

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ
САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

СамИСИ ўқув услубий
кенгашида муҳокама этилган
ЎУК раиси _____ Қ.Ж.Мирзаев
Баённома № ____ 2019 йил
“ ”

“КОРХОНА ИҚТИСОДИЁТИ”
фанидан амалий дарсларни ўтиш учун ўқув услубий
М А Ж М У А

Билим соҳаси:	200 000	- Ижтимоий соҳа, иқтисодиёт ва ҳуқуқ
Таълим соҳаси:	230 000	- Иқтисодиёт
Таълим йўналиши:	5230100	- Иқтисодиёт (тармоқлар ва соҳалар бўйича)

“Иқтисодиёт” кафедраси ассистенти
Рахимов З.К.

САМАРҚАНД 2019

«Корхона иқтисодиёти»

Аҳоли ва халқ хўжалиги учун зарур
бўлган маҳсулот ишлаб чиқариш,
иш бажариш ва хизмат
кўрсатишнинг ижтимоий-иқтисодий
ва маъмурий-хўжалик
механизмларини ўрганувчи ва очиб
берувчи фандир.

У табиат ва жамиятнинг муайян
ишлаб чиқариш шароитларида
ривожланишининг объектив
қонунлари намоён бўлиши ва амал
қилишига, шунингдек, корхоналар
фаолиятига бевосита ва билвосита
таъсир кўрсатувчи давлат миқёсида
қабул қилинувчи қоида, норматив ва
қонун ҳужжатларига таянади.

1. Қуйидаги тушунчаларга изоҳ беринг.

Иқтисодиёт	Иқтисод	Миллий иқтисодиёт

2. Иқтисодий фанлар тизимининг ҳар бир гуруҳига оид фанларни ёзинг ва
«Корхона иқтисодиёти» фанининг бу фанлар билан боғлиқлигини ёритинг.

Умумиктисодий фанлар	Махсус фундаментал иқтисодий фанлар	Тармоқ иқтисодий фанлари	Тармоқлараро иқтисодий фанлар

1. Корхоналарнинг янги бозор муносабатлари шароитидаги хусусиятлари:

- а) тўлиқ мустақиллик, бозор шароитида фойдали фаолият ва маҳсулот ишлаб чиқариш; корхона эгаларининг мулкӣ жавобгарлиги;
- б) тўлиқ мустақиллик;
- в) бозор шароитида фойдали фаолият ва маҳсулот ишлаб чиқариш;
- г) корхона эгаларининг мулкӣ жавобгарлиги;

2. Корхоналарнинг маъмурий-буйруқбозликка асосланган иқтисодиётдаги хусусиятлари:

- а) маҳсулот ишлаб чиқарувчи, ишларни бажарувчи ва хизматлар кўрсатувчи мустақил хўжалик юритувчи субъект;
- б) давлат бюджетидан дотация ҳисобига зарарни қоплаш;
- в) юридик шахс мақомига эга бўлган мустақил хўжалик юритувчи субъект.
- г) маҳсулот ишлаб чиқарувчи хўжалик субъектлари

3. Корхоналарнинг маъмурий- буйруқбозликка асосланган иқтисодиётдаги хусусиятлари:

- а) юридик шахс мақомига эга бўлган мустақил хўжалик юритувчи субъект
- б) маҳсулот ишлаб чиқарувчи, ишларни бажарувчи ва хизматлар кўрсатувчи мустақил хўжалик юритувчи субъект;
- в) давлат бюджетидан дотация ҳисобига зарарни қоплаш;
- г) а, б, в.

4. Куйидагиларнинг қайсиси бозор иқтисодиётини вужудга келтиришда асосий шарт ҳисобланади:

- а) сотувчиларнинг кўплиги.
- б) нарх;
- в) ижтимоий меҳнат таксимоти;
- г) талаб ва таклиф;

5. Куйидаги қайси тавсиф бозор иқтисодиётига хос эмас?

- а) марказий режалаштириш;
- б) ракобат;
- в) хусусий мулк;
- г) тадбиркорлик танлови эркинлаги.

6. Куйидагиларнинг қайси бири бозор иқтисодиётининг ижобий жиҳатларига кирмайди:

- а) илмий-техник тараккиётнинг ривожланиши;
- б) чекланган ресурслардан фойдаланишнинг оқилона усулларини аниқлаш;

- в) ижтимоий муаммоларни етарли даражада хал эта олмаслиги;
- г) иқтисодий эркинлик.

7. Товар хизматлар бозори мувозанатда булади, қачонки...

- а) технология даражаси аста секин узгарса;
- б) талаб таклифга тенг булса;
- в) таклиф ҳажми талаб ҳажмига тенг булса;
- г) харажатлар ва фойда тенг булса.

8. Иқтисодий муаммоларнинг бир қисми бозор ва бир қисми ҳукумат томонидан ҳал этилса, бу иқтисодиёт қуйидагича номланади:

- а) натурал;
- б) бозор;
- в) аралаш;
- г) буйруқбозлик

9. Ишлаб чиқариш омилларининг нархи — бу:

- а) давлат томонидан тартибланади;
- б) мулк эгалари томонидан белгиланади;
- в) омиллар учун тўлов;
- г) харидор аниқлайди.

10. Маъмурий-буйруқбозликка асосланган иқтисодиётининг таназзули:

- а) давлатнинг пул-кредит сиёсати;
- б) бозор муносабатларнинг шаклланиши;
- в) малакалар ва таълим даражалари ўртасидаги фарқлар.
- г) таълим даражалари ўртасидаги фарқлар

2-мавзу: Корхона – мустақил хўжалик юритувчи бозор субъекти

Ўзбекистонда кўплаб кичик ва йирик ишлаб чиқариш корхоналари фаолият кўрсатаётган бўлиб, улар иқтисодиётнинг деярли барча тармоқларини – оғир саноатдан енгил саноатгача, қишлоқ хўжалик маҳсулотларини қайта ишлашдан илмий ишлаб чиқаришгача қамраб олган. Улар ўз фаолиятида ишлаб чиқаришнинг барча омилларидан - ер, табиий ва меҳнат ресурслари, техника ва технологиялар, инвестициялар, ҳозирги замон фани томонидан ишлаб чиқаришнинг асоси ёки мамлакатнинг миллий бойлиги деб аталувчи замонавий ахборот тизимидан фойдаланади.

