҳатчиларини (EA) ҳам ишга солсангиз, бундай даромадни пассив даромад сифатида қарашингиз мумкин бўлади. Яъни сиз



бир марта ушбу даромадни олиш учун шароитларни яратасиз ва қаерда бўлишингиздан ва бу иш учун қанча вақт ажратишингиздан қатъий назар даромадни олаверасиз.

## Валюта жуфти

Валюта жуфти тушунчаси. Ёзиш усули. Тарихий валюта жуфтларига мисоллар.

Forexда қайси позициялар очилишини тушуниш учун валюта жуфти тушунчаси киритилган. Трейдерлар “Мен еврони доллар эвазига сотиб олдим” ёки “Мен еврони доллар эвазига сотдим” дейиш ўрнига “евро-доллар харид” ёки “евро-доллар сотиш” дейишади. Валюта жуфти нима эканлигини батафсил кўриб чиқсак.

Валюта жуфти ёзуви – бу тегишли валютанинг қисқартма номини (ISO 4217 стандарти бўйича) кетма-кет ёки ўнг томонга слеш “/” билан ёзишдир. Масалан, евро (EUR) ва доллар (USD) валюталари биргаликда EURUSD (евро-доллар) жуфттини ташкил этади. Ушбу валюта жуфтлигини сотиб олиш еврони доллар эвазига сотиб олишни билдиради. Ҳамиша ва ҳар қандай ҳолатда жуфтликка қайси валюта кирадиган бўлса ҳам биринчи ёзилган валюта иккинчиси эвазига сотиб олинади. AUDCADни сотиб олиш Австралия долларини Канада долларига сотиб олишни билдиради. EURUSD ни сотиш эса тегишлича еврони долларга сотишн ибилдиради.

Агар профессионал даражада гапирилса, жуфтликдаги биринчи валюта базавий ва иккинчиси котировка қилинадиган валютадир. NZDUSD жуфтлигида Янги Зеландия доллари (NZD) базавий ва Америка доллари эса (USD) котировка қилинадигандир.

Валюта жуфтликларининг рўйхатни қарасангиз (масалан, исталган бир брокерлик компаниясининг савдо терминалида), шундай молиявий воситалар борки, уларда америка доллари базавий валюта ҳисобланади (масалан, USDJPY, USDCHF, USDCAD). Бу ҳолатда тўғридан-тўғри котировка ҳақида гапирилади, яъни бир америка доллари бу котировка қилинаётган валютанинг қанчасига тўғри келишини кўрсатади. Шу билан биргаликда доллар котировка қилинадиган валюта сифатида қатнашадиган жуфтликлар ҳам мавжуд (масалан, EURUSD, GBPUSD, AUDUSD, NZDUSD). Бу тескари котировка ҳисобланади. Бу ҳолатда қийматни базавий валютанинг бир бирлигида неча доллар борлигини билдиради.

Албатта оддийгина математик ҳисоб китоб билан EURUSD дан USDEUR жуфттини келтириб чиқариш мумкин. Айтайлик, ҳозир EURUSD баҳоси 1.39224 ни ташкил этапти. Унда:

$$USDEUR = \frac{1}{EURUSD} = \frac{1}{1.39224} = 0.71826$$

— бу USDEUR нинг баҳоси бўлади.

Нимага унда йирик брокерлик компанияларнинг ҳам котировкалар рўйхатида бундай молиявий восита мавжуд эмас? – Бу шунчаки тарихан юзага келган анъанадир.

Юқорида санаб ўтилган жуфтликлар: USDJPY, USDCHF, USDCAD, EURUSD, GBPUSD, AUDUSD, NZDUSD “мажор” гуруҳини ташкил қилади – яъни бу жуфтликларда битта валюта албатта америка доллари бўлади. Бу энг юқори ликвидликка эга бўлган юқори волитилликли ва катта ўзгаришларга дуч келувчи молиявий воситалардир. Бу эса улар фойда олиш учун деярли чекланмаган имконият беради деганидир.

Воситаларнинг бошқа гуруҳлари ҳам мавжуд. Масалан, базавий валюта австралия доллари ва котировкаланувчи Канада доллари бўлган кросс-курс AUDCAD мавжуд. Кросс-курслар молиявий бозорларда ликвидлигига қараб “мажор кросслар” ва “минор кросслар”га ажралишади.

Бундан ташқари шундай молиявий воситалар гуруҳлари мавжудки, улардаги валюталар бирор типавий ролда чиқишади. Масалан, энг стабил мамлакатлар валюталари ва қимматли металлар контрактлари (USDCHF, USDJPY, XAUUSD, XAGUSD) бозорларда инқроз юзага келган пайтларда хавфсиз кутиб туриш воситаси сифатида қўлланилиши мумкин. Трейдерлар жарғонида бу воситаларни “валюта-бошпана” деб аташади. Экспорти структурасида хом-ашё устунлик қиладиган мамлакатлар валюталари хом-ашё валюталари деб аталади (масалан, USDCAD, AUDUSD).

## Лот ва битим

Тўлиқ транзакция тушунаси. Forex валюта бозорида стандарт лот тушунчаси.

Биз юқорида молия бозорларида савдолар стандартлашган ҳажм партиялари асосида савдо қилиниши ҳақида айтиб ўтган эдик. Бундай стандарт партиялар (молиявий воситалар етказиб бериш ҳажмлари) лотлар дейилади. Forex даги стандарт лот базавий валютанинг 1 000 000 бирлигига тенг бўлади. Масалан, гап EURUSD жуфтлиги ҳақида кетаётган бўлса, сотиб олиш битими бўйича бир лотда тегишли доллар эвазига 1 000 000 евро сотиб олинади. Сотиб олиш баҳоси 1.38997 бўлса, 1 лот ёки 1 000 000 евро сотиб олиш учун 1 389 970 доллар керак бўлади.

Бир нечта лотлар биргаликда битимнинг умумий ҳажмини ташкил қилади. Масалан, 10 лот – бу сотиб олинаётган валютанинг 10 000 000 (10 млн.) бирлигига эквивалентдир. Шунингдек брокерлик компаниялари касрли (мини ёки микро) лотлар билан ҳам операцияларни бажаришга рухсат беришади. Жумладан LiteForex компанияси стандарт лот сифатида 100 000 бирликни қабул қилади ва трейдерларга 0.1 лот (10 000 бирлик) ва 0.01 лот (1 000 бирлик) ҳажмли битимларни очишга ҳам рухсат беради.

Энди бўлса олди-сотди операциясини диққат билан кўриб чиқамиз. Ҳар битта битим (тўлиқ транзакция деб ҳам аталади) иккита транзакциядан иборат бўлади: очиш ва ёпиш. Бунда битимни ёпиш – ҳамиша очишга қарама-қарши транзакциядир. Масалан, битим сотиб олиш билан очилган бўлса, уни ёпиш сотиш билан содир бўлади ва аксинча, сотишдан бошланган

битим харид билан ёпилади. Операцияларнинг деталларини сиз билан сўз кейинроқ кўриб чиқамиз.

## Савдо. Ордер, битим, позиция. Ордерларнинг турлари

Савдонинг асосий босқичлари. Ордерларнинг турлари, битимни кузатиб боришга мисол.

Forexда трейдинг жараёнини иккига ажратиш мумкин: “Кутиш” ва “Савдо”. Бу босқичдар алмашиб келади. Доимий равишда савдо қилишнинг иложи йўқ. Чунки ҳар қандай стратегияда ҳам бозорда бўлиш ва бозордан ташқарида бўлиш вақталари мавжуд. Кутиш вақтида эса бекорчилик билан шуғулланиш керак эмас. Одатда, кутиш вақтида трейдер бозорни тадқиқ қилади, ҳисоб-китобларни амалга оширади ва ўзининг олдинги битимларини таҳлил қилади (хатолар устида ишлайди).

Қуйида савдо жараёни майда-чуйдаларигача кўриб чиқилади ва исталган бир операциянинг ҳаёт босқичлари тасвирланади. Шундай қилиб валюта контракти тўлиқ олди-сотди операцияси қуйидаги босқичлардан иборат бўлади:

- Трейдер томонидан ордер қўйилиши (брокерлик компаниясининг электрон савдо тизими орқали у ёки бу ҳаракат бажарилиши ҳақида буйруқ берилади; ордерларнинг турлари қуйида кўриб чиқилади);
- Брокерлик компанияси томонидан ордернинг амалга оширилиши (ордерни амалга ошириш натижасида – ордер тўғри қўйилган бўлса ва мавжуд бозор шароитида принцип жиҳатдан амалга ошириш мумкин бўлса – битим амалга ошади);
- Бундай битимларнинг биттаси ёки бир нечтаси (уларни очик битимлар ёки очик ордерлар дейилади) мижознинг бозордаги позициясини ташкил қилади;
- Позиция сузувчи натижага эга бўлади, у ҳисобнинг “маблағлар” параметрида кўриниб туради;
- Ордер очик вақтида трейдер уни маълум даражада модификациялаши мумкин;
- Битим у ёки бу ордер билан ёпилади ва ёпиш операцияси ҳамisha очиш операциясига тесқари бўлади;
- Битимни ёпиш натижасида унинг молиявий натижаси балансида кўринади, ёзув эса тарихга (стейтментга) кетади ва ёпиқ ордерга айланади.

Тасвирланган операциянинг ҳаёт цикли – бу ўзига хос идеал вариантдир. Ҳақиқатда эса ҳар битта қўйилган ордер битимни очишга олиб келишини билишингиз керак. ордернинг амалга оширилиши ҳам ўзига хосликларга эгадир. Бундан ташқари битимнинг ёпилиши трейдер қўйган ордерни брокер амалга ошириши натижасида эмас, балки депозитдаги эркин маблағларнинг тугаши ва позицияни қўллаб-қувватлаш учун маблағ қолмаслиги натижасида юз бериши ҳам мумкин.

Бозор ордерларининг бир неча хиллари мавжуд

Market (бозор ордери) — трейдернинг брокерга мавжуд бозор баҳосида битимни амалга оширишга берган буйруғи. Унинг қуйидаги кўринишлари бўлиши мумкин:

- marketbuy — сотиб олишга мавжуд ask баҳосидан битим очиш;
- marketsell — сотишга мавжуд bid баҳосидан битим очиш;
- marketclose — битимни мавжуд бозор баҳосидан ёпиш (сотиб олиш битимлари bid баҳосидан сотиш билан, сотиш битимлари мавжуд ask баҳосидан сотиб олиш билан ёпилади).

Gtc (кечиктирилган ордер) – брокерга маълум шарт бажарилганда битимни амалга ошириш учун буйруқ бериш. Қуйидаги кечиктирилган ордерлар турлари мавжуд:

- buystop — баҳо пастдан юқорига томон кетаётиб, ордерда кўрсатилган маълум даражадан ошганда сотиб олишга буйруқ (тренд бўйича сотиб олиш);

- buylimit — баҳо юқоридан пастга томон кетаётиб, ордерда кўрсатилган маълум даражадан пастга тушганда сотиб олишга буйруқ (откатда сотиб олиш);

- sellstop — баҳо пастдан юқорига томон кетаётиб, ордерда кўрсатилган маълум даражадан ошганда сотишга буйруқ (тренд бўйича сотиш);

- selllimit — баҳо юқоридан пастга томон кетаётиб, ордерда кўрсатилган маълум даражадан пастга тушганда сотишга буйруқ (откатда сотиш).

Stoploss (умуман олганда – бу кечиктирилган ордердир, лекин у позициянинг асосий ордеридан алоҳида мавжуд бўла олмайди) — брокерга маълум зарар кўриш даражасидан ошгандан кейин позицияни ёпишга буйруқ (зарарни камайтириш). Сотиб олишга stoploss фақат мавжуд баҳодан паст, сотишга stoploss мавжуд баҳодан юқори бўлиши мумкин, ҳолос. Агар позицияда сузувчи фойда бўлса, stoploss буйруғи зарар кўриш соҳасида ёки очиш даражасида (бу ушбу битим кафолатли зарар кўрмаслигини таъминлайди) ва фойда соҳасида (бу сузувчи фойда камая бошласа, позицияни ёпишга имкон беради) бўлиши мумкин;

Takeprofit (умуман олганда – бу кечиктирилган ордердир, лекин у позициянинг асосий ордеридан алоҳида мавжуд бўла олмайди) — брокерга маълум даражада фойда кўргандан кейин позицияни ёпишга буйруқдир. Ушбу буйруқ позициянинг сузувчи фойдасини олиш ва уни балансда кўринишини таъминлайди. Сотиб олишга takeprofit фақат мавжуд баҳодан юқори, сотишга эса фақат мавжуд баҳодан паст бўлиши мумкин. Агар позиция бўйича натижа зарарли бўлса, takeprofit зарар соҳасида (бу камроқ зарар билан позицияни ёпишга имкон беради) ёки очилиш даражасида (бу битимни зарарсиз даражага олиб чиқади) қўйиш мумкин.

Ордерларнинг турлари ва уларни амалга ошириш шартлари тўғрисида кўпроқ маълумот олиш учун ўз брокерингизнинг савдо операцияларини амалга ошириш бўйича тегишли регламентлари билан танишишингизни маслаҳат берамиз.

## Баҳо ва спред

Баҳо ва спред тушунчаси. Талаб ва таклиф ҳамда уларнинг баҳоларга таъсири.

Баҳо – савдонинг асосий кўрсаткичидир. Қандай маҳсулот ҳақида гап кетмасин, шароит ҳамиша қуйидагича бўлади: сотувчи ҳамиша у оладиган пулларга нисбатан сотаётган маҳсулотининг қадри паст деб ўйлайди, харидор эса у бермоқчи бўлган пулларга нисбатан оладиган маҳсулотнинг қадри юқори деб ҳисоблайди. Қадрият ҳақида қарама-қарши фикрларга эга бўлганда фақат сотувчи ва харидор баҳони келишсагина битим амалга оширилади. Форекс бозорида маҳсулотнинг ўзи пулдир, лекин бу савдонинг асосий маъносини ўзгартирмайди. Бу ерда шунчаки битта валютанинг иккинчисига нисбатан қадри қаралади.

Треjder ҳал қилиши керак бўлган асосий масала – бу “баҳо қандай ўзгаради?” деган саволга жавоб топишдир. Айнан мана шундан келиб чиқиб, у бирор валютанинг қадри ҳақида хулоса чиқара олади. Агар у бирор валюта иккинчисига нисбатан ўсади деб ҳисобласа, у сотиб олиш ҳақида қарор қабул қилади. Акс ҳолда у сотади.

Баҳонинг келажакда ўзини қандай тутишини олдиндан бирор даражада айтиб бера олиш учун у қандай қилиб ва нималарга боғлиқ ҳолда шаклланишини билиш керак. Доу Джонс назариясининг асосий устунларидан бири – бу “Баҳо ҳаммасини ҳисобга олади”. Бу дегани мавжуд баҳо унга таъсир қилиши мумкин бўлган барча факторларни (сиёсий, иқтисодий, техник, табиий ва бошқа) ўзида акс эттирган деганидир. Кўпчилик трейдерлар ушбу гапнинг ҳаққонийлигига шубҳа қилишмайди. Лекин “ҳамма” нарсани (яъни чексиз сонли факторларни) таҳлил қилишнинг иложи йўқ ва бу бошловчи трейдер онгида ноаниқликни келтириб чиқариши мумкин.

Биз соддалаштирилган моделни кўриб чиқамиз (техник анализ нуқтаи назаридан фундаментал маълумотларни ҳисобга олмасдан). Ушбу моделга кўра абсолют эркин бозор шароитида баҳо талаб ва таклифга боғлиқ бўлади. Талаб – бу яқин орада бозордаги трейдерлар (хўкизлар) сотиб олишни истайдиган ушбу молиявий воситанинг умумий ҳажмидир. Талаб бозорда сотиб олишга қўйилган ордерларга қараб аниқланади (яъни истакнинг ўзи камлик қилади ва бу талабга таъсир қилиши учун ҳеч бўлмаса ордер қўйилиши керак). Таклиф эса аксинча – бу ушбу молиявий воситанинг трейдерлар томонидан (айиқлар) сотишга қўйилган умумий ҳажмидир.

Талаб ва таклифнинг баҳога таъсири қуйидагича бўлади:

- Агар талаб ошса, яъни бозорга янгидан-янги харидорлар (хўкиз-трейдерлар) келаверса, бу одатда, баҳонинг ошишига олиб келади;
- Агар таклиф ошса, яъни бозорга янгидан-янги сотувчилар (айиқ-трейдерлар) келаверса, бу одатда, баҳонинг тушишига олиб келади.

Биз “одатда” дедик, чунки талабнинг ошиши тегишлича таклифнинг ошиши билан ҳам рўй бериши мумкин. Бу ҳолатда савдо ҳажми қанча ўсса ҳам баҳо унчалик ўзгармаслиги мумкин. Ҳудди шунингдек таклифнинг ошишини талабнинг синхрон ошиши еб қўйиши мумкин. Шунинг учун баҳонинг аҳамиятли даражадаги ҳаракатлари шаклланиши ҳақида фақат талаб ва таклиф даражаларининг турлича эканлигидагина гапириш мумкин.

Спред — бу энг паст таклиф баҳоси (bid) ва энг юқори талаб баҳоси (ask) орасидаги фарқдир. Бозор доимий равишда ҳаракатда бўлганлиги сабабли ушбу фарқнинг қиймати доимий равишда ўзгариб туради. Буни мисолда кўрамиз. Бирор вақтда EURUSD нинг курси 1.37513/1.37541 бўлсин. Бу дегани ушбу онда еврони 1.37541 баҳосидан сотиб олиш (бу сизга сотишга рози бўлишадиган энг паст баҳо) ва 1.37513 баҳодан сотиш (бу сиздан сотиб олишлари мумкин бўлган энг юқори баҳо) имконияти мавжуд деганидир. Бу ҳолатда спред 28 пункт (2.8 стандарт пункт) ни ташкил қилади.

Ҳар битта трейдер иложи борича арзон сотиб олиб, иложи борича қиммат сотишга уринади (бу трейдингнинг “олтин қоида”ларидан биридир). Агар, масалан, сиз 1.37541 баҳодан сотиб олишни истамасангиз, ордерни 1.37500 даражасига ўрнатишингиз ва баҳо шу даражагача тушишини кутишингиз мумкин. Лекин бу талаб ортмаса ва таклиф жуда бўлмаганда талабдан озроқ бўлса ҳам ортсагина содир бўлади. Бу ҳолатда сотувчилар борган сари пастроқ ва пастроқ баҳодан сотишга мажбур бўлишади ва қачон баҳо 1.37500 даражасига тушганида улар сизга ўзингиз истаган баҳодан сотишади (яъни сиз 1.37500 дан сотиб ола оласиз). Аксинча ҳолат, сиз 1.37513 баҳодан сотишни истамайсиз. Бунда сиз, масалан, сотишга ордерни 1.37550 га қўясиз ва баҳо шу даражага чиқишини кута бошлайсиз. Бу эса таклиф қилиш ортмаганида ва талаб ундан озроқ бўлса ҳам ошганида юзберади. Шунда харидорлар борган сари қимматроқ сотиб олишдан бошқа иложлари қолмайди. Эртами-кечми улар сиздан 1.37550 баҳодан сотиб олишади.

Шуни ҳам айтиб ўтиш керакки, спред (уни “курс фарқи” деб ҳам аташади) фақат Форекс бозорига тааллуқли эмас. Истаган бир алмашилиш пункти ёки банкда ҳам олиш ва сотиш баҳоси орасида фарқ бўлади. Лекин Форексда бу фарқ энг кам бўлади.