Маълумки, бойлик ёки салоҳият бир нечта авлод ва бутун жамиятнинг хатти-ҳаракатлари эвазига яратилади. Корхоналарнинг вазифаси ушбу бойликни асраб-авайлаш ва ундан самарали фойдаланишда ифодаланади. Хўжалик юритишнинг мазкур тамойилларидан бир оз бўлсада четга чиқиш жамоатчилик ишлаб чиқариши самардорлигининг пасайишига, хўжасизлик ва исрофгарчиликка олиб келади. Корхоналар ҳам бундан мустасно эмас.

2.1.-мавзу. Корхонанинг миллий иқтисодиётдаги роли ва ривожланиши

Замонавий корхона - мустақил хўжалик юритувчи субъект бўлиб, уларнинг ишлаб чиқариш воситалари ва бошқа мулклари режали иқтисодиёт шароитларидагидек давлатнинг ўзигагина тегишли бўлмайди. Шу сабабли корхоналар *мулкчилик шаклига* кўра, давлат ва нодавлат, *тармоқ белгиларига* кўра, машинасозлик, энергетика, металлургия, нефть ва газ саноати, қурилиш комплекси, озиқ-овқат, енгил саноат, савдо ва ҳоказолар, *ишлаб чиқариш миқёси ва ходимлар сонига* кўра, йирик, микрофирма ва кичик, *фаолият юритиш муддатига* кўра, узлуксиз, мавсумий ва узлукли корхоналарга бўлинади.

1-топшириқ. Корхоналарнинг давлат учун иқтисодий аҳамияти нимадан иборат?

2-топшириқ. Корхоналарнинг кўпайиши миллий иқтисодиётга қандай таъсир кўрсатиши мумкин?

3-топшириқ. Жаҳон тажрибаларидан корхоналарнинг давлат иқтисодиётига келтирган зарар ва ижобий жиҳатларини келтиринг!

2.2.-мавзу. Ишлаб чиқариш корхонаси белгилари ва тузилмаси

Корхонани турли белгиларига кўра тавсифлаш мумкин:

- *ишлаб-чиқариш ва техника муносабатларида корхона* – бу, ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар ҳажми ва турлари, уларни тайёрлаш технологиясига миқдор ва сифат жиҳатидан мос келувчи машиналар тизими;
- *иқтисодий муносабатларда корхона* – бу, турли категориядаги ходимлар ўртасида уларнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари асосида юзага келувчи муносабатлар ;
- *ташкилий-ҳуқуқий муносабатларда корхона* ҳуқуқий шахс сифатида фаолият юритади;
- *молиявий-иқтисодий муносабатларда корхона* – бу, тармоқнинг мустақил бўғини бўлиб, ўз-ўзини молия билан таъминлаш, ўз-ўзини бошқариш, яъни бозор муносабатлари тамойилларида фаолият юритади.

1-топшириқ. Қуйида келтирилган объектларнинг қайси бирлари юридик шахс мақомига эга?

Объектлар	Жавоб
1.Корхона	
2.Ишлаб чиқариш корхонасининг	

фирма дўкони	
3. Цехлар	
4. Участкалар	
5. Корхона бўлимлари	

2-топшириқ. Қуйида келтирилган субъектларнинг қайси бирлари тижорат ташкилотлари ҳисобланади?

Субъектлар	Жавоб
1. Масъулияти чекланган жамият	
2. Қўшимча масъулиятли жамият	
3. Акционерлик жамияти	
4. Очиқ акционерлик жамияти	
5. Ёпиқ акционерлик жамияти	
6. Ишлаб чиқариш кооперативи	
7. Унитар корхона	
8. Матлубот кооперативи	
9. Жамият бирлашмалари	

ТЕСТ

1. Корхона – бу:

- а) давлатнинг мулкӣ комплекси
- б) мустақил хужалик юритувчи бозор субъекти
- в) тадбиркорлик ва бизнес соҳасидаги субъекти
- г) маҳсулот ишлаб чиқаришни ташкил этиш ва сотиш шакли

2. Корхонанинг асосий вазифаси:

- а) бозор шароитларида хизматлар кўратиш;
- б) бозор талабларга жавоб берувчи сифатли маҳсулотларни ишлаб чиқариш;
- в) корхона мулки эгалари манфаатларини қондириш мақсадида фойда олишга йўналтирилган хўжалик фаолияти;
- г) маҳсулотлар ишлаб чиқариш ва хизматлар кўрсатиш.

3. Корхонанинг юридик шахс мақомига эга эканлиги қайси ҳужжатда белгилаб берилган?

- а) солиқ кодексида
- б) фуқаролик кодексининг i бўлимида
- в) фуқаролик кодексининг ii бўлимида
- г) Ўзбекистон Республикасининг конституциясида

4. Корхонанинг тижорат ҳисобида ишлашини белгиловчи асосий мезон нима?

- а) асосий мақсади — маҳсулот ишлаб чиқариш
- б) асосий мақсади — харажатларни пасайтириш
- в) асосий мақсади — фойда олиш
- г) асосий мақсади — истеъмолчиларнинг талабини қондириш орқали фойда олиш.

5. Қуйида келтирилган объектларнинг қайси бирлари юридик шахс мақомига эга?

- а) корхона бўлимлари
- б) цехлар
- в) корхона

г) корхонанинг дўкони

6. Қуйида келтирилган субъектларнинг қайси бирлари тижорат ташкилоти ҳисобланмайди?

- а) масъулияти чекланган жамият
- б) қўшимча масъулиятли жамият
- в) акциядорлик жамияти
- г) очик акциядорлик жамияти
- д) ёпиқ акциядорлик жамияти
- е) ишлаб чиқариш кооперативи
- ё) унитар корхона
- ж) матлубот кооперативи
- з) жамият бирлашмалари
- и) ижтимоий фондлар

7. Мулкчилик шаклига қўра корхоналар бўлади:

- а) хусусий;
- б) давлат;
- в) аралаш.
- г) ҳамма жавоблар тўғри.

8. Хўжалик юритиш шаклига қўра корхоналар бўлади:

- а) жамоат ва диний ташкилотларнинг корхоналари;
- б) кичик, ўрта ва йирик корхона;
- в) АЖ, МЧЖ, ҚМЖ, ижара корхонаси, кооператив, ўртоқлик;
- г) индивидуал корхона.

9. Корхоналар ҳажмига қўра неча турга бўлинади?

- а) кичик корхоналарга;
- б) ўрта корхоналарга;
- в) йирик корхоналарга;
- г) микрофирма, кичик, йирик корхоналарга.

10. Хорижий капиталнинг иштирокига қўра корхоналар бўлади...

- а) хорижий;
- б) қўшма;
- в) чет эллардаги;
- г) қўшма, чет эллардаги, хорижий;

3-мавзу: Корхонани ташкил этиш ва унинг фаолиятини тугатиш

Корхоналар фаолиятини ташкил этишдан олдин қуйидаги вазифалар белгилаб олиниши зарур:

- **корхонани ташкил қилиш фикрининг пайдо бўлиши;**
- **корхона муассисларини танлаш;**
- **таклиф қилинаётган маҳсулотга бозордаги талабни ўрганиш;**
- **корхона Низом жамғармасини тузиш учун молия манбаларини аниқлаш;**
- **корхонанинг таъсис ҳужжатлари ва бизнес-режасини тайёрлаш;**
- **давлат рўйхатидан ўтиш;**

- **мухр, штамп ва бошқа реквизитларни тайёрлаш;**

Амалдаги қонунчиликка асосан корхона давлат рўйхатидан ўтганидан кейингина ҳукукий шахс сифатида тан олинади. Давлат рўйхатидан ўтиш учун биринчи ўринда қуйидаги ҳужжатлар аҳамиятга эга бўлади: муассиснинг аризаси; корхонанинг Низоми; корхонани ташкил қилиш ҳақида қарор ёки муассислар шартномаси; давлат божини тўлаганлик ҳақида маълумотнома ва бошқалар.

Ҳозирги замон шароитларида давлат, жамоа, индивидуал (оилавий, хусусий) турдаги корхоналар мавжуд бўлиб, улар ўзларига бириктириб қўйилган мулк тавсифи ёки тезкор (оператив) бошқарув ҳукукига кўра ҳам таснифланади.

3.1. Ўзбекистонда янги корхонани ташкил этиш асослари

Иқтисодётимиз олдида турган асосий вазифалардан бири саноат ишлаб чиқаришини жаҳон иқтисодиётида ўз ўрнига эга бўлган рақобатбардош корхоналар ташкил қилиш мақсадидаги тузилмавий қайта қуришдан иборат. Бунинг учун интеграция шамда турли ташкилий-ҳукукий шаклдаги корхоналарни вақтинчалик ёки доимий равишда кооперация ёки концентрация асосида бирлаштириш амалга оширилади.

Кооперация жараёнида концерн, консорциум, хўжалик асоциацияси каби ташкилий шакллар вақтинчалик ёки доимий равишда тузилиши мумкин. Ушбу тузилмавий бирликларининг моҳиятини қисқача кўриб чиқамиз.

Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик Кодексида кўрсатилишича:

- Унитар корхона - бу ўзига бириктириб қўйилган мол-мулкка нисбатан мулкдор томонидан мулк ҳукуки берилмаган тижоратчи ташкилотдир. Унитар корхонанинг мол-мулки бўлинмасдир ва унга қўшилган ҳиссалар (улушлар, пайлар) бўйича, шу жумладан корхона ходимлари ўртасида ҳам, тақсимланиши мумкин эмас. Унитар шаклда фақат давлат ва муниципал корхоналар тузилиши мумкин.

- Ширкат номидан тадбиркорлик фаолиятини амалга оширадиган ҳамда ширкатнинг мажбуриятлари бўйича ўзларининг бутун мол-мулклари билан жавоб берадиган иштирокчилар (тўлиқ ширкатлар) билан бир қаторда ширкат фаолияти билан боғлиқ зарар учун ўзлари қўшган ҳиссалар доирасида жавобгар бўладиган, ҳамда ширкат томонидан тадбиркорлик фаолиятини амалга оширишда қатнашмайдиган бир ёки бир нечта иштирокчи (ҳисса қўшувчи, командитчи) мавжуд бўлса, бундай ширкат командит ширкат ҳисобланади.

- **Фирма** - корхона тушунчасидан кенгроқ тушунчадир, яъни у маълум ном билан бизнес олиб боровчи ташкилотдир. Фирма - товар ишлаб чиқариш ва барча соҳаларда хизмат кўрсатиш ишларини бажариш учун фойда олиш мақсадида

ресурсларни жамлайдиган ва ундан фойдаланадиган тадбиркорлик шаклидир. Уларнинг кенгроқ учрайдиган турлари: факторинг фирмаси, лизинг фирмаси, инжиринг фирмаси, консалтинг фирмаси, венчур фирмалар ва бошқалардир.

• **Факторинг фирмаси** - бегона қарз мажбуриятларини-векселларни сотиб олиш билан шуғулланади. **Лизинг фирмаси**- лизинг тўловлари билан шуғулланади. **Инжиринг фирмаси** - маълум бир объектларни ишлаб чиқиш, лойиҳалаш, қуриш билан шуғулланади. **Консалтинг фирмаси** - ишлаб чиқаришнинг турли томонлари, лойиҳалаш янги хўжалик шаклига ўтиш бошқариш тизимини такомиллаштириш бўйича маслаҳат беради. **Венчур фирмалар**- таваккал қилувчи фирма бўлиб, янги товар ва янги бозорларни қидириш мақсадида йирик компаниялар томонидан молиявий томондан таъминлади.