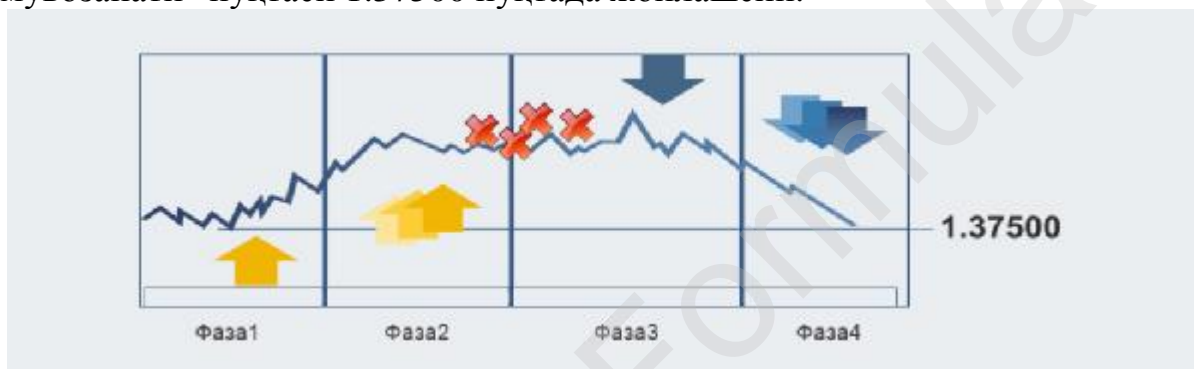
## **Волатиллик ва мавсумийлик (сессиянинг)**

Волатиллик тушунчаси. Бозор “тўлқинлари”нинг шаклланишининг асосий босқичлари.

Волатиллик (ўзгарувчанлик) — бу баҳонинг мавжуд қийматидан оғишга қобилиятидир. Волатиллик талаб ва таклифнинг катта ҳажмлари натижасида вужудга келади. Форексда навбатдаги битим амалга оширилганда бу баҳони озгина бўлса ҳам ўзгартиради (масалан, сиз сотувчилар сотишни истаган 1.37541 баҳодаги бутун ҳажм сотиб олинса, бу

ask баҳоси ошишини ва 1.37542 даражага чиқишини ва янги сотиш таклифлари шу даражада ўрнатилишини билдиради). Баҳонинг ўзгариши даражаси сотувчилар ва харидорлар қанчалик актив ҳаракат қилишаётганлигига боғлиқдир.

Соддалаштирилган мисолда “тўлқинлар” нимага ва қандай пайдо бўлишини кўриб чиқамиз. Шу ерда ҳақиқий тўлқинлар анчагина мураккаб шаклланишини ва бир нечта характерли ривожланиш фазаларига эгаллигини, бизнинг мақсадимиз эса тушуниб олиш осон бўладиган оддий моделни кўрсатиш эканлигини яна бир марта эслаб ўтамиз. Уни чуқурроқ ўрганмоқчи бўлсангиз, тўлқин анализи бўйича ва Элиотт назариясини ўрганишингизни маслаҳат берамиз. Айтайлик, бирор сонияда талаб ва таклифнинг “мувозанати” нуқтаси 1.37500 нуқтада жойлашсин.



4-расм. Бозор тўлиқинининг ривожланиши (соддалаштирилган)

Яна тасаввур қиламиз, бозорга бирор миқдордаги харидорлар келди (фаза1). Улар сотиб олишга ордерлар қўйишади ва бу билан талабни оширишади. Ҳар битта харид баҳони маълум миқдорда оширади ва бундай харидлар сони кўп бўлса, баҳо аста-секин оша бошлайди. Бу пайтда бошқа трейдерлар ўзларининг экранларида баҳоларнинг оша бошлаганини кўришади ва бу кўтарилиш ҳаракати бошланди деб билишади. Бунинг натижасида олдин фақат кузатаётган трейдерлар харидорга айланишади (хўкизлар). Ушбу талабнинг ошиши баҳони янада оширади. “Кўтарилувчи тўлқин” деб номланган тўлқин юзага кела бошлайди (фаза 2).

Лекин талаб қанчалик катта бўлмасин, эртами-кечми барибир қониқтирилади. Бозорга киришга тайёр харидорлар сони камай бошлайди. Айрим трейдерлар сотиб олишни истаётган бўлсалар ҳам уларнинг назарида баҳолар анчагина ўсганлигини кўрадилар ва ушбу юқори баҳода сотиб олишни истамайдилар. Қисқа муддатли савдога ориентация қилувчи трейдерлар олдин очган харидларидан олинадиган фойдани кўришади ва уни маҳкамлай бошлашади (яъни сотишади). Буларнинг ҳаммаси талабнинг камайишига ва таклифнинг ошишига олиб келади. Баҳонинг ошиши камай бошлайди (фаза 3).

Баҳонинг ошиши пасайишини трейдерлар ўз мониторларида кўришади ва тез орада “коррекция” юз беради деб ўйлашади. Кимдир фойдани фиксациялаш, яна кимдир хеджирлаш мақсадида трейдерлар сотув ҳажмларини ошира бошлашади. Бу эса таклифнинг талабдан устунлигига

олиб келади ва бу эса ўз навбатида баҳонинг пасайишини юзага келтиради (фаза 4).

Бундай жараёнлар бозорда доимий равишда содир бўлиб туради. Бунинг натижасида катта ва кичик бозор ҳаракатлари шаклланади. Ҳаракатнинг катталиги трейдерларнинг ҳаракатлари қанчалик уйғун бўлиши, бирор вақт давомида ҳўкизлар ёки айиқларнинг сони қанчалик кўп бўлишига боғлиқ бўлади. Бозорнинг у ёки бу томонга ҳаракатланиши натижасида тренд (тенденция) шаклланади. Тенденциялар ҳақида биз сал кейинроқ гаплашамиз.

Юқорида келтирилганлардан волатиллик ўйинчиларнинг активлигига тўғридан-тўғри боғлиқ эканлиги келиб чиқади. Форекс бозорида маълум маънода мавсумийлик ҳам амал қилади. Бу сутка давомида турли регионларнинг савдо сессиялари давомида волатиллик ўзгаришида кўринади. Регионлар бўйича савдо сессиялари қуйидаги тарзда тақсимланади (вақт UTC/GMT 0 вақт минтақаси бўйича кўрсатилган):

Ўзбекистон вақти	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	00	01	02	03	04
Гринвич вақти	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
Тинч океан региони																								
Веллингтон																								
Сидней																								
Осиё																								
Токио																								
Гонконг, Сингапур																								
Европа																								
Франкфурт, Цюрих, Париж																								
Лондон																								
Америка																								
Нью-Йорк																								
Чикаго																								

Келтирилган графикдан кўриниб турибдики, савдо сессиялари бир-бирининг устига тушувчи даврлар мавжуд экан. Бу вақтларда бозорларда энг кўп ўйинчилар бўлишади. Бу, одатда, энг кўп волатилликни келтириб чиқаради. Бу ерда “одатда” сўзини ишлатяпмиз. Чунки истиснолар ҳам бўлиб туради. Масалан, ушбу регионда ёки давлатда миллий байрамлар туфайли савдо майдонлари ёпиладиган бўлса, Форекс бозоридаги волатиллик ҳам одатдагидан кам бўлади. Ҳудди шунингдек бозор муҳим макроиқтисодий маълумотлар чиқишини кутаётганида ҳам волатилликнинг камайишини кузатиш мумкин. Бунда бозорда ўйинчиларнинг сони кўп бўлишига қарамадан, муҳим янгиликлар чиқишини кутиб, битимларга киришишмайди.

Сутка давомида волатилликдан ташқари бошқа “мавсумийликлар” ҳам мавжуд. Масалан, ҳафтанинг ўртасида (чоршанба, пайшанба) ҳафтанинг боши ёки охиридагига нисбатан волатиллик юқори бўлади. Ойнинг ўртасида



унинг боши ва охиридагидан волатиллик юқориқроқ бўлади. Ёзда қишдагидан таътиллар туфайли волатиллик пастроқ бўлади. Трейдерлар ҳам одам ва улар ҳам дам олишади. Лекин қатъий қоидалар ҳақида гапира олмаймиз. Масалан, ҳар ойнинг биринчи жумаси жуда муҳим макроиктисодий маълумотлар, АҚШ меҳнат бозори ҳақидаги маълумотлар эълон қилинадиган кун (“тўлов ведомостлари” - payrolls деб аталади). Бу биринчи жумани нотипик қилади: бозор эълон чиққунча деярли ҳаракатсиз бўлади ва эълон чиқиши билан жуда кучли ва тез ҳаракатлар бошланади. Шунинг учун бу ерда умумий қоидаларни ишлаб чиқишнинг иложи йўқлигини тушунишингиз керак. контекстни таҳлил қилиш ва тегишли ўзгартиришлар қилиш керак.

## Тренд

Тренд тушунчаси ва турлари ва уни идентификация қилиш усуллари. Қўллаб-қувватлаш ва қаршилик линиялари.

Тренд — сенинг дўстинг (Trend is your friend). Бу техник анализнинг асосий постулатларидан бирidir. Одатда ушбу гапнинг маъноси куйидагича шарҳланади: тренд бошлангандан кейин берилган йўналишда то қарама-қарши тренд бошланмагунча давом этаверади. Биз юқорида баҳо ҳаракатлари ҳақида гапирдик. Лекин ҳар қандай ҳаракат тенденция ҳисобланавермайди. Кўтарилувчи тренд деб фақат ҳар битта кейинги максимум олдингисидан баландроқ ва шунингдек кейинги ҳар битта минимум ҳам олдингисидан баландроқ бўладиган баҳо ҳаракатларининг мажмуи тушунилади. Тушувчи тренд деб, аксинча, ҳар битта кейинги максимум олдингисидан ва ҳар битта кейинги минимум олдингисидан паст бўладиган ҳаракатлар мажмуига айтилади.

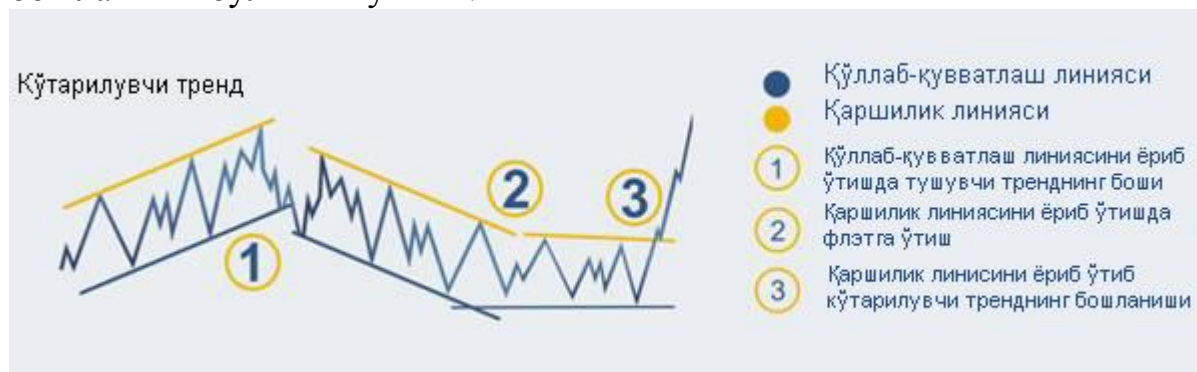


5-расм. Трендлар

Таърифдан келиб чиқиб, трендни идентификация қилиш учун камида ута нуқта керак бўлиши ҳақида хулоса қилишимиз мумкин (масалан, иккита минимум ва битта максимум). Лекин бундай идентификация умумий ҳолда тўртинчи нуқта (мисолимиздаги навбатдаги максимум) олға сурилган тахминни тасдиқлагунча ёки уни рад қилмагунча дастлабки деб қаралади.

Қарама-қарши тренд ёки флэт, одатда, мавжуд тренднинг муҳим экстремуми ёриб ўтилганда бошланади. Масалан, ҳозирги вақтда кўтарилувчи тренд мавжуд бўлса, навбатдаги муҳим минимумни ёриб ўтгандан кейин тушувчи тренд бошланиши мумкин. Аксинча – тушувчи

трендда навбатдаги максимумнинг ёриб ўтилиши кўтарилувчи тренднинг бошланиши бўлиши мумкин.



6-расм. Кўллаб-қувватлаш ёки қаршилик даражасини ёриб ўтганда тренднинг ўзгариши

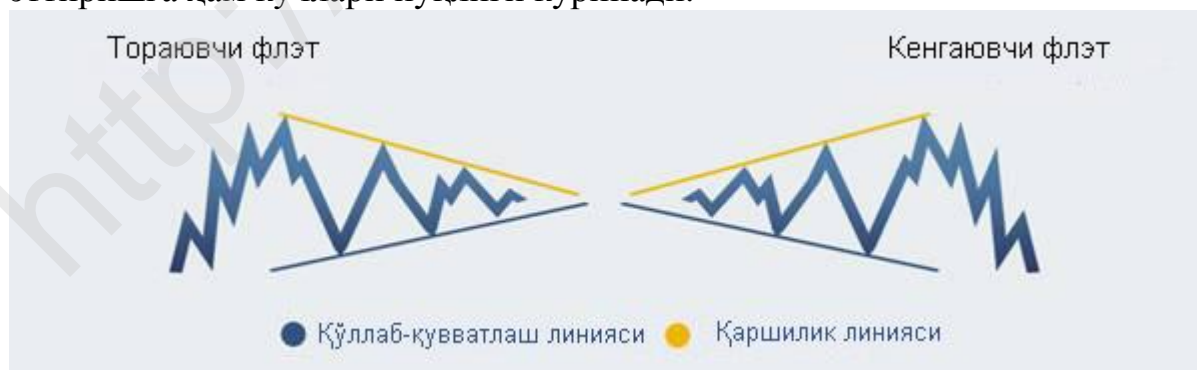
Тренд қандай бўлишидан қатъий назар, у кўтарилувчи бўладими, пастловчимми ёки ён томонга юрувчимми, барибир, кетма-кет минимумлар орқали ўтувчи линия кўллаб-қувватлаш (support) линияси, кетма-кет максимумлар орқали ўтадиган линия эса - қаршилик (resistance) линияси деб аталади.

## Флэт

Флэт тушунчаси (“ён томонга тренд”). Кенгаювчи ва қисқарувчи флэт. Консолидация тушунчаси.

Флэт — бу тенденциянинг алоҳида тури бўлиб, ясси ёки ён томонга тренд деб ҳам аталади. Баҳо стабил ёки стабилликка яқин горизонтал канал доирасида ўзгарадиган бўлса, бу ҳолат флэт деб аталади.

“Тораювчи” ва “кенгаювчи” флётларни алоҳида кўриб чиқиш керак. баҳо каналининг аста-секин қисқариб бориши (консолидация) баҳо ўзгаришлари аста-секин пасайиб бориши натижасида юз беради. Одатда, қисқарувчи флэт прадигмасида бозор иштирокчилари ҳали асосий тенденция ўзининг барча имкониятларини тугатганига рози эмаслар (яъни тредни ўзгартиришга тайёр эмаслар), лекин мавжуд тенденцияни яна давом эттиришга ҳам кучлари йўқлиги кўринади.



7-расм. Флэт каналининг қисқариши ва кенгайиши

## График анализ

График анализ тушунчаси. Баҳо ҳаракатлари графикларини кўрсатиш усуллари. Бурилиш ва давом этиш моделлари.

График анализ деб баҳонинг кўринувчи (график) тасвири ва унинг динамикаси билан ишлашга айтилади. Бунинг учун баҳолар графиги ишлатилади ва унда трейдер маълум график моделлар, фигуралар (“паттернлар”) ва ёки тенденцияларни кидиради. График анализ учун керакли воситалар ҳар битта савдо терминалида тўлиқ шаклда берилган бўлади. Бу, жумладан, линиялар (қўллаб-қувватлаш ва қаршилик линиялари, трендлар ёки “байроқ”, “вимпел” шаклидаги фигураларни аниқлаш учун). Бундан ташқари ҳозирги пайтда кенг тарқалган MetaTrader 4 ва MetaTrader 5 савдо терминалларида график объектларнинг кенг спектри қўлланилган. Булар ҳақида ушбу дастурлар ҳужжатларидан билиб олишингиз мумкин.

Баҳо ҳаракатлари графикларини тасвирлаш учун турли тасвирлаш усулларидадан фойдаланилади – графиклар чизиқли, бар ва шамли бўлади. Бундан ташқари рафикни тасвирлашнинг яна бир қанча усуллари, масалан, керст-ноллар, ренко, каги ва бошқа усуллари мавжуд. Лекин ушбу курс доирасида улар ўрганилмайди.

Чизиқли график оддий график тасвирдир – у икки ўлчамли эгри чизиқ бўлиб, X ўқи бўйича вақт, Y ўқи бўйича баҳо қўйилган ҳамда маълум даврларнинг ёпилиш баҳолари бўйича тузилган графикдир.



8-расм. Ёпилиш баҳолари бўйича чизиқли график

Даврнинг ёпилиш баҳоси – ушбу даврнинг тугаши вақтида мавжуд бўлган охириги баҳодир. Масалан, биз бир соатлик даврларни кўраётган бўлсак, ёпилиш баҳоси – бу янги соат бошланиши олдидан шаклланган охириги баҳодир. Янги баҳоларнинг шаклланиши тезлигига қараб, бу соатнинг охириги секунддаги ёки охириги бир неча секунддаги баҳо бўлиши мумкин.

Графикни бундай тасвирлаш амалда қўллаш учун ноқулайдир. Чунки у қисқа вақт оралиқларида баҳоларнинг ўзгаришларини кўрсатмайди ва фақат баҳонинг қандайдир бир ўртача қийматини кўрсатади.

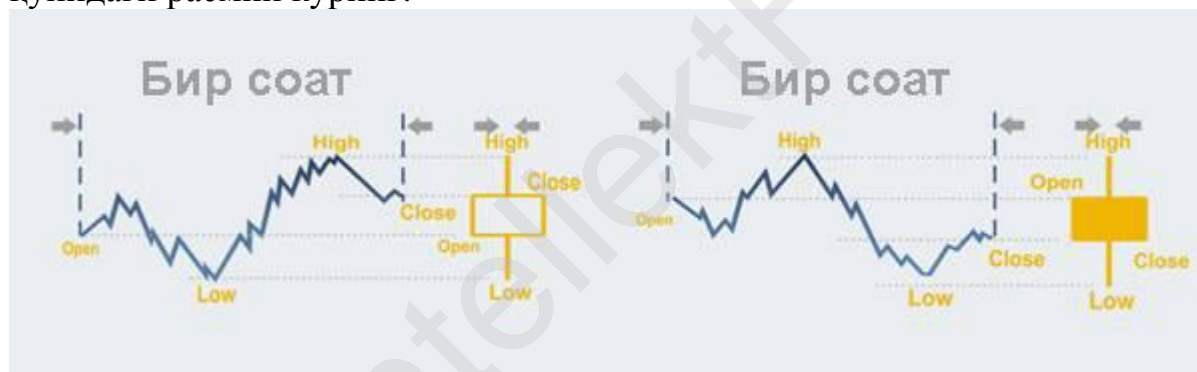
Баҳо графигини тасвирлашнинг бошқа усули – бар усули кенг тарқалган. У ҳар бири маълум вақт оралиғини кўрсатувчи вертикал чизиқлардан иборатдир. Бунда ҳар битта барда тўртта параметр кўрсатилади:

ушбу вақт оралиғини очилиш баҳоси («open»), ушбу даврни ёпиш пайтидаги ёпилиш баҳоси («close»), ушбу вақт оралиғидаги энг юқори баҳо («high»), ушбу вақт оралиғидаги энг паст баҳо («low»).