Корхоналар жаҳон тажрибаларига кўра қуйидаги кўринишларда бирлашишлари мумкин:

• **Картел** - бир тармоқдаги корхоналарнинг бирлашиши. Картель келишувида барча қатнашчилар учун мажбурий шартлар белгиланади, яъни ишлаб чиқариш ҳажми, баҳо, квота, йирик харидорларга нисбатан позициялар. Бу ўринда корхоналар ўзлари хўжалик, молиявий ва юридик мустақилликларини сақлаб қоладилар.

• **Концерн** умумий манфаатларга эга ҳамда шартномалар, капитал ва қўшма фаолиятда иштирок этиш билан боғлиқ бўлган корхоналарнинг йирик бирлашувини акс эттиради.

• **Консорциум** компания ва банкларнинг вақтинчалик бирлашуви натижасида, йирик капитал талаб қилувчи лойиҳаларни амалга ошириш ёки маблағни биргаликда жойлаштириш мақсадлари учун умумий келишувлар асосида юзага келади. Консорциум буюртмачилар олдидаги мажбуриятлар учун жавобгар ҳисобланади.

• **Синдикат** – тижорат фаолиятини (таъминот, сотиш, нархнинг пайдо булиши) ҳамкорликда ташкил қилишга асосланган бирлашмадир. Синдикат таркибига қирувчи корхоналар ҳуқуқий ҳамда хўжалик юритиш мустақилликларини сақлаб қоладилар.

• **Трестлар** юқори даражада марказлашганлиги билан ажралиб туради. Унинг таркибига қирувчи корхоналар ишлаб чиқариш, тижорат ва ҳуқуқий мустақилликларини йўқотиб, ягона режа асосида фаолият юритади.

Холдинглар иштирокчиларнинг молиявий имкониятларини бирлаштириш ва мувофиқлаштириш ҳамда ишлаб чиқариш қувватлари билан ваизифаларни тезкор равишда амалга ошириш имконини берувчи бошқарувнинг самарали шаклини ифодалайди.

1-топширик. Қуйидаги мулк шаклидаги корхоналарга тавсиф беринг.

Давлат корхонаси	Хусусий корхона	Хорижий инвестиция иштирокидаги корхона	Масъулияти чекланган жамияти

2-топширик. Ташкил этилаётган хорижий инвестициялар иштирокидаги корхоналар давлат рўйхатидан ўтказувчи органга тақдим этадиган ҳужжатларни ёзинг.

ТЕСТ

1. Корхонани ташкил этишнинг таъсис ҳужжатлари

- а) корхона ва банк томонидан тасдиқланган таъсис шартномаси
- б) устав, таъсис шартномаси
- в) устав, таъсис шартномаси, эмиссия проспекти
- г) устав ва корхона паспорти

2. Корхонани давлат рўйхатидан ўтказиш ким томонидан амалга оширилади?

- а) солиқ ва статистика ташкилотлари орқали
- б) ҳокимият ва қонун чиқарувчи ташкилотлар томонидан
- в) солиқ ташкилотлари, ҳокимият ва молиявий ташкилотлар томонидан
- г) давлат мулкни бошқарувчи ташкилотлар

3. Корхоналарнинг ташкил этишнинг асосий босқичлари:

- а) таъсис ҳужжатларини тайёрлаш и рўйхатдан ўтиш;
- б) стратегияни ишлаб чиқиш, шерикларни қидириш ва танлаш;
- в) техник-иқтисодий асослаш;
- г) ҳамма жавоблар тўғри.

4. Корхонани ташкил қилишнинг ташкилий босқичи нимадан бошланади?

- а) тадбиркор қоясининг пайдо бўлишидан
- б) корхона ташкил этиш учун бир қарорга келишдан
- в) сармоячилар розилигидан сўнг
- г) Устав капитали шакллангандан сўнг
- д) таъсисчилар мажлисидан.

5. Корхонани ташкил этиш бўйича қарор нимада расмийлаштирилади?

- а) Уставда
- б) таъсис шартномасида
- в) давлат реестрида
- г) баённома №1 да.
- д) тўғри жавоб йўқ.

6. Корхона даромадларининг асосий турлари Уставнинг қайси бўлимида акс эттирилади?

- а) умумий қоидалар
- б) фаолият предмети
- в) фирманинг мулки ва даромадлари
- г) мулк эгаларининг ҳуқуқ ва мажбуриятлари
- д) корхонани бошқариш

7. Корхонанинг ҳуқуқий мақоми уставнинг қайси бўлимида акс эттирилади?

- а) умумий қоидалар
- б) фаолият предмети
- в) фирманинг мулки ва даромадлари
- г) мулк эгаларининг ҳуқуқ ва мажбуриятлари
- д) корхонани бошқариш

8. Уставни ўзгартириш тартиби уставнинг қайси бўлимида акс

эттирилади?

- а) умумий қоидалар
- б) фаолият предмети
- в) фирманинг мулки ва даромадлари
- г) мулк эгаларининг ҳуқуқ ва мажбуриятлари
- д) корхона бошқариш

9. Фойдадан фойдаланиш қоидалари уставнинг қайси бўлимида акс

эттирилади?

- а) умумий қоидалар
- б) фаолият предмети
- в) фирманинг мулки ва даромадлари
- г) мулк эгаларининг ҳуқуқ ва мажбуриятлари
- д) корхона бошқариш

10. Таъсисчилар таъсис шартномасининг қайси бўлимида акс

эттирилади?

- а) умумий қоидалар
- б) фаолиятнинг асосий турлари
- в) Устав капитали
- г) таъсисчилар мажбуриятлари
- д) корхона ташкил қилиш

3.2.-мавзу: Корхона фаолиятини тўхтатиш сабаблари ва уни амалга ошириш тартиби

Тадбиркорлик субъектларини давлат рўйхатига олиш

• ЎзР Президентининг 24.05.2006 й. ПҚ-357 ва 20.03.2007 й. ПҚ-606-сон Қарорига мувофиқ

• 2006 йилнинг 1 сентябридан бошлаб тадбиркорлик субъектларини давлат рўйхатига олишнинг хабардор қилиш тартиби ўрнатилган, ер майдонлари ажратиб бериш, газ ва электр тармоқларига улаш тўғрисида, шунингдек лицензияланадиган фаолият турлари бўйича қарор талаб этиладиган тадбиркорларни рўйхатга олиш бундан мустасно.

Тадбиркорлик субъектларини

хабардор қилиш тартибида давлат рўйхатига олиш

• тадбиркорлик субъектларини давлат рўйхатига олиш, тегишли равишда, адлия органлари ёки туман (шаҳар)лар ҳокимликлари ҳузуридаги Тадбиркорлик субъектларини рўйхатга олиш инспекциялари томонидан бир вақтнинг ўзида уларни солиқ ва статистика органларида ҳисобга қўйган ҳолда амалга оширилади;

ариза - хабарномани берган пайтдан бошлаб тадбиркорлик субъектини давлат рўйхатига олиб, унга давлат рўйхатига олинганлик тўғрисидаги гувоҳномани беришгача ўтадиган муддат кўпи билан икки иш кунини ташкил этади.

Тадбиркорлик субъектларини давлат рўйхатига олиш идоралари

• аудиторлик ташкилотлар, суғурталовчилар ва суғурта брокерлари, биржалар, Ўзбекистон Республикаси Президенти ва Ҳукуматининг тегишли қарорлари билан акциядорлик компаниялари (шу жумладан давлат-акциядорлик компаниялар ва холдинглар) шаклида ташкил этилаётган хўжалик бошқаруви органлари, шунингдек хорижий инвестициялар иштирокидаги корхоналар ва Тошкент шаҳрида ташкил этиладиган бозорлар - **Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги томонидан;**

1-топширик. Тадбирколик субъектларини юридик шахс сифатида рўйхатдан ўтказиш учун ариза берувчи рўйхатдан ўтказувчи органга тақдим этадиган хужжатларни ёзинг.

2-топширик. Тадбиркорлик субъектлари (мулк шаклига кўра) давлат рўйхатидан ўтказувчи органга таъсис хужжатларининг қайси бирларини тақдим этувчи субъектларни кўрсатинг.

Устав ва таъсис шартномасини	Фақат Уставни	Фақат таъсис шартномасини

ТЕСТ

22. Корхонанинг банкротлиги аниқланади

а) молиявий коэффицентлар тизими билан
б) корхонада мавжуд пул маблағлари ва юқори ликвидликка эга бўлган активлар йўқлиги

в) қарзларнинг мавжудлиги билан

г) кадрлар қўнимсизлиги ва ишлаб чиқариш пасайиши орқали

23. Корхона самарали фаолият юритади, қачонки:

а) ресурслардан тўлиқ фойдаланилганда

б) мажбуриятлар бўйича қарзлар йўқлиги

в) экспорт имкониятлари юқори бўлганда

г) Устав капиталини кўпайиши ҳисобига

24. Корхонанинг ихтиёрий тугатилиши нимага таълуқли равишда амалга оширилади?

а) Фуқоролик кодексига

б) корхоналарга оид қонунларга

в) корхона фаолияти тўғри юрита олмаса

г) мажбуриятлар корхона мулкидан юқори бўлса

д) ҳамма жавоб тўғри

25. Корхонанинг суд органлари орқали тугатилиши қачон содиқ бўлади?

а) корхона ўзини банкрот деб тан олганда

б) қонунчилик бўзилганда

в) қонун томонидан тақиқланган фаолият билан шуғулланганда

г) экологик хатарсизлик нормалари бўзилганда

д) ҳамма жавоб тўғри

26. Кредиторлар талабини қондириш қанча навбатга бўлинади?

а) 2

б) 3

в) 4

г) 5

д) 7

27. Бюджет ва нобюджет фондларга тўлов бўйича қарзлар қайси навбатда қопланади?

а) 2

б) 3

в) 4

г) 5

д) 7

28. Мурасали келишувни ким имзолайди?

а) қарздор

б) кредитор

в) ташқи бошқарувчи

г) корхона эгаси

д) хўжалик суди

29. Корхонани тугатишни ким амалга оширади?

а) банк ташкилоти

б) давлат солиқ инспекцияси

в) суд томонидан тайинланган вакил

г) корхонанинг асосий таъсисчилари

д) корхонанинг асосий акциядорлари

30. Корхона фаолияти кимнинг қарорига асосан тўхтатилади ?

а) солиқ идораларини қарори билан

б) хўжалик суди

в) лицензия берувчи ташкилот

г) прокуратура

31. Давлат корхонасини ўзгартиришда акциядорлик жамиятини таъсис

этиш тўғрисида қарор ким томонидан қабул қилинади?

а) акциядорлик жамияти муассислари — уни тўзиш тўғрисида таъсис шартномасини имзолаган юридик ва жисмоний шахслар

б) акциялаштирилаётган корхонанинг меҳнат жамоаси

в) давлат мулкани тасарруф этишга ваколати бўлган орган

г) ажни инвестициялашга рози бўлган юридик ва жисмоний шахслар

32. Акциядорларнинг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларига риоя

этилишини ким кафолатлайди?

а) давлат

б) акциядорлик жамиятини бошқариш органлари

в) давлат мулкани тасарруф қилишга ваколатли бўлган давлат органлари

г) хўжалик суди

4-мавзу: Корхона фаолиятига таъсир этувчи шарт шароитлар

Тадбиркорлик муҳити — иқтисодий ҳолатни, ижтимоий-иқтисодий барқарорликни, тадбиркорлик фаолияти қай даражада ривожланганлигини, уларнинг самарали фаолият кўрсатишлари учун чиқарилган қонун ва қарорларни, маданиятни, маънавиятни ва тадбиркорлар ўз маблағларини йўналтириш учун эътиборга оладиган ва улардан хулоса чиқарадиган бошқа омилларни ўз ичига олади.