9-расм. OHLC бар графиги

Баҳо графигини бундай тасвирлаш ҳам ўз камчиликларидан ҳоли эмас – очилиш нуқтаси («open») чап томонда, ёпилиш нуқтаси – ўнг томонда («close»). Узоқ вақт давомида ишлашда очилиш ва ёпилиш баҳолари бири-бирига кўшилиб кетиши мумкин ва бундан хатоликлар келиб чиқиши мумкин. Лекин кўпчилик чет эл мутахассислари айнан бар графиклари билан ишлашади. Бизда эса графикларнинг япон шамлари деган учинчи усули кўпроқ тарқалган. Шамлар ёрдамида график тасвирлашга мисол тариқасида куйидаги расмни кўринг.



10-расм. OHLC шамли график

Шамли тасвирлаш бар графигига ўхшаш, фақат ундан фарқли равишда очилиш баҳоси («open») ёпилиш баҳоси («close») дан паст бўлса шамнинг танаси оқ, яъни бу ушбу шам билан кўрсатилаётган валюта жуфтлиги котировкаси шам тасвирлаётган вақт оралиғида ошганини кўрсатади. Агар ушбу шамда кўрсатилаётган вақт давомида очилиш баҳоси ёпилиш баҳосидан юқори бўлса, шам бирор рангга бўялади.

“Япон шамлари” деб номланишнинг ўзи қадимий Япониядаги савдогарлар муваффақиятли савдо бўлган кунда кутига оқ шам, муваффақиятсиз кунда эса қора шам ташлаб кўйиш одатларидан келиб чиққан. Бир ой ўтгандан кейин ўтган ойнинг ҳисоботини қилиш учун улар кутидан шамларни олишган ва қайси шамлар кўпроқ эканлигини санашган.

График анализда алоҳида шамлардан ташқари япон шамларининг маълум комбинациялари ҳам кузатилади. Баҳо графикларида кўпчилик ҳолларда воқеаларнинг кейинги ривожланишини айтиб бериши мумкин бўлган расмлар пайдо бўлади. Бундай расмлар баҳо графикларини таҳлил

қилишнинг энг қулай шамлар комбинацияларидир. Анъанавий техник анализда шамлар комбинациясининг иккита модели фарқланади: давом этиш моделлари ва бурилиш моделлари.

## Бурилиш моделлари



Бозорда баҳо бурилишининг япон шамлари асосида таҳлил қилиш.

Бурилиш моделлари:

Бурилиш моделларига қуйидагилар киради:

А. “Болға”, ёки “Осилган одам”

Бурилиш шами:

Танаси баҳо диапазонининг юқорига (пастки) қисмида жойлашади. Танасининг рангининг аҳамияти йўқ.

- Пастки соя танадан икки баробар узун.
- Бурилиш шамининг юқориги сояси бўлмади ёки у жуда қисқа бўлади.
- Кучайтирувчи факторлар:
- Пастки соя қанчалик узун ва юқориги соя қанчалик қисқа ҳамда тана қанчалик катта бўлса – потенциал шунча катта бўлади.
- Тананинг ранги аҳамиятга эга бўлмаса ҳам, болғанинг хўкиз ранги – катта хўкиз потенциали, осилганнинг айиқ ранги – кўпроқ айиқ потенциалини билдиради.
- Ўзига хосликлари:
- Осилган ҳолатда айиқ сигналининг тасдиқланиши муҳимдир. Осилганнинг танасининг пастки баҳоси билан кейинги кун (давр) очилиш баҳоси орасида узилиш қанча катта бўлса, осилган чўққини ташкил қилиши эҳтимоли шунча катта бўлади.
- Болға олдинги баҳолар динамикасини характерлайди. Агар болғанинг олдидан айиқ белгиси яққол кўринган шам пайдо бўлса (масалан, сояларсиз узун тана), бу айиқлар бозори куч тўплаётганлигини билдиради ва хўкизлар бозорни назорат қилишаётганлигини тасдиқлашини кутиш керак (масалан, болғадан кейинги шамнинг ёпилиш баҳоси болғанинг ёпилиш баҳосидан юқорироқ бўлишини). Болға муҳим қўллаб-қувватлаш даражасини ёриб ўтмаганига алоҳида эътибор қаратиш керак.



Б. “Иккиланган чўққи” ёки “Иккиланган туб”

“Иккиланган чўққи” (хўкизлар трендининг айиқ трендига алмашинуви) ва “Иккиланган туб” (айиқ трендининг хўкизга алмашиниши) бурилиш моделлари баҳо иккита маҳаллий экстремумни шакллантириши ва асосдаги линияни (хўкиз трендида кўллаб-қувватлаш линиясини ёки айиқ трендида қаршилиқ линиясини) ёриб ўтишида қурилади.

Иллюстрацияда “Иккиланган чўққи” ва “Иккиланган туб” абстракт моделлари кўрсатилган. “Иккиланган туб” шакли “Иккиланган чўққи” шаклининг кўзгудаги аксидир.

Ушбу шакл аналитикка кўллаб-қувватлаш даражасини (“Иккиланган чўққи” шаклида) ёки қаршилиқ даражасини (“Иккиланган туб” шаклида) ёриб ўтгандан кейин баҳо шу йўналишда камида шаклнинг ўз баландлиги даражасида (асосдан то максимумгача ёки минимумгача) ҳаракат қилишини тахмин қилишига асос бўлади.

В. “Бош - елкалар” ёки уч юришли шакллар

Ушбу синфдаги шакллар олдин кўриб чиқилган “иккиланган чўққи” ёки “иккиланган туб” шакллари эслатади. Уларнинг қурилиш принциплари ушбу моделни икки эмас, балки уч чўққи ташкил қилишидан бошқа жиҳатдан ўхшашдир. Қуйида биз фақат битта вариантни, яъни ўсувчи тенденциянинг тушувчи тенденцияга айланиш варианты кўриб чиқамиз. Лекин бу ҳолат унинг “кўзгудаги акси”, тушувчидан ўсувчи тенденцияга ўзгариши учун ҳам тўғри бўлади.



Модель учта чўққидан шаклланади. Иккита чекка чўққилар (елкалар) ўртадаги чўққидан (бош) пастрокда бўлса, бу моделни “бош ва елкалар” деб аталади. Худди шу модел, агар барча чўққилар бир-бирига яқин баҳо даражасида бўлса, “учта чўққи” деб аталади. Моделнинг асосини ёриб ўтишда баҳо (тахминан) ёриб ўтиш томонига қараб шаклнинг баландлигидан (асосдан то энг баланд чўққигача) кам бўлмаган масофагача ҳаракатланади.

## Давом этиш моделлари

Форекс бозорида баҳонинг йўналишини тасдиқлаш учун таҳлил

А. “Байроқ”

Тенденциянинг давом этишини кўрсатувчи байроқ шакли қуйидаги иллюстрацияда кўрсатилган.

Байроқ – бу баҳонинг бирор диапазонда ҳаракат қилишидир ва у расмда ажратиб кўрсатилган. Баҳонинг каналдан чиқишида ҳаракат потенциали камида даста баландлигида бўлади.



11-расм. “Байроқ” давом этиши шакли

Б. «Вымпел»



12-расм. “Вымпел” давом этиши шакли

“Вымпел” шакли “Байроқ” шаклининг хусусий ҳолларидан бирidir. У қўллаб-қувватлаш аста-секин ошувчи ва қаршилик аста-секин камаювчи ҳолатларда пайдо бўлади. Баҳо динамикаси нуқтаи назаридан консолидация юз беради. Қаршилик даражасини ёриб ўтиш, одатда, янги ўсиш тренди тўлқинини пайдо қилади ва ушбу ҳаракатнинг потенциали (пунктларда) дастанинг баландлигидан кам бўлмайди.

## Индикаторлар

Техник индикаторлар тушунчаси. Техник индикаторлар турлари. Тренд индикаторлари ва осцилляторлар.

Техник индикаторлар — бу алоҳида математик ўзгартиришлар синфи бўлиб, у ёки бу кўрсаткичларни яққол кўрсатиш учун хизмат қилишади. Бундай дастлабки кўрсаткичлар (техник анализ нуқтаи назаридан) баҳо ва ҳажм ҳисобланади. Лекин улар ягона дастлабки кўрсаткичлар эмаслар. Бу ерда волатилликни ва шунингдек, бошқа молиявий воситалар билан корреляцияни ҳам келтириш мумкин. Биз эса бошловчи трейдерлар учун мўлжалланган ушбу дарсимизни қийинлаштирмаслик учун баҳога алоҳида эътибор қаратамиз.

Бир неча юзта маълум даражада машҳур бўлган индикаторлар мавжуда ва унчалик кенг тарқалмаганларининг сони эса минг-минглаганни ташкил қилади. Лекин улар ҳам айрим ҳолларда савдода қўлланилади. Биз уларнинг ҳаммасини қамраб ола олмаймиз ва энг аввало индикаторларнинг иккита энг

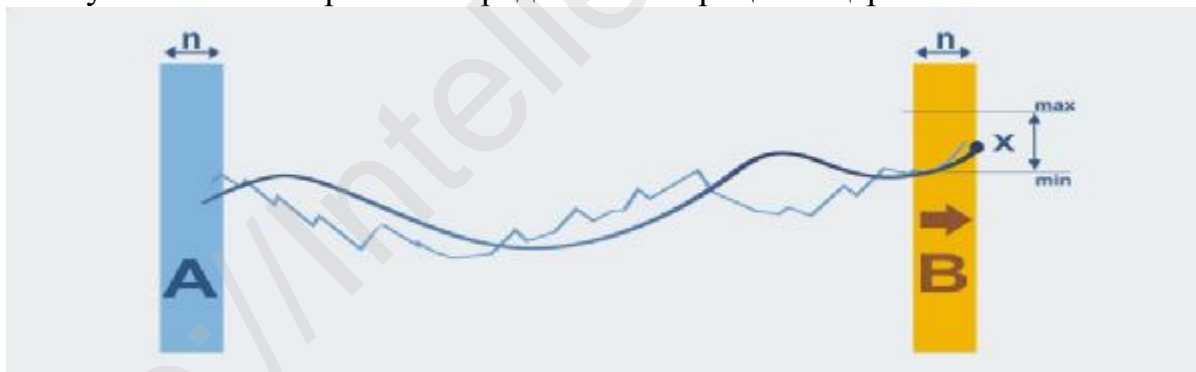
катта синфини: тренд (ёки трендга эргашувчи) ҳамда олдинловчи (осцилляторлар) турларини ажратиб кўрсатамиз. Кейин эса уларнинг ҳар биридан иккита индикаторни мисол тариқасида кўриб чиқамиз.

## Индикаторларнинг тренд (трендга эргашувчи) синфи

Сотиб олиш ёки сотишга сигнал берувчи сирғанувчи ўртача МА ва савдо позицияларининг ҳажмини аниқлаш учун MACD.

Энг аввало ушбу индикаторлар ҳақида улар мавжуд тренд йўналишини аниқ кўрсатишини айтишимиз мумкин. Бундай индикаторларнинг камчилиги эса улар озгина кечикиши ва флэт шароитида ёмон ишлашини кўрсатишимиз мумкин. Ушбу синф доирасида биз “Сирғанувчи ўртача” (moving average, MA) ва “Сирғанувчи ўртачаларнинг яқинлашиши/тарқалиши” (moving average convergence/divergence, MACD) индикаторларини кўриб чиқамиз.

“Сирғанувчи ўртача” — бу энг содда индикаторлардан биридир. Математик жиҳатдан у таҳлил қилинаётган воситанинг охириги  $n$  давр давомидаги ўртача баҳосидир. “Сирғанувчи ўртача”нинг оддий ўртача қийматдан фарқи, унинг навбатдаги баҳо барини шакллантиришда уни ҳисобга олиши ва бунгача охириги бўлган барнинг ҳисобдан чиқарилишидадир. Шундай қилиб, ўртача қиймат янги баҳолар шаклланиши билан ўнг томонга сирғаниб боради. Иллюстрацияга қаранг.



13-расм. Сирғанувчи ўртачани қуриш

МА нинг  $x$  нуқтасидаги охириги (мавжуд, оний) қиймати ушбу молиявий воситанинг охириги  $n$  та баҳосининг оддий арифметик ўртача қийматидир. Расмда сариқ билан бўялган В соҳаси – бу ўртачалаш даври, ёки МА қийматини келтириб чиқариш учун олинадиган барлар сонидир. Ўртачалаш даври қанчалик катта бўлса, МА шунчалик камроқ “эгиловчан” бўла боради ва у шаклланаётган трендга шунчалик кейинроқ реакция билдира бошлайди. Лекин, шунинг билан бирга у майда ва аҳамиятга эга бўлмаган баҳо ўзгаришларининг яхшироқ филтрлайди. МА нинг даври қанчалик кичик бўлса, у шунчалик сезгир бўла боради. Лекин бу унинг тренд бўлмаган баҳо ўзгаришларига ҳам реакция билдира бошлашига олиб келади.



Иллюстрациядаги стрелка ушбу даврнинг ҳаракат йўналишини кўрсатади (яъни янги баҳо пайдо бўлса, ушбу интервал бир бар ўннга силжийди). Расмдан кўриниб турибдики, қаралаётган даврнинг бошида  $n$  га тенг бўлган ( $A$  билан белгиланган)  $n$  ўртачалаш даври билан сирғанувчи ўртача қийматни маълумотлар етарли бўлмаганлиги учун аниқлаш мумкин бўлмаган соҳа мавжуд.

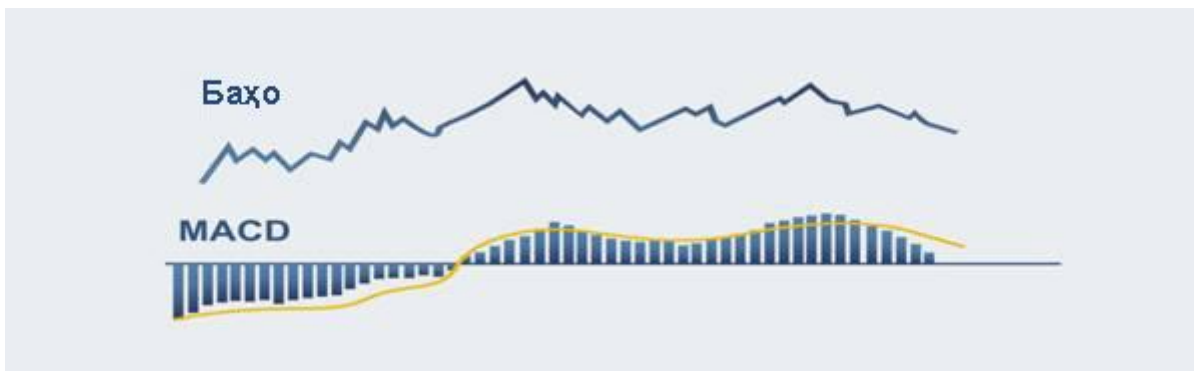
Расмдан кўриниб турибдики, МА баҳоларнинг савдо учун аҳамиятли бўлмаган майда ўзгаришларини текислаб, тренднинг ривожланиш йўналишини яхши кўрсатади. Шунингдек МА индикаторини оддий рақамли филтёр деб қаралиши мумкин эканлигини ҳам эслатиб ўтамыз. Кечикиш МАнинг табиати билан боғлиқ. Кечикиш катталиги ўртачалаш даврининг ярмига тенгдир.

Ушбу индикаторни тасвирлашни тугатаётиб сирғанувчи ўртачаларни ҳисоблашнинг жуда кўплаган вариантлари мавжудлигини айтиб ўтамыз. Биринчидан МАни ҳисоблашнинг дастлабки маълумотлар массиви сифатида нафақат ёпилиш баҳоси (Close), балки “Типавий баҳо” ( $\text{Typical price} = (\text{High} + \text{Low} + \text{Close}) / 3$ ), “Медиана баҳоси” ( $\text{Median price} = (\text{High} + \text{Low}) / 2$ ) ёки бошқа баҳо параметрлари ҳам олиниши мумкин. Шунингдек кириш (кириш параметрлари) сифатида бошқа МА индикатори (умуман бошқа истаган индикатор) олиниши мумкин. Бу ҳолатда “икки марта текисланган баҳо” тушунчаси ишлатилади. Худди шунингдек баҳони уч, тўрт ва ҳ.к. марта текислаш мумкин. Лекин бундай текислашларнинг ҳар биттаси кечикишни янада катталаштиради.

Иккинчидан, сирғанувчи ўртачанинг турли типлари мавжуд (оддий, экспоненциал, текисланган ва бошқа). Бундан ташқари бозорга мослашишга ҳаракат қиладиган динамик сирғанувчи ўртачаларнинг бутун бошли синфи мавжуд. Флэт шаклланган шароитда (анъанавий МА ёмон ишлайди) хато сигналлар сонини камайтириш учун динамик МА ларнинг ўртачалаш даври оширилади. Индикатор актив ҳаракатларнинг бошланишини сезиши билан МА даври шаклланаётган трендни эгилувчан тарзда тасвирлаш учун кескин камаяди.

“Сирғанувчи ўртачаларнинг яқинлашиши/тарқалиши”. Ушбу индикатор иккита экспоненциал сирғанувчи ўртачалар асосида курилади ва уларнинг фарқи сифатида ҳисобланади. Уларнинг биттаси уларнинг даврларига мос равишда “тез” ва иккинчиси “секин” деб аталади. “Тез” сирғанувчи ўртача секинидан баландда ҳам пастда ҳам бўлиши мумкин.

Бу эса улар орасидаги фарқ қиймати мусбат ҳам манфий ҳам бўлиши мумкинлигини кўрсатади. Графикда ушбу қийматлар, одатда, гистограмма шаклида тасвирланади. Шунингдек улар оддий эгри чизиқ шаклида ҳам бўлишлари мумкин. Шу билан биргаликда индикатор “сигнал” чизиғига ҳам эга ва у гистограмма қийматларининг оддий ўртачасидан иборатдир.



14-расм. MACDни қуриш

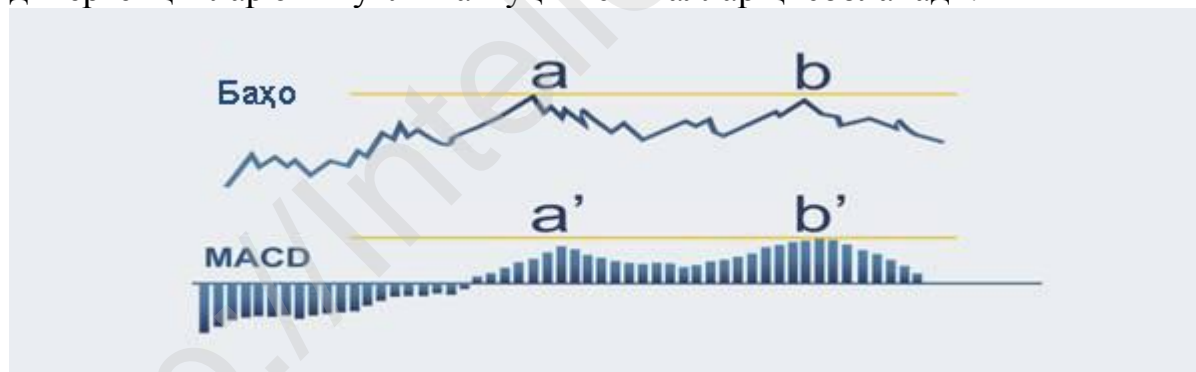
MACD ни бир вақтнинг ўзидан бир нечта белгиларига кўра интерпретация қилиш мумкин.