Мамлакатда тадбиркорлик муҳити қай даражада эканлигини аниқлайдиган яна бир омил — иқтисодий тушкунлик ҳисобланади. Унинг асосий сабаби иқтисодий бўҳрон бўлиб, ишлаб чиқариш суръатининг пасайишига, охир-оқибатда жамғаришнинг қисқаришига олиб келади.

1-топшириқ. Тадбиркорлик муҳити деганда нима тушунилади?

2-топширик. Сиёсий барқарорлик нима ва унга қандай эришилади?

3-топширик. Валюта барқарорлигини тартибга солиш корхоналар учун қандай аҳамиятга эга?

4-топширик. Тадбиркорлик хавф хатарлари деганда нимани тушунасиш?

5-мавзу: Корхонани бошқариш

Саноат корхонасида ишчиларнинг умумий сони 6000 кишини ташкил қилади. Уларнинг 50% йиғув цехида, механика цехида 35%, қолган қисми бошқа цехларда ишлайди. Корхонанинг штат рўйхатига кўра, йиғиш цехида ҳар 250 кишига бир меъёрловчи, механика цехида 100 кишига бир, таъмирлаш, тайёрлаш ва бошқа цехлар ҳар 130 кишига бир меъёрловчи ишлаш керак.

Мамлакатда амалга оширилаётган маъмурий ислохатларда бошқарув ходимларининг 22 %га қисқартириш кўзда тутилган.

5.1. мавзу. Корхона фаолиятини бошқа-ришнинг зарурияти, мақсад ва вазифалари

Корхонага зарур бўлган меъёрловчилар сонини ва ходимларининг 22 %га қисқартирилгандан сўнг меъёрловчиларнинг корхона бўйича сонини аниқлаш талаб қилинади:

-Корхонада 30 та цех фаолият юритади, жумладан, 6 таси – асосий ҳисобланади. Ишлаб чиқариш ходимларининг ўртача сони (рўйхат бўйича) – 8706 кишини ташкил этса, улардан 7412 киши ишчилардир. Корхонанинг бутун меҳнат жамоаси йиллик маош жамғармаси – 10,3 млрд. сўм. Корхонанинг бошқарув харажатлари бир йилда 5,6 млн. сўмни ташкил этди.

- Мамлакатда амалга оширилаётган маъмурий ислохатларда бошқарув ходимларининг 22 %га қисқартириш кўзда тутилган.

Заводнинг бошқарув ходимлари сонини, 22 фоизлик қисқартиришдан сўнг корхона бошқарув ходимлари сони қанчани ташкил этишини ва бошқарув ходимларини қисқартириш ҳисобига меҳнатга ҳақ тўлаш фондини тахминан қанчага тежаб қолиш мумкинлигини аниқлаш талаб қилинади.

ТЕСТ

1. Бошқарувнинг объектив (илмий) асослари ўз аксини нимада топади?

- а) тамойилларда
- б) усулларда
- в) амалий дастурларда
- г) назарий жиҳатларда
- д) ҳамма жавоб тўғри

2. Бошқарув стили деганда нима тушинилади?

- а) шахсий манфаатларнинг умумийларга бўйсунishi
- б) қарорлар қабул қилиш услуби ва уларни ўз қўл остидагиларга етказиш санъати

- в) бошқарувнинг ривожланган давлатлардаги прогрессив турлари ва усуллари

- г) менежментнинг асосий тамойиллари йиғиндиси
- д) ҳамма жавоб тўғри

3. Корхона ичида бошқаришнинг асосий буғуни бўлиб нима ҳисобланади?

- а) ишчилар
- б) ходимлар
- в) хизматчилар
- г) истеъмолчилар
- д) таъминотчилар

4. Корхона ташқарисида бошқаришнинг асосий буғуни бўлиб нима ҳисобланади?

- а) ишчилар
- б) ходимлар
- в) хизматчилар
- г) истеъмолчилар
- д) таъминотчилар

1. Корхона персоналини бошқариш усули ҳисобланмайди:

- а) директив.
- б) маъмурий;
- в) иқтисодий;
- г) ижтимоий-психологик;

2. Инсонларнинг ҳулкига таъсир этувчи омиллар:

- а) шахснинг табиий ва психофизиологик хусусиятлари;
- б) шахсни бошқариш тизими ва унинг жамоадаги урни;
- в) манфаатлар, мотивлар ва рағбатлар тизими;
- г) ҳамма жавоблар тўғри.

3. Акциядорлик жамиятини бошқарув органи қандай ташкил топган?

- а) акциядорларнинг умумий йиғилишидан;
- б) кузатув кенгашидан;

- в) ижроия органидан;
г) акциядорларнинг умумий йиғилишидан, кузатув кенгашидан, ижроия органидан.

5.2. мавзу. Корхонани бошқаришнинг хусусиятлари ва ташкилий тузилмалари

Ўзбекистонда аралаш иқтисодиётга асосланган бозор муносабатларининг шаклланиши, турли корхоналарнинг – йирик ва кичик корхоналарнинг, шунингдек, ходимлар сони кам бўлган микрофирмаларнинг пайдо бўлишига олиб келди.

Корхоналарнинг катта-кичиклиги (тури), табиий равишда, бошқарув аппаратининг шаклланиши ва ташкилий тузилмасига сезиларли равишда таъсир кўрсатади. Масалан, кичик корхоналар учун йирик корхоналарнинг бошқарув тузилмасини қўллаш ноўрин бўлади. Кичик бизнес субъектлари бошқарув аппарати тузилмасининг соддароқ ва оптимал тарзда бўлишлиги мақсадга мувофиқдир. Чунки, уларда йирик корхоналарга хос бўлган катта функционал бўлим ва хизматлар мавжуд бўлмайди.

1-топшириқ. Вазифа нима ва унинг корхонани бошқаришдаги ўрни?

2-топшириқ. Ташкиллаштириш, тартибга солиш ва бошқариш тушунчаларини қандай изоҳлайсиз?

3-топшириқ. Назорат, ҳисобга олиш ва таҳлил қандай аҳамиятга эга?