Биринчидан, кесишишлар:

- Гистограмма сигнал чизиғини пастдан юқорига қараб кесиб ўтса, сотиб олиш керак;
- Гистограмма сигнал чизиғини юқоридан пастига қараб кесиб ўтса, сотиш керак.

Иккинчидан, гистограмма нол қийматидан қанча узоқда жойлашганига қараб (яқиндаги қийматларга нисбатан) аналитик кўп сотиб олинганлик/кўп сотилганликни аниқлаши мумкин.

Учинчидан, бу дивергенция (тарқалиш). Хўкиз дивергенцияси MACD янги максимумларни шакллантирганда ва баҳо уларни шакллантира олмаганда пайдо бўлади. Айиқ дивергенцияси эса гистограмма янги минимумларни яратганда ва баҳо эса минимумни шакллантирмаганида юзага келади. Кўп сотиб олинганлик ва кўп сотилганлик соҳаларидаги дивергенциялар энг кучли ва муҳим сигналлар ҳисобланади.



15-расм. MACDнинг хўкиз дивергенцияси

Расмда кўриниб турибдики, а нуктада баҳо маҳаллий максимумни шакллантирди ва бу MACD даги а` нуктага тўғри келади. MACD индикатори б` нуктада олдингисидан юқорироқда бўлган янги максимумни шакллантирди. Лекин бу вақтда б нуктада баҳо хатто а нуктадаги даражага ҳам ета олмади.

MACD баҳолар графигининг ўзидан қуриладиган МАдан фарқли равишда графикнинг алоҳида соҳасида қурилишини ҳам айтиб ўтиш керак.

## Осцилляторлар синфи

Бурилиш ва коррекция даражалари ҳамда кўп сотиб олинганлик ёки кўп сотилганлик зоналарини аниқлаш.



Ушбу синфда биз Стохастик индикатор (Stochastic Oscillator) ва Демарк индикаторини (DeMarker) кўриб чиқамиз.

“Стохастик” индикатори (Stochastic Oscillator) энг кенг тарқалган индикаторлардан ҳисобланади ва фақат сирғанувчи ўртачадан ортда қолади. Ушбу индикатор бирор даврдаги фақат ёпилиш баҳоларинигина эмас, балки ушбу даврдаги максимум ва минимум баҳоларни ҳам ҳисобга олади.

Умуман олганда у охири даврнинг ёпилиш баҳоларини ўтмишдаги  $n$  та даврлар баҳолар интервалига (минимумдан максимумгача) нисбатини кўрсатади. “Стохастик” кийматлари фоизларда ҳисобланади ва шунинг учун у, одатда, алоҳида фреймда 0 дан 100 гача бўлган ораликда қурилади. Лекин ушбу индикаторнинг айрим вариациялари “Стохастик”ни баҳолар графигининг ўзида ҳам қуришга имкон беради.

Ушбу индикаторнинг яратувчиси Дж. Лэйннинг фикрига кўра (Investment Educators Inc. Корпорацияси президенти) пастовчи тенденция шаклланиши жараёнида барларнинг ёпилиш баҳолари кўпроқ баҳо диапазонининг (каналининг) пастки чегарасига яқинроқ бўлади. Аксинча, ўсувчи тенденция шаклланишида ёпилиш баҳолари диапазоннинг (каналнинг) максимумига яқинлашади. Ушбу тасдиқлар мантикийдир, чунки пастловчи тенденцияда баҳо доимий равишда янги минимумларни шакллантиради ва охири баҳолар ушбу минимумга яқин жойлашади. Ўсувчи тенденцияда баҳо доимий равишда янги максимумларни шакллантиради ва охири баҳолар ушбу максимумга яқин жойлашади.

Расмдан кўриниб турибдики, ўсувчи тенденция шаклланишида охири баҳолар баҳо диапазонининг (каналининг) юқори чегарасига яқинлашиб қолади.

Индикаторни қуриш формуласини батафсилроқ кўриб чиқамиз. У иккита чизиклар  $%K$  ва  $%D$  дан ташкил топади. Бундай номланиш трейдерлар гуруҳининг узок муддатли изланишларидан кейин пайдо бўлган. Улар индикаторларга  $%A$ ,  $%B$ ,  $%C$  ва бошқа номлар беришган. Лекин улар ичида  $%D$  (секин стохастик) ва  $%K$  (тез стохастик) яшовчан чиқиб қолган. Кўриб чиқишга  $n$  даврни оламиз. Ушбу вақт интервали биз маҳаллий максимумга эгамиз ва уни  $Max_n$  шаклида белгилаймиз ҳамда минимумга эгамиз ва уни  $Min_n$  шаклида белгилаймиз. Ёпилиш баҳосини  $C$  билан белгилаймиз.

Унда

$$\%K = \frac{(C - Min_n)}{(Max_n - Min_n)} * 100\%$$

%D – бу %Kнинг сирғанувчи ўрачасидир ва унинг учун, одатда, унчалик катта бўлмаган ўртачалаш даври олинади. Умуман олганда ушбу сирғанувчи ўртачани ҳисоблаш методи трейдернинг афзал кўришларидан келиб чиқиб, турлича бўлиши мумкин. Масалан, оддий МА, экспоненциал МА ёки бошқа.

Ушбу индикаторнинг қуйидаги савдо сигналлари мавжуд:

- Индикатор чизиғи (%K ёки %D) олдин кўп сотилганлик соҳасига тушиб (бу 20% бўлиши керак), кейин ундан юқорига интилиб чиқса сотиб олиш керак. Индикатор чизиғи (%K ёки %D) олдин кўп сотиб олинганлик соҳасига чиқиб (80%), кейин пастга қараб ундан чиқса сотиб олиш керак.

- %K чизиғи %D чизиғини пастдан юқорига қараб кесиб ўтса, сотиб олиш керак. %K %D чизиғини юқоридан пастга қараб кесиб ўтса, сотиш керак.

Бундан ташқари индикатор (%K ёки %D) кўп сотиб олинганлик соҳасига киришининг ўзиёқ яқин орада баҳолар ўсишининг пасайиши ва кўп сотилганлик соҳасига кириш – бу эса баҳонинг пасайиш темпининг пасайишига белги бўлиши мумкин.

Шунингдек аналитиклар баҳо максимумлари ва минимумлари ҳамда индикаторнинг тегишли экстремумлари орасидаги дивергенцияларни ҳам кузатишади (Ҳудди MACD даги дивергенция каби).

Қуйидаги расмда “Стохастик” индикаторининг абстракт (типавий) кўриниши акс эттирилган.



16-расм. Абстракт графикда “Стохастик” индикаторини қуриш

Демарк осциллятори (DeMarker). Осциллятор типдаги иккинчи индикатор – Томас Р. Демарк индикаторидир (“Техник анализ. Янги фан” китоби муаллифи). Унинг ишлаш принципи барнинг ҳозирги максимуми олдинги максимумдан ошганлигини текширишдан иборатдир. Муаллифнинг ўзининг тавсифлашига қараганда у осцилляторлар учун типавий бўлган камчиликлардан ҳоли бўлган ва потенциал экстремумлар (максимумлар ва минимумлар)ни ҳам идентификация қилувчи индикатор яратишга ҳаракат қилган.

Индикаторда қуйидагилар содир бўлади. Ҳозирги барнинг максимуми олдинги барнинг максимумидан ошса, уларнинг фарқи регистрация қилинади

(дельта). Уни  $\Delta_{max}$  шаклида белгилаймиз. Агар ҳозирги максимум олдингисидан ошмаса  $\Delta_{max}$  га ноль қиймат берилади. Ҳудди шунга ўхшаб агар ҳозирги барнинг минимуми олдингисидан паст бўлса – минимумлар дельтаси аниқланади (у  $\Delta_{min}$  билан белгиланади).

Шундан кейин индикаторнинг мавжуд қиймати қуйидаги формула бўйича аниқланади:

$$\text{DeMarker} = \frac{SMA_n(\Delta_{max})}{(SMA_n(\Delta_{max})) - (SMA_n(\Delta_{min}))}$$

Бу ерда  $SMA_n$  – n давр давомидаги оддий сирғанувчи ўртача қиймат.



17-расм. Абстракт графикда “Демаркер” индикаторини қуриши

Шундай қилиб, индикатор 0 дан 1 гача бўлган қийматларни олиши мумкин. Муаллиф томонидан 0.3 ва 0.7 даражалар алоҳида ажратиб кўрсатилган. Индикатор 0.7 дан юқорига чиқса кўп сотиб олинганлик юзага келади. 0.3 дан пастдаги соҳа кўп сотилганликни билдиради. Индикатор ушбу соҳаларга кирганида тенденциянинг пасайиши ёки ўзгаришини кутиш керак. Ушбу индикатор бўйича асосий сигналлар қуйидагилар:

- Кўп сотилганлик соҳасидан чиқишда сотишга сигнал (яъни индикатор чизиғи 0.7 даражани юқоридан пастга томон кесиб ўтса);
- Кўп сотиб олинганлик соҳасидан чиқишда сотиб олиш сигнали (яъни 0.3 даражасини индикатор чизиғи пастдан ёриб ўтса).

Индикатор алоҳида фреймда қурилади ва унда худди баҳо графигидаги каби трендлар ва график анализ шаклларини аниқлаш мумкин (масалан, “бош ва елкалар”, “иккиланган чўққи” ва ҳ.к.). индикатор бўйича тенденцияни ёриб ўтиш алоҳида сигнал ҳисобланади. Бошқа индикаторлардаги каби “Демаркер” учун ҳам баҳо билан дивергенцияни кузатиш мумкин.

## Фундаментал анализ

Фундаментал анализ тушунчаси ва унинг асослари. Фундаментал анализга таъсир қилувчи факторлар.

Форекс бозорида фундаментал анализ деганда молиявий актив қийматининг сиёсий ва иқтисодий жараёнлар ва воқеалар билан боғлиқлигини таҳлил қилиш тушунилади.

Алоҳида мамлакатлардаги, мамлакатлари блокларидаги ва бутун дунёдаги молиявий-иқтисодий, сиёсий ва иқтисодий воқеалар ҳамда валюталар, акциялар баҳолари орасида боғлиқлик мавжуд. Ушбу боғлиқлик фундаментал анализ доирасида ўрганилади.

Фундаментал анализ – молия бозорининг иқтисодий таҳлил қилишининг энг қийин қисмидир. Уни амалга ошириш бошқа истаган бир таҳлилни амалга оширишга нисбатан анча қийиндир. Чунки битта воқеанинг ўзи турли ҳолатларда бозорга турлича таъсир кўрсатади ва айрим ҳолларда муҳим воқеадан арзимайдиган воқеага айланиб қолиши ҳам мумкин. Бундай таҳлилни ўтказиш бўйича маълум формал қоидаларни билишдан ташқари амалий иш тажрибаси ҳам керак бўлади.

Фундаментал анализ методлари биржа трейдери амалиётида бозор таҳлилининг бошқа турлари билан биргаликда амалга оширилади ва биржа воситаларининг умумий картинаси ва келажакдаги курслар истиқболларини фундаментал, иқтисодий ва бошқа факторларнинг ҳамда уларга нисбатан биржа бозорларининг стандарт реакцияларини ҳисобга олган ҳолда баҳолашдан иборатдир.

Фундаментал анализда ҳисобга аолинувчи факторлар қуйидагилардир:

- Ҳукумат инқирозлари;
- Жанжалли ишдан кетишлар ва вазирлар кабинетларининг истеъфога чиқиши;
- Матбуотдаги эҳтиётсиз эълон беришлар;
- Мамлакатлар ва мамлакатлар блоклари бўйича иқтисодий кўрсаткичларнинг эълон қилиниши;
- Халқаро низолар;
- Сайловларни кутиш;
- Табиий офатлар (форс–мажор).

Фундаментал анализ доирасида кўриб чиқиладиган барча воқеалар режалаштирилган ва режадан ташқари бўлади. Барча режалаштирилган воқеалар (иқтисодий кўрсаткичларнинг чиқиши, министрлар кабинетлари бошлиқлари ёки бошқа муҳим амалдорларнинг чиқишлари, сайлов натижаларини эълон қилиш ва бошқалар) иқтисодий календарда эълон қилинади. Режалаштирилмаган воқеаларга исталаган бир форс-мажорни (ёнғин, теракт ва бошқалар) киритиш мумкин. Бунда фундаментал анализ курсида сиёсат – бу ўз остига иқтисодий сабабни олган умумий бойликларни ва жамоатчилик ресурсларини қайта тақсимлаш деб тушунилади.

Бозорларнинг исталган бир қутилмаган воқеага реакциясини олдиндан айтиб бериш мушкул ва мавжуд аниқ ҳолатга боғлиқ бўлади. Тарихда шундай воқеалар бўлганки, қисқа муддат давомида долларнинг курсини бошқа валюталарга анисбатан икки техник шаклга ўзгартирган. Буларга мисол қилиб, Кариб кўрфазидаги нефть қазиб олиш платформасидаги авария, америкалик ҳарбийлар томонидан Саддам Хусайнни тутиш, “Катрина” тўфони, Савдо марказига бўлган ҳужум ва бошқаларни келтириш мумкин.

Шунга қарамасдан биржа воситасининг кейинги ҳаракати йўналишини режалаштирилган иқтисодий кўрсаткичларнинг чиқишига қараб башоратлаш

мумкин. Ишсизлик бўйича статистика маълумотлари миллий валютанинг курсига жуда жиддий таъсир кўрсатувчи фактордир. Бунда иқтисодий маълумотнинг чиқишига бозорнинг реакцияси шаклланишининг маълум механизми мавжуддир.

Сизнинг фаолиятингизда [www.forexpeoples.com](http://www.forexpeoples.com) порталида мавжуд бўлган иқтисодий воқеалар календаридан фойдаланишни маслаҳат берамиз.

Ривожланган мамлакатларнинг иқтисодий кўрсаткичларини эълон қилиш валюта курсларига турлича таъсир қилади. Муҳимлиги бўйича ушбу маълумотларни қуйидаги гуруҳларга ажратиш мумкин.

#### 1. Жуда муҳим.

- Ялпи миллий маҳсулот.
- Савдо баланси дефицити (trade deficit).
- Тўлов баланси дефицити (payment defecit).
- Инфляция индекслари (истеъмол баҳолари индекси CPI ва улгуржи баҳолар индекси PPI).
- Ишсизлик ёки бандлик ҳақида маълумотлар (unemployment, employment).
- Пул массаси ҳақида маълумотлар (M4-M0 пул агрегатлари).
- Расмий ҳисоб ставкалари.
- Парламент, конгресс, сенатга сайловлар. Президент сайловлари (валютага кандидатларнинг ваъдалари ва партияларнинг афзал кўришлари таъсир қилади).

2. Ўртача муҳимликда. Ушбу гуруҳдаги янгиликларга айрим пайтларда реакция билдирилади. Ҳаммаси аниқ бозор шароитидан келиб чиқади.

- Чакана савдо ҳажмлари (retail sales).
- Турар жой қурилиши ҳажмлари (housing starts).
- Ишлаб чиқариш заказлари ва узоқ муддатли фойдаланиш учун маҳсулотлар заказлари ҳажмлари (factory orders and durable goods orders).
- Саноат ишлаб чиқариш индекси (industrial production).
- Саноат баҳолари индекси (producer price index – PPI).
- Истеъмол баҳолари индекси (consumer price index – CPI).
- Иқтисодиётда самарадорлик (productivity).

#### 3. Кичик.

- Валюталарнинг фьючерс курслари.
- Депозит ставкалари.
- Акциялар индекслари (Nikkei, Dow Jones, DAX ва бошқа) – ушбу индексларнинг ошиши миллий иқтисодиётнинг аҳволи яхшилигини кўрсатади ва ушбу мамлакат миллий валютасига бўлган талабни иоширади.
- Давлат облигациялари баҳоси динамикаси (T-bills, T-bonds).

Қуйидаги жадвалда кўрсаткичнинг валютага таъсири кўрсатилган.

<b>Кўрсаткич номи</b>	<b>Кўрсаткичнинг ўзгариши</b>	<b>Миллий валютанинг ўзгариши</b>
-----------------------	-------------------------------	-----------------------------------

<b>Кўрсаткич номи</b>	<b>Кўрсаткичнинг ўзгариши</b>	<b>Миллий валютанинг ўзгариши</b>
Савдо баланси дефицити (Trade deficit)	ўсиш	пасайиш
Тўлов баланси дефицити (Payment deficit)	ўсиш	пасайиш
Инфляция индекслари (истеъмом баҳолари индекси CPI ва улгуржи баҳолар индекси PPI)	ўсиш	пасайиш
Расмий ҳисоб ставкалари (репо, ломбард ва бошқа)	ўсиш	ўсиш
Ялпи миллий маҳсулот (GNP)	ўсиш	ўсиш
Ишсизлик (Unemployment)	ўсиш	пасайиш
Пул массаси ҳақида маълумотлар (M4, M3, M2, M1, M0)	ўсиш	пасайиш
Президент ёки парламент сайлови	ўсиш	-
Чакана савдо ҳажмлари (Retail sales)	ўсиш	ўсиш
Турар жой қурилиши ҳажмлари (Housing starts)	ўсиш	ўсиш
Заказлар ҳажмлари (Orders)	ўсиш	ўсиш
Саноат баҳолари индекси (Producerprice)	ўсиш	пасайиш
Саноат ишлаб чиқариш индекси (Industrial production)	ўсиш	ўсиш
Иқтисодиётда самарадорлик (Productivity)	ўсиш	ўсиш
Валютанинг форвард курслари	-	-
Валютанинг фьючерс курслари	-	-



Кўрсаткич номи	Кўрсаткичнинг ўзгариши	Миллий валютанинг ўзгариши
Самрали алмашинув курси	-	-
Депозит ставкалари (Deposit repos)	-	-
Акциялар индекслари (DJ, NIKKEY, DAX, FTSE)	ўсиш	ўсиш
Давлат облигациялари баҳоси динамикаси (T-bills, T-bonds)	ўсиш	ўсиш

Фундаментал маълумотларнинг чиқиши, юқорида айtilгандай, режалаштирилган воқеа ҳисобланади. Бунда дунёнинг ривожланган мамлакатлари халқаро келишувларга асосан ўзларининг мавжуд ва башорат қилинаётган макроиктисодий кўрсаткичларини эълон қилиб боришлари керак. Шунинг ҳам эътиборга олиш керакки бозор башорат қилинаётган қийматларни дарҳол ҳисобга олади ва агар, олдин эълон қилинган башорат қилинган кўрсаткичдан мавжуд кўрсаткич кескин фарқланиши ёки олдинги давр кўрсаткичларининг қайта кўриб чиқилишига бозорнинг кескин реакциясига сабаб бўлиши мумкин. Бозор реакциясин башоратлаш мураккаб жараён ҳисобланади ва маълум амалий иш тажрибасини талаб қилади.

Фундаментал анализ маълумотлари фақат техник анализ натижалари билан биргаликда савдо стратегиясининг асосига қўйилиши керак. Савдо қарорларини фақат фундаментал маълумотлар ёки муҳим фундаментал эълонлар чиқадиган вақт арафасида қабул қилиш бозор реакцияси қандай бўлишини олдиндан айтб бериш қийинлиги сабабли ҳам катта таваккалчилик ҳисобланади. Бундан ташқари иқтисодий кўрсаткич чиқиши билан ушбу кўрсаткичнинг олдинги берилган маълумотлари қайта баҳоланади ва бу кўпинча молия бозори реакциясини тескарисига айлантириб юборади. Мисол келтирамиз.

АҚШдаги ишсизлик бўйича (маълумотлар ҳар икки ҳафтада бир марта эълон қилинади) бирламчи нафақа бериш бўйича аризалар сони чиқиш вақтида 418 минг эди. Олдинги қиймат 515 минг ва башорат қилинган қиймат 452 мингга ташкил этарди. Бу ерда бугунги кунга берилаётган нафақалар сони кутилаётганидан анча кам эканлиги ва бу иқтисодий аҳволнинг яхшилангани яққол кўрисатиб турибди. Бозор тезда доллар курсининг бошқа барча валюталарга нисбатан бирор қийматга ошиши билан реакция билдиради (амалда баҳо фигурасининг ярмигача). АҚШ доллари курсининг ҳаракати бошланганидан икки дақиқадан кейин икки ҳафта олдинги кўрсаткичнинг қайта кўриб чиқилиши бошланиши мумкин ва бунда 515 минг 468 мингга алмаштирилади. Бунда башорат қилинаётган қиймат икки ҳафта олдинги ҳақиқий қийматдан унчалик ҳам кўп фарқ қилмай қолади ва бозорнинг тескари реакцияси бошланади ҳамда қисқа вақт давомида (10

дақиқа) валюталар курсларининг олдинги ҳолати тикланади ёки тескари ҳаракатни келтириб чиқаради. Кўпчилик ҳолларда муҳим макроиктисодий маълумотлар гуруҳлари эълон қилиниш вақтида валюта курсларининг қисқа муддат давомида турлича йўналишдаги волатиллиги кузатилади ва маълум вақтдан кейин уларнинг баҳолар даражалари ушбу кўрсаткичлар чиқишидан олдинги ҳолатга қайтиши юз беради.

Турли макроиктисодий кўрсаткичлар молиявий воситаларнинг баҳолари курсларига турли вақт оралиқларида турлича таъсир кўрсатишини ҳам ҳисобга олиш керак. Масалан, давлатларнинг марказий банкларининг ҳисоб ставкалари даражаларини таққослаш – бу валюта курсларининг умумий, глобал ҳаракатланиш йўналишига таъсир қилувчи кўрсаткичдир. Давлатнинг марказий банки ҳисоб ставкаси қанчалик юқори бўлса, ушбу валютага маблағ қўйиш шунчалик фойдалидир (бунда инфляциянинг кутилаётган даражасини ҳам ҳисобга олиш керак). Марказий банкнинг ҳисоб ставкаси ўзгарганида инвесторлар томонидан ушбу валютага қўйган маблағларининг даромадлилиги даражаси қайта баҳоланади ва уларнинг қизиқишлари бошқа бирор молиявий восита томонга сурила бошлайди. Ҳудди шундай картина дунёнинг йирик холдинглари акцияларининг баҳоларидаги фарқларга вақтинча контрактларнинг бозор қиймати даражасини баҳолашда ҳам кузатилади. Бу ерда акцияларнинг ўтган ҳисобот даври учун даромадлилик даражаси (фоизларда) асосий ҳисобланади. Қисқа муддатли истикболда инвестицияларнинг даромадлилигини баҳолашда қисқа муддатли даромадлар (бир ойгача) ҳақидаги ҳисоботлардан фойдаланилади.

Фундаментал анализ методлари сизга ўқиш учун тавсия қилинган адабиётларда тушунарли тарзда тўлиқ ёритилган.

## **Трейднинг психологияси**

Валюта бозорида савдо психологияси. Форекс бозорида савдо қилишда одам факторининг муҳимлиги.

Ҳар қандай савдо жараёни ҳам албатта одам факторидан четда бўла олмайди. Албатта Форексда сиз савдони тўлиқлигича автоматлаштиришингиз мумкин. Лекин бу дегани сиз ҳеч қачон савдо психологияси билан тўқнашмайсиз дегани эмас. Чунки ҳатто барча операцияларни роботлар бажарган тақдирда ҳам ҳисобдаги савдони одам амалга оширади. Одам ҳисобни очади ва айнан мана шу роботни ўрнатади. У роботга айнан мана шу вақтда савдо қилишг арухсат беради. У айнан шундай созлашларни амалга оширади. У роботнинг ишиг ааралашини мумкин ва шунга ўхшашлар. Одам бирор вақт давомида ҳисобдан жуда катта миқдордаги пулни чиқариши ва бу роботнинг ишини блоклаши мумкин. Шунинг учун психологиян итўлиқ ўрганмасангиз ҳам трейдинг психологиясининг асосий устунларини билишингиз керак.

Иккинчи шарт психотерапияга тааллуқлидир. Одам бирор нарсани ҳис қилишни истаса ва амалда бошқа нарсани ҳис қилса, у бирор ҳаракатни амалга оширишни истаса, лекин амалда бошқа бирор ҳаракатни бажарса, у психотерапевт ҳузурига боради. Психотерапия жараёни тўғрисида жуда кўплаган фикрлар, ўйлаб топилган гаплар, миш-мишлар ёради. Шунингдек кўплаган психотерапия мактаблари ва йўналишлари ҳам мавжуд. Биз буларнинг бирортасини ҳам кўриб чиқмаймиз. Психотерапиянинг асосий вазифаси нима эканлигини эсдан чиқармасангиз бўлди. Бу вазифа қуйидагичадир: одамга у билан нима содир бўлаётганини англашга ёрдам бериш ва унинг бу билан нима қилиш кераклиги ҳақида онгли равишда қарор қабул қилишига ёрдам беришдир.

Биз ҳам ўзимизнинг вазифамизни тахминан шундай тавсифлаймиз. Бизнинг фикримизча трейдер танловн ионгли равишда танлаш: унга қаршилиқ қилиш ёки ресурс сифатида ишлатиш учун уни қайси психологик факторлар ҳаракатга келтириши ҳақида билиши ёки жуда бўлмаганда тасавури бўлиши керак.

Бозорда савдо қилиш, трейдер психологияси тўғрисида юзлаган фундаментал ва илмий-оммабоп китоблар ёзилган. Шунга қарамасдан бу масала ҳали тўлалигича ёритилмаган деб ҳисоблаш мумкин. Умуман олганда яқин орада ҳали уни тўлалигича ёритиб беришнинг иложи ҳам бўлмайди. Чунки бу одам психологияси билан боғлиқ ва бу йўналишда ҳамма нарсани ўрганиб чиқишнинг ўзининг иложи йўқ. Бу ерда сизга психолог олимлар ва амалиётчи трейдерлар биргаликда ишлаб чиқилган ғояларнинг ҳаммаси билан сизн итаништиришимизнинг ҳам иложи йўқ. Шунинг учун сизга шу йўналишдаги адабиётларни ўқиб чиқишни маслаҳат берамиз.

Ушбу курсда сизга умумий ҳолатда трейдер йўлиқиши мумкин бўлган типавий ҳолатлар ва уларни ҳал қилишнинг айрим йўллари таклиф қилишимиз мумкин.

## Муаммо нимада

Трейдерлар Форекс бозорида ҳар куни йўлиқадиган типавий психологик муаммолар.

Ушбу бўлимда трейдер йўлиқадиган асосий психологик муаммолар ёритилган. Ушбу муаммолар кўпинча айнан бошловчи трейдерларгагина тааллуқлидир. Чунки тажрибали трейдерлар мослашишнинг бирор йўлини топишади ёки ўз психологиясин ибозқариш йўллариини ўрганган бўлишади. Янгилар кўпроқ зарар кўришининг сабаби ҳам айнан психологиядадир.

Муваффақиятли трейдернинг асосий “душманлар”ини санаб ўтамиз (трейдернинг чидаги душманлар).

- Интизомнинг йўқлиги
- Иложи борича кўпроқ даромад олишга интилиш (очкўзлик)

- Даромадни иложи борича тезроқ олиш ва зарар кўрганда уни тезда қайтаришга уриниш (ортиқча савдо)
- Ўз кучларини ортиқ деб ҳисоблаш
- Ўз кучига ишонмаслик (ёки стратегиясига)
- Авторитетларга ишониш
- Бозор ҳолатининг яхши тугашига умид қилиш
- Олдин содир бўлган салбий ҳолатнинг қайтарилишидан кўрқиш (биринчи катта зарардан кейин бошланади)

Шу билан “душманлар” рўйхати тугайди деб айтиш қийин, лекин биз ушбу рўйхат мисолида трейдерлар дуч келадиган асосий типавий муаммоларни очиб беришга ҳаракат қиламиз.

Интизомнинг йўқлиги – бу исталган бир одамга хос бўлган умумий муаммодир. Ҳеч қачон 100%лик интизом бўлмайди. Агар бу бирор бир касб учун унчалик муҳим бўлмаса, бошқалари учун – ҳалокатлидир. Трейдер албатта интизомга риоя қилиши керак. Агар ўз имкониятларига унчалик ишонмаётган бўлса, интизом даражасини ошириш устида ишлаши керак.

Интизомнинг йўқлиги бозорга кириш ва чиқишда бепарволик, тизимсиз, кунинг истаган вақтида савдо қилиш, истаганча ҳажмда ва кўзига яқин кўринган истаган биринчи восита билан савдо қилишда кўринади. Вақт бирлигидаги битимлар сони кайфиятга қараб ўзгаради. Бозорга кириш, чиқиш ва позицияни юритиш бўйича қарорлар ихтиёрий таналанувчи факторлар асосида амалга оширилади. Булар орасида истаган нарса, ой циклининг фазаси дан тортиб трейдер организмнинг соматик ҳолатигача бўлиши мумкин.

Интизом йўқлигининг яна битта кўриниши, трейдер химоя ордерлари (стоп-лосс ва тейк-профит) ўрнатмайди. Бу эса зарарлар трейдер кўзлаганидан анча катта бўлиши ёки бтгим бўйича сузувчи даромад шаклида бўлган фойда балансга туширилмайди ва шароит зарар томонга ўзгаради.

Бундай ўзини тутиш нимага олиб келишини тасаввур қилиш учун самолёт кабинасига қўйиб юборилган ва истаган ручкасини тортиши ва истаган кнопкасини босиши мумкин бўлган маймуннинг ҳаракатларини кўз олдингизга келтиришингизнинг ўзи кифоя қилади. Бунда самолёт манзилг аетиб бориши эҳтимоли ног атушиб қолади. Ҳато маймун бирор вақт давомида ручкалар ва кнопкаларга бўлган қизиқишини йўқотиб, банан ейиш билан шуғулланса ҳам барибир натижа бир хил бўлади.

Иложи борича кўпроқ фойда олишга интилиш (очкўзлик) – тушунтириб бериш мумкин бўлган ҳиссиёт, лекин у савдо учун ҳалокатлидир. Унинг кўлида валюталар курсининг ўзгаришида истаганча даромад олиш мумкин бўлган восита борлигидан рухланган бошловчи трейдер иложи борича кўпроқ ва албатта, иложи борича тезроқ ушбу бойликларни ўз кўлига олишга шошилиши турган гап. Ушбу ҳиссиёт туфайли капитални бошқариш қоидаларининг ҳатто энг элементарлари ҳам бузилади (money management). Лекин бозорга катта миқдордаги ҳажм билан кириш ҳали очкўзликнинг энг катта ва энг ҳалокатли натижаси эмас.

Очкўзликнинг энг ёмон кўриниши трейдер позиция фойда келтира бошласа, уни вақтидан олдин ёпишида кўринади. Битмда сузувчи фойда кўрина бошласа, трейдер уни иложи борича тезроқ балансда қотиришга ҳаракат қилади ва бунинг учун битимни ёпиш керак бўлади. Бу ҳолат ерга уруғ қадаган дехқон ҳар бир соатда уни кавлаб, ўсган-ўсмаганлигини текшириб тургани билан бир хилдир. Бундан ташқари бу ҳолат савдонинг “олтин қоидалари”дан бири бўлган: “Зарарни камайтир ва даромад ортишига йўл қўйиб бер!” қоидасига зиддир.

Битимни биринчи фойда кела бошлаши билан тезроқ ёпиш учун take profit типигаги буйруқларни ҳаддан ташқари яқин қўйишади. Stop loss типигаги ҳимоя ордерлари бу ҳолда, одатда, умуман қўйилмайди. Трейдер кўпчилик битимларни фойда билан ёпа олишига ишонади. Катта миқдордаги зарарлар билан тугайдиган битимларда нима қилиш кераклиги ҳақида деярли тушунчага эга эмас ва бундай битимлар кўпайиб кетганида у ҳимоясиз қолади.

Лекин, очкўзлик, агар трейдер уни назорат қила олса, ўзида ижобий ҳолатларни ҳам сақлайди: у қўрқувни енгишга ёрдам беради. Гап шундаки бирор даражада тажрибага эга бўлган трейдер албатта ўз захирасида катта зарарлар билан боғлиқ ҳолатларни ҳам сақлайди. Фойда олишга интилиш ушбу ҳолатларнинг қайтарилишидан қўрқувни енгишга ёрдам беради.

Даромадни иложи борича тезроқ олиш ва зарар кўрганда уни тезда қайтаришга уриниш (ортиқча савдо). Очкўзликнинг натижаларидан бири сифатида трейдернинг бирлик вақт давомида иложи борича кўпроқ битимларни амалга оширишга интилишини кўриш мумкин. Ҳар битта битим ўзида фойда олиш потенциалини сақлагани учун трейдер қанчалик кўпроқ битимларни амалга оширса – шунчалик кўпроқ фойда оламан деб ўйлайди. Шу билан биргаликда у ҳатто озгина фойда берадиган бўлса ҳам битимларни ёпишда давом этади. Бунинг натижасида бир нечта ўнлаган фойдили битимлардан кейин бир ёки иккита йирик зарар кўрадиган битимлар келади ва улар нафақат фойда келтирмайди, балки олдинги фойдаларни ҳам ўзи билан бирга олиб кетади ва депозитнинг йўқотилишига олиб келади.

Биз трейдерларнинг “писовка”, “скальпинг” ва шунга ўхшаган стратегияларни қўллашларига қарши эмасмиз. Лекин трейдер ҳар бир онда уни нима ҳаракатга келтираётганини аниқ билиши керак: стратегиями ёки очкўзликми. Стратегия элементи сифатида (агар трейдер битим қандай таваккалчилик билан очилишини тушунса) – қисқа муддатли ва ўта қисқа муддатли битимларнинг ўз ўрни мавжуд. Лекин трейдер нима сабабдан бирорта битимни ёпганини тушунтира олмаса, унинг ишига очкўзлик ҳисси аралашганлигини таҳлил қилиш керак бўлади.

Очкўзлик ҳиссининг намоён бўлишининг яна битта кўриниши доимий равишда зарарли позицияни уни фойдага олиб чиқиш ва жуда бўлмаганда зарарсиз чиқиш учун назоратсиз ўртачалаштиришдир. Бу ҳам ҳаддан ташқари кўп сонли битимларни ва операцияларнинг ҳаддан ташқари катта ҳажмли бўлишини яратади, бу эса капитални бошқариш принципларига зиддир.

Зарар кўргандан кейин дарров бозорга кириш истаги (зарарни қайтариш истаги) кўпинча трейдернинг ўйланмаган ҳиссиёт асосидаги ҳаракатларни амалга оширишига ва кўпинча жиддий зарар кўришга ва депозитни камайтиришга олиб келади. Одатда, янгилар зарар кўрганларидан кейинги операциянинг ҳажмини икки баробар оширишади. Бунинг натижасида кейинги очилган позиция янада кўпроқ зарар келтиради ва бир нечта шундай операциялардан кейин депозитдан ҳеч нима қолмайди.

Бу ерда, шунингдек, олдинги позиция ёпилиши билан дарҳол бозорга киришни кўзда тутувчи стратегиялар ҳам бўлишини айтиб ўтиш керак. “Кескин бурилиш билан ёпиш” стратегиясида янгидан позиция очилади ва у мавжуд қарама-қарши позицияни ёпади. Бу ушбу стратегия муваффақиятсизликка дучор бўлади дегани эмас. Бозорга кўрилган зарарни қоплаш учун ҳиссиёт турғун бўлмаган кайфиятда кириш билан стратегия бўйича аниқ ҳаракатларни амалга ошириш учун хотиржам киришни бир-биридан фарқлаш керак. Улар ташқи кўринишидан ҳиссий ўзини тутишга ўхшаса ҳам аслида фойдали стратегиядир.

Ўз кучини катта баҳолаш бошловчи трейдерларда икки хил вариантда учрайди.

Биринчидан, бу трейдер эндигина Форекс бозорида иш бошлаган вақтдир. Одатда, реклама чақириқларидан руҳланган ва бир нечта китобларни (кўпинча, ҳатто, бир нечта мақолаларни) ўқиб чиққан трейдер у энди “Олтин хумчани” топганига ишонади ва шу ондан бошлаб унинг молиявий муаммолари ҳал бўлган деб ҳисоблайди. Унинг демо-ҳисобдаги муваффақиятлари унинг ўз кучини ортиқча баҳолашига яна битта сабаб бўлади. Бу ерда демо-ҳисобда савдо қилиш умуман психологик факторлардан озод эканлигини ва уни ҳақиқий ҳисобда савдо қилиш билан таққослаб бўлмаслигини аниқ билишингиз керак.

Бу даврда (тажрибанинг камлиги туфайли) трейдер мағлубиятга учраш алами нималигини билмайди ва сезиларли зарар кўрмаган бўлади. Бу унинг ўзини яхши кўришини янада кучайтиради.

Иккинчи тўлқин трейдер биринчи зарарларни кўрганидан, бироз тажриба тўплаганидан ҳамда шундан кейин бирор вақт давомида депозитнинг доимий ўсиб бориши шароитида савдо қилиб кўрганидан кейин келади. Айрим ҳолларда янги бўлмаган ва иккинчи томондан ҳали профессионал даражасига чиқмаган трейдерлар бозорни “кўра бошлаганлари”, у билан қўшилиб кетганлари (ҳиссий планда) ёки яна қандайдир мистик қобилиятлари очилганига ишонишади.

Ўз кучларига ортиқча баҳо бериш, одатда, керагидан ортиқча агрессив савдо қилишга олиб келади. Жумладан бозорга киришда ҳаддан ташқари катта ҳажмлар ишлатилади. Ҳимоя стоп-ордерларидан фойдаланилмайди. Трейдер хато қилмаслигига ёки битимни ўз вақтида бозор баҳосида ёпа олишига ишонади. Маблағларни диверсификациялар тўғрисидаги тавсиялар рад қилинади.