6-мавзу: Корхонани фаолиятини режалаштириш ва башорат қилиш

Мамлакатимизни ислоҳ этишни янада чуқурлаштириш ва иқтисодиётни барқарор ривожлантириш асосида фуқароларнинг ҳаёт даражаси ва сифатини изчил юксалтириб боришга қаратилган давлатнинг иқтисодий стратегиясида бошқарув ва унинг энг муҳим функцияси бўлган режалаштириш алоҳида ўрин эгаллайди.

Режалаштириш — иқтисодийнинг барча даражалари ва соҳаларида қонуний жараён ҳисобланади. Жамиятда ишлаб чиқариш кучлари ва ишлаб чиқариш муносабатларининг тараққиёти билан боғлиқ бўлган вазифалар унда ўз аксини топади.

6.2.-мавзу. Корхона фаолиятини режалаштириш ва башорат қилишнинг зарурияти, таъминлари ва вазифалари

1-топшириқ. “Наъмуна” акциядорлик жамиятига қарашли нон ишлаб чиқариш корхонаси 20 минг аҳолини нон-булочка маҳсулотлари билан таъминлайди.

Режалаштириш йилида 1 кишининг 1 кунлик нон-булочка маҳсулотларига бўлган талаби 0,4 кг бўлиши тахмин қилинмоқда.

Корхона 3та ФТЛ-20 русумли печ билан жиҳозланган. Печларнинг суткалик иш вақти 23 соат. Печдаги люлкалар сони 17та, ҳар бир люлькада 0,4 килограммик 12та батон пиширилади. Пиширишга сарфланадиган вақт — 18 минут. Печларнинг турли текширув ва таъмирлашлар учун тўхтаб қолиш вақти 1 йилда 30 кун.

Корхона хизмат кўрсатаётган аҳолининг нон-булочка маҳсулотларига бўлган талабининг қондира олинаётганлигини ёки қондира олинмаётганлигини аниқланг.

2-топшириқ. “Нафис” акционерлик жамиятига тегишли қуйидаги маълумотлар асосида маҳсулот сотиш режасининг бажарилишини таҳлил қилинг ва хулоса ёзинг

Маҳсулот турлари	Ўлчов бирлиги	Бизнес режа бўйича	Ҳақиқатда	Фарқи (+, —)	Бажарилиши
А	дона	1000	1120		
Б	кг	40	28		
В	кг	220	180		
Г	дона	180	220		
Д	тонна	70	75		

Тест

1. Стратегия бу...

- а) корхоналарнинг молиявий ҳужжати;
- б) корхона бизнес-режасини танлаш;
- в) узоқ муддатли асосий мақсадларни танлаш;
- г) корхоналарнинг ишлаб чиқариш режаларини танлаш.

2. Корхона фаолиятини башорат қилиш нима?

- а) ишлаб чиқариш режалари асосида башорат қилиш;
- б) келажакни кўзлаш;
- в) истиқболни ўйлаб башорат қилиш;
- г) ишлаб чиқариш режалари асосида келажакни башорат қилиш.

3. Саноат корхонасида прогнозлаштириш нима мақсадда амалга оширилади?

- а) узоқ муддатли муаммоларни ҳал қилиш учун
- б) режаларни такомиллаштириш учун
- в) фаолиятнинг қирраларини кўра олиш учун
- г) келгусидаги иш кўламини аниқлаш учун
- д) ҳамма жавоб тўғри

4. Прогноз ҳисоб китоблари келгуси давр учун корхонага нимани беради?

- а) келажакдаги иш кўламининг ҳажмини аниқлашнинг
- б) режаларни қўшимча асослаш имконини
- в) турли хилдаги мувофиқлаштириш жараёнларни ташкил қилишни
- г) мақсадларга эришиш йўлларини
- д) ҳамма жавоб тўғри

5. Сотиш прогнози қайси иқтисодий кўрсаткичларни ишлаб чиқиш учун асос бўлади?

- а) ишлаб чиқариш дастурини
- б) харажатларини
- в) баҳоларни
- г) фойдани
- д) ҳамма жавоб тўғри

6. Бизнес режанинг моҳиятини тушиниш учун нимани аниқ тасаввур қилиш лозим?

- а) унинг ҳажмини
- б) унинг бўлимларини
- в) унинг аҳамиятини
- г) унинг вазифаларини
- д) унинг функцияларни

7. Ишлаб чиқариш корхонасида бизнес режа қанча муддатга тузилади?

- а) 6 ой
- б) 1 йил
- в) 2 йил
- г) 3 йил
- д) 5 йил

8. Саноат корхонаси бизнес режасининг ўзига хос хусусияти нимадан иборат?

- а) ишлаб чиқариш жараёнининг барча қирраларни акс эттиради
- б) товар бозорлари ёки унинг бўғинларига мўлжални қаратади
- в) фаолиятни тартибга солиб турувчи меъёрий ҳужжат шаклида намоён

бўлади

- г) бизнес режанинг бошқа турлари билан чамбарчас боғлиқ бўлади
- д) ҳамма жавоб тўғри

6.2.-мавзу. Корхона режалари тузилмаси

Режалаштириш корхонани бошқариш жараёни сифатида ўз технологиясига эга бўлиб, бу технология корхонанинг режалаштирилаётган даврдаги мақсад ва вазифаларини аниқлаш, бажарувчиларга муайян вазифаларни белгилаш, вазифаларни тури, катталиги ва муддатига кўра, аниқлаштириш, шунингдек, ишлаб чиқариш фаолияти натижаси - даромад ёки фойда олишни ўз ичига олади. Кичик корхоналарда бу вазифаларни бажариш катта корхоналарга нисбатан енгилроқ бўлсада, барча ҳолларда қуйидаги омилларни ҳисобга олиш талаб қилинади:

- ишлаб чиқариш қувватининг мавжудлиги ва тузилмаси;
- ходимлар сони, ихтисос таркиби ва малакаси;
- молиявий ресурслар;

- айланма маблағлар мавжудлиги ва унга бўлган эҳтиёжлар, жумладан, моддий-товар бойликлари захиралари;
- илмий-техник тадқиқотлар тузилмаси ва тайёрлик даражаси; маҳсулотни сотиш каналлари.