Ўз кучига (стратегиясига) ишонмаслик савдога худди ўзига ортиқча баҳо бериш каби ҳалокатли таъсир кўрсатади. Ишончсизлик ҳар бир биринчи

3-5 жиддий зарарларни (депозитни йўқотиш ёки етарлича катта серияли зарарли битимларни фиксациялаш) кўргандан кейин пайдо бўлади. Шунингдек ишончсизлик трейдер маълум бозор ҳолатларига реакция билидириш керак бўлган стратегияни ишлаб чиққанидан кейин ушбу ҳолат содир бўлмаса ва савдони амалга ошириш имкони бўлмаса ёки савдо зарарга олиб келса, пайдо бўлади. Ишончсизлик пайдо қиладиган яна кўшимча факторлар – бу бошқа трейдерларнинг фикрларидир, айниқса, улар трейдернинг ўз фикрига қарши бўлса. Бу айниқса янгиларг атаалукли ва улар керакли тажрибага эга эмаслар ва авторитетларнинг таъсирига берилувчан бўлишади.

Ўзига ишонмасликнинг энг кенг тарқалган кўриниши – бу савдодан қочиш, яъни иложи борица узоқроқ бозорга кирмасликдир. Ҳатто (ушбу трейдернинг савдосига қизиқиши бўлмаган ва ҳозирда салбий психоэмоционал факторлар таъсирида бўлмаган кузатувчи нуқтаи назаридан) яхши шароит пайдо бўлганида ҳам ўзига ишонмайдиган трейдер бозорга кирмаслик учун баҳона топа олади. Бунинг натижасида фойда олмаганлик ва капиталнинг туриб қолишидан стресс пайдо бўлади.

Ўзига ишонмасликнинг яна бир тури бозорга кириши билан янада кўпроқ зарар кўрмаслик учун минимал зарар келтираётган ёки зарарга кириб қолмаслик учун салгина фойда билан позицияни ёпишдир. Бундай ўзини тутишни очкўзлик билан чалкаштирманг. Ташқи кўринишидан улар бири-бирига ўхшаса ҳам, бу ҳолатда трейдерни ҳаракатга келтирувчи мотив юқорида тасвирланганидан фарқ қилади.

Кўпинча ўзига ишончсизликни енгиб ўтиш учун анчагина кўп вақт талаб қилинади. Бу ҳолатда савдо стратегиясининг тарихий маълумотларда статистик тадқиқ қилиш ва стейтментни таҳлил қилиш яхши ёрдам беради. Трейдер страгия тарихий маълумотларда фойда билан ишлаганини кўрса, унинг ўзига бўлган ишончи ортади.

Ўзига ишончсизлик фонида авторитетларга ишониш янада яққолроқ кўринади. Ҳатто ўзига ишонувчи бошловчи трейдерлар ҳам ушбу психологик касалликка йўлиққан бўлишлари мумкин. Айниқса трейдерларнинг фикрларига Форекснинг кўп реклама қилинган гурулари кўпроқ таъсир кўрсатишади. Кўпинча бундай одамлар ўз “сигналлари”, “тавсиялари” ёки “башоратлари”ни сотишдан фойда кўришади.

Бошловчи трейдерни авторитетларнинг ортикча таъсиридан соғлом ақл кутқариши мумкин. Қуйидаги саволларнинг жавоблари устида ўйлаб кўриш керак: “Агар ушбу мутахассис ҳақиқатан ҳам жуда яхши биладиган бўлса, нимага унда савдо қилиб даромад топмасдан, ўз маслаҳатларини сотмоқда?”, “Ушбу мутахассис ўз миаслаҳатларига амал қиладими?”.

Авторитетларга бўлган ишонч трейдер ўз фикрлари ва исталганча авторитетларнинг турли манбаларда эълон қилинган фикрлари (айрим ҳолларда бузилган) аралашмасида ишлаши натижасида пайдо бўлади. Ушбу “винегрет” ичидан нима ҳақиқатда ҳам керак ва нимани кераксиз нарса сифатида чиқариб ташлаш кераклигини билиб ҳам бўлмайди. Бунинг устига

иккита ҳар хил авторитетларнинг фикрлари бир-биридан фарқ қилиши ва хатто қарама-қарши бўлиши ҳам мумкин.

Бу ерда жавоб фақат битта бўлиши мумкин: таълим олиш ва мустақил қарорлар қабул қилиш. Шунингдек биз салбий психоэмоционал фактор сифатида кўраётган “авторитетга ишониш” ва трейдернинг кейинги ҳафта учун календар билан танишишдек онгли ва рационал интилишини чалкаштирмаслик керак. сифатли календарда келтириладиган башорат қийматлар ҳақиқатан ҳам тажрибали аналитиклар гуруҳлари томнидан тайёрланади ва эътиборга моликдир. Буни қотиб қолган догма ва воқеалар ривожининг ягона варианты сифатида қабул қилмаслик бошқа гапдир.

Бозор ҳолатининг яхши тугашига умид қилиш зарар кўриш кўрқуви билан чамбарчас боғлиқдир. Бошловчи трейдер учун “зарар кўриш трейдер ишининг бир қисмидир” деган ҳақиқат шубҳалидир. Трейдер ўз карьерасининг бошида у фақат фойдали битимларнигина амалга оширади деб ҳисоблайди ёки жуда бўлмаганда айрим ҳолларда арзимаган зарарлар кўриши мумкин деб ҳисоблайди. Ушбу умид туфайли у зарар кўраётган битимларни ёпмайди ва бозор тескарисига айланагини ҳамда у битимни фойда билан ёпишини кутиб, ҳеч қандай ҳаракат қилмасдан ўтиради. Албатта бундай “умидли” трейдер ҳеч қандай стоп-буйруқларни қўймайди. У умуман битимларни зарар билан ёпишни ўйламайди ва режалаштирмайди ҳам.

Савдода умид жуда ёмон маслаҳатчидир. Трейдер бозор ҳолатини кузатиши ва таҳлил қилиши ҳамда унга эгилувчан реакция билдириши керак. Агар бозорга киришда ҳолат сотиб олиш учун қулай деб баҳоланган бўлса, бир неча дақиқадан кейин ҳолат умуман ўзгариб кетиши мумкин. Трейдер бу ҳолда ҳеч қандай ички қаршилиқларга учрамасдан кириш муваффақиятсиз бўлганлигини тан олиши ва зарарлар нормал таваккал даражасидан ошмасдан олдин позицияни ёпиши керак. Ушбу ҳолатни кўпчилик манбаларда “хато” деб тасвирлашади, лекин биз зарарни “хато” деб ҳисоблашга қаршимиз. Зарар – бу истаган бир битимнинг бўлиши мумкин бўлган иккита тенг ҳуқуқли натижаларидан биридир.

Ушбу ҳолатдан фақат трейдер ўз қоидаларига қарши бозорга кирган ҳолатлар истисно қилиниши мумкин. Восита, ҳажм ёки битим йўналиши хато танланган бўлиши мумкин. Трейдер ушбу битимни амалга оширишни истамаган эди, лекин нимагадир уни амалга оширди. Мана бу ҳақиқий хатодир. Айнан мана шу ҳолда хатони тан олиш ва иложи борича тезроқ зарар кўришни тўхтатиш керак.

Олдин бўлган ёмон ҳолат қайтарилишидан кўрқин.

Умуман олганда бу ўз кучига ишонмасликнинг энг олий кўринишидир. Кўрқув зарарлар ҳаддан ташқари катта бўлганда ёки трейдер ушбу ҳолатни кутмаган ёки бунга бунга тайёр бўлмаган вақтда пайдо бўлганлигидан юзага келади. Кўрқув активликнинг пасайишини келтириб чиқармайди, балки ундан бутунлай воз кечишни юзага келтириши ва ўзига бўлган ишончининг узоқ вақт давомида пасайиши билан кечадиган узоқ муддатли салбий натижаларга олиб келиши мумкин.



Кўрқувнинг пайдо бўлишини, умуман олганда, иложи йўқ. Худди шунингдек трейдернинг катта зарар кўрмаслигини кафолатлаш ҳам мумкин эмас. Лекин шунга қарамасдан трейдер зарарлар – бу ишнинг бир қисми эканлигига ақлий жиҳатдан тайёрланиши мумкин. Ҳеч қачон депозитни тўлиқ йўқотиш мумкин эмас деган фикрга бориш керак эмас. Бу нарса ким билан бўлса ҳам сиз билан ҳеч қачон бўлиши мумкин эмас деб ҳисоблашингиз ҳам керак эмас. Бозорда савдо қилиш юқори таваккалчиликли иш ва шунинг учун фақат ўзингизга ва оилангизга зарар келтирмасдан йўқотишингиз мумкин бўлган капитал ҳажми билангина ишлаш керак.

Шунингдек трейдернинг инвестор ёки кредиторлардан олган маблағлари эвазига ишлаш ҳолатини ҳам кўриб чиқамиз. Бировдан олган маблағлари трейдер учун ўз маблағларига қараганда психологик жиҳатдан “оғирроқ” бўлади. Айниқса маблағлар фоиз билан кредитга олинган ва шунингдек улар инвестиция қилинган бўлса. Сумма қанчалик катта бўлса, трейдер шунчалик катта “зўриқишни” ҳис қилади. Бу ҳолатда фақат бошқаришда қанча сумма мавжудлигидан умуман абстрактлашиш ва исталган ҳисоб билан ўз стратегиянгизга мос равишда ишлашингизгина сизга ёрдам бериши мумкин. Бу ҳолатда ПАММ сервислар жуда қулайдир.

## **Муваффақиятли савдо факторлари ва тажрибали трейдерларнинг маслаҳатлари**

Форекс бозорида муваффақиятли савдо қилиш учун ёрдам берадиган умумий қоидалар ва маслаҳатлар.

“Трейдерга маслаҳатлар”, “Форекснинг олтин қоидалари” ва шунга ўхшашлар жуда кўпчиликни ташкил қилади. Бизнинг мақсадимиз бу ерда уларнинг барчасини йиғиш эмас. Биз қуйида бир нечта умумий қоидаларни трейдер тушуниб олиши ва биринчи қадамларини кўя олиши учун берамиз. Афсуски, тажрибалар шуни кўрсатадики, сиз бу қоидаларни албатта бузасиз. Айнан мана шу нарса ўқитиш жараёни бўлади. Қоидаларни бузиш ва хатоларга йўл қўйиш билан сиз ўзингизнинг савдо кўникмангизни, ўз қонун ва қоидаларингизни ишлаб чиқасиз. Айнан улар охирида сизни муваффақиятга олиб боради.

Қуйида сизга бир нечта умумлаштирилган тавсиялар берилади. Сиз уларга аамал қилиб, дастлабки вақтларда катта зарар кўрмаслигингиз мумкин. Ҳаётнинг ҳар битта ҳолати учун тавсия беришнинг иложи йўқ. Бу берилган маслаҳатлар айрим ҳолларда фойда бермаслиги ҳам мумкин. Шунинг учун уларни қотиб қолган догма сифатида қарамслик керак.

• Депозит битимлар ҳажмлари

- Бошланишига сиз осонгина йўқотишингиз мумкин бўлган суммани ажратинг. Бундай суммани йўқотиш сизнинг молиявий аҳволингизга жиддий салбий таъсир кўрсатмаслиги керак.

- Депозитнинг 10% идан катта бўлмаган сумма билан ишланг (10% - бу ҳамма воситалар ва барча йўналишлар бўйича консолидация қилинган позиция).

- Қарзга олинган пулга ишланманг. Агар сиз компаниядан бонус ёки кредит олган бўлсангиз ҳам бонус тўлиқлигича сизники бўлмагунча фақат ўз маблағларингизга ишонишингиз керак.

- Бир вақтнинг ўзида жуда кўп миқдордаги битимларни амалга оширманг. Бу хатоликлар эҳтимоллигини оширади.

- Агар бу сизнинг савдоингизнинг тактик воситаси бўлмаса, “ўртачалаштирманг” (зарар кўраётган позицияга ҳажм қўшманг).

- Анализ

- Камида иккита манбани таҳлил қилинг (масалан, гарфик анализ + янгиликлар).

- Асосий трендга қарши ишланманг.

- Бозорга киргунча ҳолатни таҳлил қилинг. Сизнинг позициянгиз очилганидан кейин ўз фикрингизни бошқаларнинг фикрлари ва башоратлари асосида ўзгартирманг. Агар сизнинг стратегиянгиз узоқ муддат талаб қиладиган бўлса, позиция ўрнатилгандан кейин терминални ўчириб қўйишингиз ҳам мумкин.

- Жуда бўлмаганда календардаги макроиктисодий воқеаларга эътибор қаратинг. Янгилик чиқиш вақтида баҳоларнинг кесик ҳаракат қилиши мумкинлигини ҳисобга олинг.

- Психология

- Агар сиз ортиқча ҳиссиётларга тўлиб турган бўлсангиз савдо қилманг (эмоционал кўзғалиш, руҳланиш, бахт, эйфория, эзилганлик, жаҳл, ишончсизлик ва ҳаяжон).

- Агар сиз катта миқдорда фойда олган ёки катта зарар кўрган бўлсангиз, камида бир кунлик пауза қилинг.

- Ўзингизда интизомни шакллантириш ва ўз имкониятларингизни нормал, стабил профессионал баҳолашни ўрганинг.

- Битимлар

- Агар қайси ҳолатларда уни зарар билан ва қайси ҳолатларда фойда билан ёпиш кераклиги ҳақида тушунчага эга бўлмасангиз, битимни очманг.

- Зарарларни камайитириш учун ҳимоя Stop Loss ордерини ва фойдани фиксация ёилиш учун Take Profit ордерини ўрнатинг. Take Profit ни камида Stop Loss дан икки баробар катта қилиб қўйиш керак.

- Агар сиз кириш даражасини аниқ биладиган бўлсангиз бозор ордеридан эмас, балки кечиктирилган ордердан фойдаланинг. Кечиктирилган ордерлар аниқ бажарилади. Ҳаракат ҳаддан ташқари тез бўлганда бозор сиз истаган нуқтадан кетиб қолиши ва позицияни очишингиз қийин бўлиб қолиши мумкин.

- Агар сиз “лок” нима эканлигини аниқ билмасангиз – бу усулдан фойдаланманг.

## Капитални бошқариш бўйича умумий тушунчалар

Капитални бошқариш бўйича асосий принциплар. Капитални бошқариш ҳал қилиши керак бўлган вазифалар.

Молия бозорларида савдо қилишнинг муҳим ташкил этувчиларидан бири – бу капитални ва таваккалчиликни бошқаришдир. Агар бозор таҳлили (фундаментал ва техник) “Позицияни қачон ва қайси томонга очиш керак?” деган саволга жавоб берса, капитални бошқариш бошқа барча саволларга жавоб беради.

- Қандай қилиб оптимал таваккал даражасида капиталнинг кўпроқ ўсишини таъсинлаш мумкин?

- Капиталнинг оптимал ўсиши темпида таваккалчиликни қандай камайтириш мумкин?

- Алоҳида позицияларни қанча ҳажм билан очиш керак (шу жумладан олдинги даврдаги савдо натижаларини ҳам ҳисобга олган ҳолда)?

- Позициянинг максимал консолидация қилинган ҳажми қанча бўлиши керак?

Ва шунга ўхшашлар.

Энг аввало ҳар битта трейдер зарар кўриш ҳудди фойда каби савдонинг ажралмас қисми бўлганлиги туфайли албатта зарарлар бўлишини тушуниши ва қабул қилиши керак. улар ҳудди кун ва тун, танганинг икки томони каби бир-бирисиз бўлмайди. Бу ҳақиқат қанчалик содда бўлишига қарамадан ҳар битта трейдер ҳам уни қабул қилишни истамайди. Бошловчи трейдерларнинг фақат фойдали позицияларни амалга оширишга интилишлари (бу ўзига хос идеализм) капитални бошқаришнинг асосий қоидаларининг бузилишига олиб келади. Айнан: зарарли битимлар ёпилмайди (эртами-кечми бозор бурилади ва ушбу битим фойда келтиради деган умидда), фойдали битимлар эса озгина сузувчи фойда пайдо бўлиши билан дарҳол ёпилади.

Трейдерлик кўникмаларини шакллантиришда анализ натижасида бозорнинг йўналишини ҳамиша аниқ баҳолашга ва фақат бўлғуси ҳаракат йўналишида битимлар очишга интилиш кераклигига умид қилиш абсолют нотўғридир. Бундай мақсадни амалга оширишнинг ўзи мумкин эмас. Жуда бўлмаганда ҳозирги вақтда илм-фан ушбу вазифани ҳал қилиш йўлини ҳали билмайди.

Бундан нима келиб чиқади? Бундан ҳозир мавжуд бўлган позиция ўзида маълум таваккалчиликни олиши келиб чиқади. Жумладан фойдани тўлиқ ола олмаслик ёки кутилган даражада ола олмаслик ва шунингдек зарар кўриш ва ҳатто кутилганидан ортиқ зарар кўриш таваккалчилиги ҳам

мавжуд. Капитални ва таваккалчиликни бошқариш олдидаги турган вазифалар ҳам куйидагилардан иборат:

- Зарарлар мумкин бўлгани ичида энг минимали бўлиши керак;
- Зарарлар серияси (башорат қилинган узунликда) ҳаддан ташқари зарарларга олиб келмаслиги керак;
- Стратегия учун ноқулай бўлган шароитларда йўқотишларни минималлаштириш мумкин бўлсин;
- Фойда максимал бўлишини таъминлаш;
- Стратегия учун қулай бўлган бозор шароитларида олдинги кўрилган зарарларни қоплаш мумкин бўлсин (агар бўлган бўлса) ва шароитдан иложи борича максимал фойда олиш.

Таваккал ва капитални бошқариш ҳақида фақат ва фақат трейдерда бирор формаллаштирилган стратегия мавжуд бўлсагина гапириш мумкинлигига алоҳида эътиборингизни қаратамиз. Акс ҳолда (агар бугун эрталаб трейдернинг кайфияти яхши бўлгани учун савдо қилган ва кеча эса тирноғи оғригани учун қилмаган бўлса) эса фақат факт (мавжуд стейтмент) бўйича у ёки бу савдо натижаларига нима олиб келганлигини таҳлил қилиш имконияти ҳақидагина гапириш мумкин. Афсуски, тажрибалар кўрсатишича бошловчи трейдер тасодифан бозорни “кўра бошлаганини” билиб қолса (яъни бозор қайси томонг акетишини интуитв равишда сеза бошласа), бу хаотик, тизимсиз битимлар тузилишига олиб келади ва улар тез орада депозитнинг бутунлай йўқотилишига олиб келади. Стейтментнинг таҳлили эса бу ҳолда фақат бунга нима олиб келгани ва қаерда энг дағал хатоларга йўл кўйилганини аниқлашга уриниш бўлади ҳолос.

Стратегия албатта механик савдо тизими бўлиши шарт эмас, лекин у камида асосий саволларга жавоб берадиган қоидалар тўпламидан иборат бўлиши керак.

Айтилиши керак бўлган иккинчи нарса эса стратегиянинг потенциал фойдалилиги ва у олиб келадиган таваккалчилик орасидаги боғлиқликдир. Унга юзаки қараганда у пропорционал алоқага ўхшашини айтишимиз мумкин, чунки у чизиқли эмас. Яъни умуман олганда фойдалиликнинг камайиши таваккалчиликнинг ҳам камайишига, фойдалиликнинг ортиши – таваккалчиликнинг ортишига олиб келади. Лекин айрим ҳолларда таваккалчиликнинг ортиши фойданинг ортишига ва фойданинг камайиши таваккалчиликнинг ҳам камайишига олиб келмаслиги ҳам мумкин. Капитал ва таваккалчиликни бошқаришнинг идеал мақсади айнан тесқари ҳолатлар, яъни: фойдалиликни таваккалчиликни оширмасдан ва таваккалчиликни фойдани камайтирмасдан камайтиришдан иборат. Бундай мақсадларни ҳам амалга ошириш мумкин.

Математик нуқтаи назардан шубҳа уйғотмайдиган муҳим фактни айтиб ўтаамиз: *стратегиянинг ижобий математик кутуши (қанчалик кичик бўлса ҳам) мавжуд бўлганда, капитални бошқариш методлари билан депозитнинг экспоненциал ўсишини таъминлаш мумкин*. Бошқача айтганда агар унинг ёрдамида доимий ҳажм билан савдо қилганда қанчалик кам бўлса ҳам депозитнинг ўсишига эришсангиз, ушбу стратегия учун шундай капитални

бошқариш қоидаларини танлаш мумкинки, депозитнинг ўсиши чизикли эмас, экспоненциал бўлади. Бу ердан эса ҳар қандай стратегия учун бирор оптимал битим ҳажми мавжуд бўлади. Ушбу курс доирасида биз барча майда-чуйдаларни ва математик таҳлилларни кўриб чиқа олмаганлигимиз туфайли сиз улар ҳақида мустақил равишда адабиётлардан ўқиб олишингизни маслаҳат берамиз. Қуйида эса капитални бошқаришнинг умумий қоидаларини келтирамиз.

## **Капитални бошқаришнинг бир неча қоидалари**

Сизнинг депозитингизни сақлаб қолувчи капитални бошқаришнинг умумий қоидалари.

Ушбу капитални бошқариш қоидалари маблағлар жепозитини сақланиб қолишини таъминлаш ва операцияларни максимал фойда билан ҳавфсиз амалга оширишни таъминлашга мўлжалланган. Уларни бошқача қилиб “Moneymanagement” қоидалари деб аташади. Замонавий савдо ММ қоидаларини киприк қоқмасдан бажаришни талаб қилади, лекин фойда олишингизни кафолатламайди.

Пул депозитининг хавфсизлигини таъминлаш учун бир қатор шартларнинг бажарилишини таъминлаш керак.

1. Инвестиция қилинган маблағларнинг умумий суммаси умумий капиталнинг 50% идан ошиши керак эмас. Ушбу принцип очиқ позициялар учун маржани ҳисоблаш қоидасини ўрнатади. Бошқа аналитиклар ушбу сумма янада кичикроқ бўлиши кераклигини айтишади: 5-30%. Бу ерда гап айнан умумий сумма (бир неча битимлар бўйича) ҳақида кетаётганлигини ян абир марта айтиб ўтамиз. Яъни ушбу қоида депозитнинг 50% ини ташкил қиладиган битта битим билан савдо қилиш кераклигини билдирмайди.

2. Битта битимга тикилган сумма умумий депозитнинг 10-15% идан ортиши мумкин эмас. Бу ҳолатда трейдер битта битимга ҳаддан ташқари кўп маблағларни киритишдан суғурталанган ва унинг синишининг олдини олади. Бу қоида “Барча тухумларни битта саватга қўймаслик” қоидасининг ўзидир.

3. Ҳар битта очилган позициянинг ўрнатилган стоп-лосс даражаси бўйича аниқланадишан таваккалчилик нормаси капиталнинг умумий ҳажмининг 5% идан ортмаслиги керак. Шундай қилиб, агар битим зарарли бўлса, трейдер ўз маблағининг 5% идан ортиғини йўқотмайди. 5% деган қиймат Мэрфининг ишларидан олинган. Лекин Элдер 1,5-2% қийматни тавсия қилади.

4. Бозорнинг битта гуруҳида позицияларни очишда киритиладиган гаровларнинг умумий суммаси умумий капиталнинг 20-25% идан катта бўлмаслиги керак. бу кўпчилик валюталар долларга нисбатан ўзларини бир хилда, айниқса АҚШ бўйича иқтисодий маълумотлар чиқишида тутишганидан келиб чиқади. Шунинг учун таваккалчиликларни

диверсификация қилиш учун таркибида доллар бўлган валюта жуфтликларида ҳамда кросс-курсларда ишлаш керак. бундай шароитда бир хил очик позициялардаги зарар бошқалари ҳисобига қисман бўлсада қопланади.

Позицияларни очишда стоп-лосс ва тейк-профит даражаларини қўйиш бўйича маълум қоидалар мавжуд. Барча валюта жуфтлари юқори волатилликли ва паст волатилликли жуфтликларга ажратилади. Кўпчилик трейдерлар “кунлик” савдо билан ишлашади. Бунда позициялар 1-3 соатга очилади ва ушбу позициялар бозордаги асосий кундалик ҳаракатлар билан ишлайди. Позицияни кейинги кунга қолдириш учун жиддий асос керак. Валютанинг волатиллигининг катталиги “баҳо шовқини” деб аталадиган даражани аниқлайди ва у тахминан қуйидагича аниқланади: 24 соатлик шамлар олинади ва уларнинг соялари орасидаги узунлиги ҳисобланади (high ва low нуқталари орасидаги масофа) ва олинган қиймат 24 га бўлинади. Тажрибалар кўрсатишича баҳо шовқинининг минимал катталиги 30 пунктга тенг. Бундай валюта воситалари паст волатилликли деб аталади. Баҳо шовқини 40 ва ундан ортиқ пунктдан иборат бўлганида, улар юқори волатилликли деб аталади. Кунлик савдода («интрадей») стоп-лоссни баҳо шовқинидан паст қўйишнинг маъноси йўқ. Яъни стоп-лоссининг катталиги принцип жиҳатидан ҳам 35 пунктдан кам бўлиши мумкин эмас.

5. Қўйилаётган стоп-лосс/тейк-профит нисбати битта позиция учун тахминан 1:2 дан кам бўлиши мумкин эмас; бошқача айтганда, юқоридагилардан келиб чиқиб стоп-лосс 35 пунктдан, тейк-профит эса 60 пунктдан кам бўлиши мумкин эмас. Ушбу қоида муваффақиятли ва муваффақиятсиз битимларнинг сони 1:1 бўлганида ҳисобда маълум миқдорда фойда бўлишини таъминлайди.

Савдо операцияларини амалга оширишда амал қилиш керак бўладиган маълум қоидалар мавжуд. Умуман олганда FOREXда ишлаш трейдердан юқори интизомни ҳамда маълум иш тизимидан фойдаланишни талаб қилади. Агар гап кундалик савдо ҳақида кетадиган бўлса, ҳар куни маълум регламентга амал қилиш керак.

1. Куннинг бошида савдо терминалини ишга туширишда бозорнинг ҳозирги аҳволини таҳлил қилиш, яъни: ҳозир баҳолар қаерда ва улар нимага шу ерда, терминал ўчирилган ва баҳоларнинг ҳаракати трейдер томонидан кузатилмаганда нималар содир бўлди деган саволга жавоб бериш керак.

2. Бугунги кун учун иқтисодий янгиликларнинг чиқиш календари билан танишиш. Гринвич бўйича қайси соатларда, қайси иқтисодий янгиликлар чиқади ва улар бозорнинг ҳолатига ҳамда баҳоларнинг ҳаракатига қандай таъсир кўрсатиши мумкин? Фундаментал анализ кўникмалари фақат тажриба билан орттирилади ва бунинг учун амалда савдо қилиш тажрибаси керак бўлади.

3. Мавжуд куч даражаларини асосий, савдода ишлатиладиган валюта воситалари учун аниқлаш, мавжуд кундалик баҳолар диапазонини аниқлаш.

4. Амалга оширилган таҳлил натижасида ушбу кун учун савдо режасини тузиш, жумладан: қайси даражаларга эришганда бозорга кириш

мумкин, бунда қўйиладиган стоп-лосс даражаси, бўлиши мумкин бўлган фойда катталиги ва тегишлича тейк-профит даражаси аниқланади. Бозорга кириш-чиқиш шартлари қанақа, қайси баҳо ҳолати штатдан ташқари деб билинади ва тезда бозордан чиқишни талаб қилади. Бозорга киришга қарор қабул қилишда таҳлил натижаларидан келиб чиқиш ва очик ҳамда кейинги суткага ўтказилган позициялардан кўрган мавжуд зарарларингизга реакция тарзида бўлмаслиги керак эканлигини тушунишингиз керак. позицияни очишда битимнинг давомийлигини аниқ режалаштириш ва режалаштирилган вақт келганидан кейин бозордан чиқиш имкониятини ҳамда бозор ҳаракатлари натижасида қандай муҳим баҳолар ўзгаришлари рўй берганлигини баҳолаш керак.

5. Қабул қилинган савдо режасига қатъий амал қилиш. Бозорга киришда ўзингизга қуйидаги саволга аниқ жавоб бера олишингиз керак: “Бозорга киришимга нима сабаб бўляпти?” Бундай асос бўлиб анализнинг натижаларининг мавжуд баҳолар ҳолати билан мос келиши ва у техник индикаторлар билан тасдиқланиши (камида иккита) хизмат қилиши мумкин.

6. Олдин ҳасоблаб қўйилган стоп-лосс даражасини шароит сизга қандай бўлиб кўринмасин, зарарларни кўпайтириш томонига қараб суриш қатъий таъқиқланади. Стоплар қўйилмаган ҳолатда ишлаш умуман таваккалчилик ҳисобланади.

7. Бозорга киришда валюта курсларининг иқтисодий янгиликларнинг чиқишида валюта курсларининг бўлиши мумкин бўлган ҳаракатларини ҳисобга олиш керак. Валюта курсларининг қисқа муддатли кучли ҳаракатлари стоп-лосс билан тугаши ва шундан кейин бозор трейдер аниқлаган йўналишда кетиши мумкин. Шунинг учун валюта курсларига катта таъсир қилиши мумкин бўлган иқтисодий янгиликлар чиқишидан 30 дақиқа олдин янги позициялар очмаслик, мавжуд позициялардаги стоп буйруқларини загарсиз соҳага суриб, уларни ҳимоя қилиш ёки мавжуд позицияларни курсларнинг бўлиши мумкин бўлган ўзгаришларини ҳисобга олган ҳолда ёпиш керак.

Юқоридаги қоидалар битимларни амалга оширишга ва савдо жараёнига тайёрланишга қаратилган. Қуйида эса биз сиз билан битимлар тарихини таҳлил қилиш ва депозитнинг ўсишидан ташқари қайси асосий кўрсаткичларга эътибор бериш кераклигини кўриб чиқамиз.

## **Таваккалчиликларни таҳлил қилишнинг муҳим кўрсаткичлари**

Таваккалчиликни таҳлил қилиш тушунчаси. Тикланиш фактори ва максимал ошиб борувчи зарар.

Трейдинг билан бошланғич танишиш курсида биз ушбу мавзуга бағишланган материалларни чуқур таҳлил қила олмаймиз. Фақат таваккалчиликлар таҳлили – математика ва статистикага асосланган алоҳида

фан соҳаси эканлигини айтиш мумкин. Ушбу соҳадаги тадқиқотларг асосланиб битимлар натижалари ҳақидаги маълумотлар, яъни стейтмент асосида тизимдан келажакда нималарни кутиш мумкинлиги ҳақида хулосалар чиқариш мумкин.

Бу ерда биз (фақат иллюстрация мақсадида) иккита муҳим кўрсаткични кўриб чиқамиз:

- MDD (maximal drawdown, максимал ошиб борувчи зарар)
- RF (recovery factor, тикланиш фактори)

Ушбу иккита параметр биргаликда бизга тизим кўрилган зарардан кейин ҳеч бўлмаса дастлабки баланс даражасигача чиқа олиш-олмаслигини тасаввур қилишимизга ёрдам беради. Бу ҳақда батафсил тўхталамиз.

Дастлаб савдо сессия тарзда амалга ошириладиган фонд биржаларида (масалан, эрталабки 9 дан кечки 18 гача) MIDD (максимал кунлик зарар) параметри қўлланиларди. Кун охирида барча битимлар ёпилишини назарда тутсак, ушбу параметр бутун савдо даври давомидаги максимал зарар тарзида қаралиши мумкин эди.

Расмга қаранг.



18-расм. Максимал ошиб борувчи зарар

Бу ерда биз баланснинг ўзгариши қандай содир бўлганини кўрамиз. “а” нуқтасигача депозитнинг кўриб чиқиш учун қизиқиш уйғотмайдиган нисбатан кичик зарарлар билан бирор даражада стабил ўсиши кузатилади. “а” нуқтасида биринчи сезиларли зарар кўрилган, лекин у максимал ошиб борувчи зарар эмас эди. Чунки маълум миқдорда ўсганидан кейин баланс даражасининг пасайиши давом этган ва “b” нуқтада навбатдаги маҳаллий минимум кузатилган. Лекин “b” максимал зарар нуқтаси эмас. “c” нуқтасида депозитнинг бутун савдо тарихида абсолют минимум даражасига эришилган ва айнан маҳаллик максимум “x” дан абсолют минимумгача бўлган масофа MDD параметри ҳисобланади.

Нимага эътибор қаратиш керак? Бу ерда биз нисбийлик назарияси ҳақида гаплашмаймиз, лекин истаган бир ақлли одамга интуитив тушунарли бўлган нарсаларни айтиб ўтамиз. Агар “а” нуқтасидаги зарарга олиб келган бир нечта зарарли битимлар серияси содир бўлган бўлса, ушбу графикни кўриб чиқаётган аналитик агар бундай ҳолат икки марта содир бўлса нима бўлиши ҳақида ўйлаб кўриши керак. “b” нуқтасида биринчи зарардан кейин хали баланс тикланишга улгурмасдан иккинчи марта йирик зарар



кўрилганлигини кўрсамиз. Учинчи зарар (“с” нуқтасида) камроқ чуқурликка эга, лекин у ҳам баланс “х” нуқтасигача тикланишидан олдин содир бўлган.

Бу ерда биз тикланиш фактори деб аталадиган иккинчи параметрни ҳам киритамиз. У абсолют фойданинг (бутун давр давомида) максимал ошиб борувчи зарарга нисбати тарзида топилади.

$$RF = \frac{Profit}{MDD}$$

Ушбу кўрсаткич тизимнинг зарарлардан кейин тикланиш қобилиятини билвосита кўрсатади ва унинг турғунлиги ва самарадорлигини ҳам. Кўпчилик аналитиклар тикланиш факторининг қиймати 1.6 бўлиши чегара кўрсаткич деб ҳисоблашади. Агар тизим 1.6 дан зиёд тикланиш факторини кўрсатса, уни яхши самарадорликка эга турғун тизим сифатида кўриш мумкин. 1.6 дан кичик қийматларда депозитнинг йўқотилиш хавфи катталиги ҳақида гапириш мумкин, чунки тизимнинг зарардан кейин тикланиш тезлиги етарли бўлмаслиги мумкин.

Ушбу бўлимни тугатаётиб бу ерда кўриб чиқилган иккита фактор мавжуд стейтмент бўйича тизимнинг ишлашини таҳлил қилишнинг энг умумий усули эканлигини эслатиб ўтамиз. Лекин усул жуда оддий ва шу билан биргаликда самаралидир.

## Автоматлаштирилган савдо

Савдо роботи тушунчаси ва унинг Форкекс бозорида савдо қилишининг ўзига хосликлари. Стратегияларни тестлаш.



Савдо психологиясига бағишланган бўлимда трейдер ўз иши давомида қандай қийинчиликларга рўбарў бўлиши мумкинлигини кўриб чиққан эдик. Бундай муаммоларнинг мавжудлиги доимий равишда савдода ким кўпроқ муваффақият қозониши мумкин: одамми ёки роботми деган баҳсларнинг келиб чиқишига сабаб бўлади.

Бозорда савдо қилаётган одам ҳиссиётлар ва турли кайфият ўзгаришларига маҳкумдир. Унга соғлиги, чарчоқ, ташқи ахборот (янгиликлар, миў-мишлар, аналитик материаллар) ва бошқалар таъсир қилиши мумкин. Ушбу рўйхатни чексиз давом эттириш мумкин. Шунингдек трейдернинг биринчи муваффақиятларидан кейин пайдо бўладиган хаддан ташқари ўзига бино кўйиши ва бунинг натижасида савдога путур етиши ҳолатларини ҳисобга олиш керак. Буларнинг ҳаммасига одам интеллекти ва тажрибаси, шунингдек ишга ижодий ёндашиш нуқта кўйиши мумкин.

Компьютер бугунги кунда ижодий ёндашувга қодир эмас ва сунъий интеллект соҳасида эришилган натижалар одам мияси имкониятлари олдида ўта қашшоқдир. Шунга қарамасдан компьютер бир қатор устунликларга эга: у узоқ вақт давомида дам олмасдан стабил ишлаши мумкин, уйқу ва дам

олиши керак эмас, эмоционал қарорлар қабул қилмайди. Ўз ҳаракатларида бозордаги бирор моделни амалга оширувчи олдиндан берилган алгоритмдан четга умуман чиқмайди.

Савдо роботи (механик савдо тизими (MCT) ёки эксперт (EA)) махсус ёки умумий дастурлаштириш тилида (бу MQL4, MQL5, Easy Language, Qpile ёки савдо платформасига киритилган бошқа тиллар бўлиши мумкин, шунингдек C++ ёки C#, Delphi, Visual Basic ва бошқа тиллар бўлиши ҳам мумкин) ёзилган компьютер дастуридир. Агар тил платформанинг бир қисми бўлса (савдо терминалиги киритилган бўлса), у терминал имкониятларидан савдо операцияларини амалга ошириш учун фойдаланиши ҳам мумкин.

Умумий дастурлаш тилларида дастурлаш учун айрим брокерлик компаниялари томонидан бирор савдо платформаси учун тақдим қилинадиган API функциялари йиғмалари керак бўлади. Кейинги вақтларда MetaTrader 4 ва MetaTrader 5 терминалларидан кўпроқ фойдаланишмоқда ва тегишлича MQL4 ва MQL5 дастурлаш тиллари ушбу терминалларнинг ичига жойлаштирилган. Бу дастурчига савдо терминалининг барча имкониятларига тўғридан-тўғри мурожаат қилиш ва қўшимча воситаларни ("кўприклар", "коннекторлар" ва бошқаларни) қўлламаган ҳолда истаган савдо операциясини амалга ошириш имкониятини беради.

Савдо роботининг муҳим ўзига хосликларидан биттаси уни тарихий маълумотларда тестлаш имконияти мавжудлигидир. Яъни у ҳудди ўтмишда ишлагандай ҳолатни яратиш ва ушбу ишнинг натижаси қандай бўлганлигини кўриш мумкин. Лекин ҳар қандай ҳолда ҳам стратегиянинг ўтмишдаги самаралилиги унинг келажакдаги фойда келтириши кафолатини билдиравермайди. Лекин тестлаш натижасида стратегиянинг потенциал даромадлилигини ва унда мавжуд таваккалчиликларни бирор даражада баҳолаш мумкин. Статистик маълумотларга эга бўлган ҳолда ушбу стратегияга қанча капитални ишониш мумкинлиги ҳақида хулоса чиқариш мумкин бўлади. Ушбу нуқтаи назардан савдо роботи бозорни тахмин қилмайди, балки у унга киритилган савдо стратегиясининг статистик устунлигини амалга оширади. Стратегиянинг ўтмишда ишлашини моделлаштириш айрим хатоликларни ўз ичига олган бўлиши ҳам мумкин ва абсолют аниқ деб қаралиши керак эмас.

Агар стратегияни тестлаш трейдерни қониқтирадиган натижалар берса савдо роботига ҳақиқий ҳисобда савдо қилиш имкониятини бериш мумкин. Айрим брокерлик компаниялари истовчиларга VPS (виртуал приват (хусусий) сервер) хизматини таклиф қилишади ва бу сизга савдо роботини ушбу серверга ўрнатиш имкониятини беради. Бу ҳолда сиз ўзингизнинг компьютерингизни доимий равишда ёқилган ва интернетга уланган ҳолда ушлаб туришингизнинг кераги ҳам бўлмайди. Сиз учун компаниянинг сервери ишлайди.

Бундай воситаларга (VPS + EA) эга бўлган ҳолда сиз Форекс бозорида ўз стратегиянгиз бўйича тўлиқ автоматлаштирилган ва автоном равишда ишни ташкил қилишингиз мумкин. Лекин ушбу савдо роботини қаерда

жойлаштириш масаласини ўзингининг имкониятларингиздан ва хоҳишингиздан келиб чиқиб, ўзингиз ҳал қиласиз.

## Ғоя

Савдо ғояси тушунчаси. Савдо ғоясини ҳаракатдаги Turtles стратегияси асосида кузатиш.

Савдо ғояси – бу муаллифнинг фикрига кўра Форекс бозорида ишлашда фойда келтириши мумкин бўлган бирор иш усули (методи) дир. Интернетда ўнлаган арзийдиган савдо ғоялари келтирилган. Уларнинг айримлари формаллаштирилган ва ҳар битта майда-чуйдаларигача тасвирланган, бошқалари эса шунчаки умумий ҳолда берилган. Масалан, "скальпинг", "арбитраж", "каналда савдо қилиш" ғоялари кенг тарқалган. Буларнинг ҳар бири бутун бир синфни ташкил қилади ва уларнинг ҳар бирининг ичида кўплаган аниқ стратегиялар бўлади. Ҳар битта бундай синф – бу унга кирувчи стратегияларнинг ҳаммаси учун молия бозорларида фойда олишга бирор умумлаштирилган ёндашувдир. Шунинг учун ўз-ўзидан бундай синфни (масалан, "скальпинг"ни) савдо ғояси деб ҳисоблаш мумкин эмас.

Яхши савдо ғоясининг хрестоматик мисоли қилиб Тошбақалар (Turtles) стратегиясини келтириш мумкин. Ушбу мисолда биз механик савдо тизими (МСТ) ни қуришнинг барча босқичларини кўриб чиқамиз. Фақат бунда аниқ дастурни қандай амалга оширишни кўриб чиқмаймиз, чунки бу бизнинг кириш курсимизда кўриб чиқиш учун жуда катталик қиладиган алоҳида мавзудир.

Биз ушбу мисолни бекорга танлаганимиз йўқ. Чунки ушбу ҳикоянинг кенг тарқалган версиясига кўра айнан у трейдерга худо томонидан юқтирилган қобилиятлар, олтинчи туйғу (бозони кўриш), бозорда савдо қилиш санъатини эгаллаши керакми ёки қатъий белгиланган қоидалар йиғмасига эга бўлиш ва унга амал қилиш етарлими деган азалий баҳсни ҳал қилиб бериши керак эди.

Ғоянинг маъноси улар пайдо бўлганида узун трендлардан фойда олишдир (маълумот учун шуни айтиш керакки: ҳар қандай бозор 35% ҳолатларда ўсувчи ёки пастловчи тренд ҳолатида бўлади ва қолган 65% ҳолатларда флэт ҳолатида бўлади деб ҳисобланади). Флэт ҳолати тошбақалар стратегияси учун зарарлидир. Лекин тренд пайдо бўлганида барча кўрилган зарар битта ёки иккита битим билан қопланади. Бу ердагап шундаки, Тошбақалар стратегияси зарарли позицияларни ҳали зарар катталашмасдан қатъий равишда чегаралашни назарда тутати. Шунинг учун зарарли битимлар кичкина бўлади. Шу билан биргаликда тренд шакллана бошлаган вақтда Тошбақалар фойданинг ўсишига имкон беришади ва фойда ҳали кам бўлган вақтда позицияни ёпишга йўл қўйишмайди. Шундай қилиб Тошбақалар стратегияси трейдингинг асосий қоидаларидан бўлган

*“Зарарларни чегарала ва фойданинг ўсишига имкон бер!”* қоидабини амлга оширади.

Кейинги бўлимга ўтишдан олдин шуни айтиб ўтиш керакки дастлаб Тошбақалар стратегияси биржадаги фьючерс контрактлари билан савдо қилиш учун ишлаб чиқилган эди. Биз эса уни валюта бозорига тадбиқини кўриб чиқамиз. Бунда биз бунга тайёр бўлмаган ўқувчи аҳамияти кам бўлган деталларга чалғимаслиги учун салгина соддалаштираемиз.

## **Формаллаштириш**

Сизнинг шахсий савдо ғоянғизни шакллантирадиган асосий қоидалар ва саволлар.

Механик савдо тизимини куриш учун битта ғоянинг ўзи камлик қилади. У фақат “интуитив савдо”ни амалга ошириш учунгина етарли бўлиши мумкин. Лекин бундай савдога айнан қобилият, ривожланган интуиция керак бўлади. Бундай қобилиятлари мавжуд одамлар борлигини инкор қилиб бўлмайди. Лекин биз бу вариантни кўриб чиқмаймиз. Қуйида биз белгиланган қоидаларга аниқ амал қиладиган механик савдо тизимини куриш билан боғлиқ ҳолатларни кўраемиз.

Савдо тизимининг қоидалари формаллаштириш ва дастурлаш тилларининг бирида тасвирлаш учун оддий ва тушунарли бўлиши керак. Бундай қоидаларнинг жамланмасини аниқлаш – савдо тизимини формаллаштириш ҳисобланади. Бу қоидалар биргаликда аниқ, тиниқ ва куйидаги саволларга ажавоб бера олишлари керак:

- Қайси савдо воситаси билан савдо қилиш керак (портфел яратиш, диверсификация)?
- Ҳар битта битимнинг ҳажми қандай бўлиши керак (позициянинг ўлчами)?
- Позицияни очиш қайси ҳолатларда амалга оширилиши керак (кириш шартлари)?
- Позициядан қайси даражада зарар билан чиқиб кетиш керак (стоп-лосс)?
- Қайси даражада позициядан фойда билан чиқиб кетиш керак (тейк-профит)?
- Позицияларни айнан қайси усул билан очиш ва ёпиш керак (кечиктирилган ордер биланми ё бозор бўйичами)?

Юқорида келтирилган барча саволларга ажавоб бера оладиган тизимлар “тўлиқ” тизимлар деб ҳисобланади.

Мисол тариқасида Тошбақа савдо стратегиясини соддалаштирилган вариантда формаллаштираемиз (унинг дастлабки тавсифи тажрибасиз трейдер тушунадиган тилда эмас):

- Савдо учун “мажор” гуруҳига кирувчи етита валюта жуфтлари ишлатилади: EURUSD, GBPUSD, USDJPY, USDCHF, AUDUSD, NZDUSD, USDCAD.

- Ҳар битта битим бўйича маржа депозитнинг 1% ини ташкил қилиши керак. 0.01 лотгача жипслаштириш (округление) мумкин.

- Позциянинг очилиши охириги 20 соат ичидаги масимум (сотиб олиш) ёки минимум (сотиш) даражасидан ҳеч бўлмаса бир пункт ошганда амалга оширилиши керак.

- Позцияни ёпиш мавжуд депозитнинг 2% идан ошганда зарар билан амалга оширилиши керак.

- Позцияни фойда билан ёпиш сузувчи фойда 10 соатлик минимум (сотиб олиш позциялари учун) ёки 10 соатлик масимум (сотиш позциялари учун) га етганда 2% га етганида амалга оширилади.

- Позцияларни очиш ва ёпиш кечиктирилган ордерлар билан амалга оширилади: сотиб олиш – buy stop, сотиш – sell stop, чиқиш – stop loss.

Бизнинг минимал (жуда содда) қоидалар жамланмамизда “қуйиш” (бозор биз истаган йўналишда кетаётганда ҳажм кўшиш) ва шунингдек бошқа савдо тизимини формаллаштириш жараёнини иллюстрациялашда унчалик муҳим бўлмаган ҳолатлар тушириб қолдирилган. Шунингдек, Тшбақалар ситемасининг дастлабки версияси каттароқ вақт диапозони учун ишлаб чиқилган эди.

Қоидаларнинг ҳар битта пунктини шархлаймиз.

Бир нечта валюта жуфтликларидан фойдаланиш иккита мақсадни амалга оширишга имкон беради. Биринчидан, бу диверсификация (таваккалчиликни минималлаштириш ва фойдани оптималлаштириш учун депозитни бир нечта воситаларга тақсимлаш). Иккинчидан, бу трендни ушлаб олишга имкон беради: битта восита флётда бўлган вақтда бошқалари трендга кириши мумкин.

Битим учун алоҳида кичик ҳажмнинг ажратилиши депозитнинг барчасидан ажралиб қолиш имкониятини амалда йўққа чиқаради (9бунинг учун жуда кўп кетма-кет зарарли битимлар керак бўлади). Депозит 1000 доллар бўлганида 0.01 лот ҳажмли битимларни очиш керак бўлади (бу ҳолда 1:100 елка учун маржинал гаров 10 доллар, яъни депозитнинг 1: и бўлади).

Ёриб ўтиш даражасига келсак – турли тизимларда ёриб ўтишни идентификацияловчи турли қоидалар мавжуд. Гап шундаки бундай тизимлар учун системанинг “ёлғон ёриб ўтишлар” – яъни баҳо канал чегарасини озгина вақтга ёриб ўтиши ва кейин яна каналга қайтиши ҳолатига реакция билдиришлари сонини камайтириш керак. лекин бу тизимни мураккаблаштиради. Бизнинг ҳолатимизда биз ёлғон ёриб ўтишларни филтрловчи кўшимча қоидаларни киритмаймиз ва канал чегарасини 1 пунктга ошишини ёриб ўтиш деб ҳисоблаймиз ва бу битимни амалга оширишга сигнал бўлади.

Бир стандарт пунктнинг баҳоси, агар битим ҳажми 0.01 лот бўлса, 0.1 долларга (10 центга) тенг бўлади. Бу эса зарар 200 пунктга етганда (20 доллар

ёки депозитнинг 2%) битимни стоп-лосс бўйича ёпиш кераклигини билдиради.

Баҳо бизга керакли йўналишда ҳаракат қила бошласа (сотиб олиш битимида – бу ўсиш, сотиш битимида – пасайиш), биз аста-секин стоп-лоссни кўчира бошлаймиз. Уни ҳар бир соатда тегишлича 10 соатлик минимумга (сотиб олиш битимларида) ёки 10 соатлик максимумга (сотиб олиш битимида) сурамиз.

Позицияларни очиш ва ёпиш учун кечиктирилган ордерлардан фойдаланиш тизим қоидаларини амалга ошириш аниқлигини котировка ҳисобига ушланиб қолишлардан қочган ҳолда оширишга хизмат қилади.

## Тестлаш

Сизнинг ўз шахсий алгоритмингизни тестлаш. Алгоритмни натижавий тестлаш учун тавсиялар.

Юқорида келтирилган қоидаларни истаган дастурлаш тилида дастурлаш мумкин. Бу ерда биз дастурлашнинг ўзига хосликлари билан танишмаймиз. Агар истасангиз, сиз интернетдан Тошбақалар стратегияси асосида ишлайдиган тайёр маслаҳатчиларни ва бундай маслаҳатчиларни тайёрлаш бўйича қадам-бақадан инструкцияларни ҳам топишингиз мумкин.

Бирорта алгоритм дастурлаш тилида ёзилган бўлса, унинг кучли ва кучсиз томонларини тарихий маълумотларда аниқлаш имконияти пайдо бўлади. Бунда савдо тизимини моделлаштириш бироз хатоликларга эга бўлиши мумкин ва уни абсолют аниқ деб қараш керак эмас.

Тестлаш статистик муҳим натижалар бериши учун қуйидаги тавсияларга амал қилиш керак:

- Тестлаш учун берилган ватда тизим етарлича кўп миқдордаги битимларни амалга ошира олиши керак. Масалан, тизимдаги ўртача битим 10 соат давом этадиган бўлса, стратегияни жуда бўлмаганда 1000 соат интервалида тестлаш керак (100 та атрофида битимлар олиш учун). Буни бошқача қилиб статистик танловнинг репрезентативлиги талаби деб қараш мумкин.

- Тестлаш натижалари тест даври бошланишига боғлиқ бўлганлиги учун тизимни бир неча марта тестнинг бошланиш нуқтасини ўзгартирган ҳолда тестлаш керак бўлади.

Маслаҳатчининг ишини тестлаш натижасида трейдер стейтмент ҳамда баланс ва эквити каби параметрларнинг гарфигини олади. Ушбу маълумотларни таҳлил қилишнинг ўзи алоҳида бир мавзудир ва уни биз ушбу қисқа курсимиз давомида кўриб чиқа олмаймиз. Лекин ушбу маълумотларни таҳлил қилишда фойдали ва зарарли битимлар нисбати (сон ибўйича ва фойда-зарарнинг умумий ҳажми бўйича), профит-фактор, битта битимда максимал зарар, кетма-кет зарарли битимлар сериясида максимал зарар, шунингдек битта битимда максимал фойда ва кетма-кет фойдали

битимлар сериясида максимал фойда каби параметрларга алоҳида эътибор қаратиш керак.

Шу билан биргаликда зарарли ва фойдали битимлар аралашиб келадими ёки яққол нотекис тақсимланиш кузатиладими, бунга ҳам эътибор қаратинг. Бундай таҳлил натижалари ушбу савдо стратегияси учун энг мос келувчи капитални бошқариш стратегияси ҳақида хулоса чиқаришга имкон беради.

## Созлаш

Сизнинг алгоритмингизни тестлаш натижаларини қайта ишлаш. Олинган натижалар бўйича алгоритмни қайта созлаш.

Тестлаш натижасида олинган маълумотларни таҳлил қилиш натижасида трейдер савдо стратегиясини оптималлаштириш ва фойдалилигини ошириш учун унинг бирор параметрларини ўзгартиришга қарор қилиши мумкин. Жумладан, мавжуд таваккалчилик даражасида фойдани максималлаштириш ёки фойда ва таваккалнинг оптимал нисбатини топишга уриниб кўриш мумкин.

Савдо стратегиясини созлаш масаласидаги энг муҳим жиҳат – бу ишлаш учун ажратилган маълумотлар массивини иккига: тестлаш ва валидацион интервалга ажратишдир. Бунда валидацион интервалининг катталиги репрезентатив статистик танловни бера оладиган даражада бўлиши керак. Тест интервалининг катталиги шундай ёки ундан каттароқ бўлиши ҳам мумкин (иложи борича икки борабар катта бўлиши керак).



19-расм. Тестлаш ва валидацион даврлар

Бу ерда гап шундаки исталган бир тарихий давр учун яхши даромад келтирадиган параметрларни танлаш мумкин. Созлаш жараёнида стратегия мавжуд маълумотларга мосланади. “Қайта созлаш” дейиладиган эффект шунда кўринадикки, маълум тарзда танланган параметрли стратегия тестлаш даврида ажойиб фойда келтиради, лекин ҳудди шу стратегия валидацион даврда (яъни савдо работи учун нотаниш даврда) унинг ишининг фойдалилиги анча тушиб кетади.

Тошбақалар стратегияси мисолида биз оптимизациялаш жараёнида қайси параметрларни созлаш мумкинлигини кўриб чиқамиз.

1. Агар кириш камроқ аҳамиятли даражаларни ёриб ўтишда амалга оширилса (масалан, 20 соатлик максимум ёки минимум ўрнига 10 соатликдан фойдаланиш мумкин) тизимнинг трендлар шаклланишига “сезгирлиги” ошади. Бу тизим тезроқ бозорга киришини ва натижада кўпроқ битимларни амалга оширишига олиб келади. Бир томондан – бу плюс. Лекин иккинчи томондан бундай “сезгир” тизим кўп сонли ёлғон ёриб ўтишларга ҳам реакция билдира бошлайди ва зарарли битимлар (жумладан зарарли битимлар сериялари) ҳам кўпая бошлайди. “Сезгирликни” камайтиришда сигналлар камроқ бўлади ва бу тизимнинг ҳақиқатан ҳам муҳим трендларни ушлай олиши эътимоллигини оширади. Лекин бунда тизим бозорга жуда кам киради ва кўп вақт давомида капитал ишламасдан, туриб қолади.

2. Ҳудди шунингдек экстремумларнинг муҳимлик даражасини камайтириш билан чиқишга сигнал берувчи тизимнинг бурилишларга “сезгирлигини” ҳам ўзгартириш мумкин.

3. Ҳар битта алоҳида битимга аажратиладиган капитал даражасини ўзгартиришда капиталдан фойдаланиш смарадорлигини сошлаш мумкин. Масалан, инвестицияда иштирок этувчи капитал фоизи ошганда капиталга нисбатан потенциал фойда ҳам оша бошлайди. Лекин бундай оширишда етарлича узун зарарлар серияси депозитнинг йўқотилишига олиб келиши мумкин.

Бирор параметрларни ўзгартириш тизимнинг тест интервалида ишлаш натижаларини яхшилайдиган бўлса, тизимни у аниқ тарихий давр учунгина созланиб қолмаганлигини текшириб кўриш валидацион даврда тестлаш керак. Оптимал даражада созланган тизим тестлаш ва валидацион даврда ҳам тахминан бир хилдаги натижаларни беради.

Бундан ташқари худди шундай процедураларни бир нечта валюта жуфтларига нисбатан ҳам ўтказиб кўриш керак. У ерда ҳам тестлаш ва валидацион даврларни ажратиш керак бўлади. Бу тизимнинг савдо учун танланган валюта жуфтларида (бизнинг ҳолатимизда – бу “мажорлар” гуруҳи) нормал равишда ва башорат қилинган натижалар билан ишлашига имкон беради.

Тизим параметрларини валидацион давр учун қайта сошлаш қатъий равишда тақиқланади. Агар сиз тизимнинг валидацион даврда ўзини тутиши кескин фарқланаётганлигини сезсангиз, демак у тестлаш даврига қайта созланганлигини билинг ва бир қадам орқага қайтинг.

Бошқа хатоликлар орасида шуни ҳам қайд этиб ўтиш керакки, тизимнинг яхши ишлаши фақат бирор тестлаш давридагина кузатилади. Бу даврда бозор динамикаси сизнинг стратегиянгиз учун энг мос бўлиши мумкин. Масалан, Тошбақалар стратегияси учун – бу озгина ортга қайтишлар билан жуда узун давом этган тренддир. Ҳатто тестлаш даври узун бўлган бўлса ҳам, унинг давомида бозорнинг ўзини тутиши бир хил бўлган бўлиши мумкин (масалан, фақат тренд ёки фақат флэт). Бундай ҳолда тестлашни бошқа интервал учун ўтказиш ва олинган натижаларнинг фарқини баҳолаш керак. Ҳар битта алоҳида олинган давр учун энг оптимал сошлашларни амалга



оширишга уриниш керак эмас. Келажакда бозор шундай ҳолатни яратиши мумкинки, унда ишлашга тизим умуман тайёр бўлмаслиги мумкин.

<http://IntellectFormula.uz>