1-топшириқ. Режалаштириш қандай талабларга жавоб бериши лозим?

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

2-топшириқ. Бизнес режанинг мазмуни ва ишлаб чиқариш талаблари?

3-топшириқ. Бизнес режани ишлаб чиқишда қайси шартларни инобатга олиш зурар?

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

4-топшириқ. Молиявий режалар нима?

7-мавзу: Ишлаб чиқаришнинг иқтисодий ва ижтимоий самарадорлиги

Мамлакатнинг иқтисодий қудратини юксалтириш, аҳолининг моддий ва маънавий неъматларга бўлган талаб-эҳтиёжларини тўлароқ қондириш ва келажақда ривожланган давлатлар қаторидан жой олиш корхона, ташкилот ва муассасалар фаолияти самарадорлигини оширишга бевосита боғлиқдир.

7.1. мавзу. Корхона ишлаб чиқариш фаолияти самарадорлигининг моҳияти, кўрсаткичлари ва таъсир этувчи омиллар

“Самарадорлик” тушунчаси кенгдир. У ижтимоий ишлаб чиқариш самарадорлиги, ўқиш ва ўқитиш самарадорлиги, даволаш ва даволаниш

самарадорлиги, қабул қилинган қонун ва қоидалар ҳамда ечимларнинг самарадорлиги, шунингдек, даромад олиш, харажатларни камайтириш, меҳнат самарадорлигини ошириш, фонд қайтими, рентабеллик ва ҳоказо тушунчаларни ўз ичига олади.

1-топшириқ. Ҳисобот йилида мамлакатда яратилган миллий даромад ҳажми 46355,5 млрд сўмни ташкил этди. Миллий ишлаб чиқаришда банд бўлган ишчиларнинг ўртача йиллик сони 11624,8 минг кишига тенг бўлган.

Ижтимоий меҳнат унумдорлигини ҳисоблаш талаб қилинади.

2-топшириқ. Мамлакат бўйича қуйидаги маълумотларга эгамиз.

Кўрсаткичлар	Ҳисобот йилида	Олдинги йилда
1. Миллий даромад, млрд. сўм	46355,5	36072,8
2. Моддий ишлаб чиқаришда банд бўлган ишчиларнинг ўртача йиллик сони, минг киши	11624,8	10196,0

Ҳисобот йилида ижтимоий меҳнат унумдорлигининг олдинги йилга нисбатан қанчага ўзгарганлигини аниқлаш талаб қилинади.

ТЕСТ

1. Самара деганда нима тушунилади?

- а) фаолият
- б) даромад
- в) харажат
- г) ресурслар
- д) натижа

2. Корхонада самарадорлик ниманинг таъсири натижасида шаклланади?

- а) бозордаги талаб асосида
- б) бозордаги таклиф асосида
- в) ички ва ташқи омиллар асосида
- г) рақобат муҳитининг шаклланиши асосида
- д) ҳамма жавоб тўғри

3. Қўлланилаётган ресурсларга нисбатан корхона хўжалик

фаолиятининг самарадорлиги қандай ҳисобланади?

- а) харажатларнинг ресурсларга нисбати
- б) сотилган маҳсулотнинг ресурсларга нисбати
- в) сотилган маҳсулотнинг ишлаб чиқариш харажатларига нисбати
- г) фойданинг харажатларга нисбати
- д) ҳамма жавоб тўғри

4. Истеъмол қилинган ресурсларга нисбатан корхона хўжалик

фаолиятининг самарадорлиги қандай ҳисобланади?

- а) харажатларнинг ресурсларга нисбати
- б) сотилган маҳсулотнинг ресурсларга нисбати
- в) сотилган маҳсулотнинг ишлаб чиқариш харажатларига нисбати
- г) фойданинг харажатларга нисбати
- д) ҳамма жавоб тўғри

5. Капитал қўйилмалар - бу ...

а) асосий воситалари сотиб олиш, қуриш, таъмирлаш, реконструкция қилиш ва кенгайтириш учун сарфланган маблағлар.

б) айланма маблағлар билан таъминлашга қаратилган харажатлар.

с) ходимларнинг тажриба ва малакаларини оширишга йўналтирилган маблағлар.

д) ижтимоий соҳаларга сарфланган маблағлар.

6. Капитал қўйилмалар ишларни бажариш усулига кўра қандай турларга бўлинади?

а) оддий ва мураккаб усулда қилинадиган капитал харажатлар

б) пудрат ва хўжалик усулида қилинадиган капитал харажатлар

с) қурилиш-монтаж, асбоб-ускуналар, инвентар харажатлар, бошқа капитал харажатлар

д) ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш об'ектларини қуришга мўлжалланган харажатлар

7. Корхоналардаги самарали иш ниманинг муҳим шартидир?

а) иқтисодиётнинг барқарорлашуви

б) бозорнинг тўйиниши

в) миллат фаровонлиги ва давлатнинг гуллаб яшнаши

г) иқтисодиётдаги таркибий ўзгаришларнинг амалга оширилиши

д) ҳамма жавоб тўғри

7.2. мавзу. Корхона ишлаб чиқариш фаолияти самарадорлиги кўрсаткичларини ҳисоблаш усуллари

Назарияда ва амалиётда корхоналар фаолияти самарадорлиги иқтисодий ва социал кўринишларга бўлинади. Бизнинг фикримизча, самарадорликни иқтисодий ва социал кўринишларга бўлиш рамзийдир. Чунки, корхоналар фаолияти натижасида эришиладиган самарани иқтисодий ва (маълум маънода) социал самара, дейилса мантиққа тўғри келади.

Маълумки, иқтисодиёт социал ҳаётдан ташқарида бўлмагани каби, социал ҳаёт ҳам иқтисодиётсиз бўлмайди. Шу сабабдан уларни бир-биридан ажратиб бўлмайди. Амалга оширилган ҳар бир иш айна вақтда ҳам иқтисодий, ҳам социал самара келтиради.

1-топшириқ. Ишлаб чиқариш самарадорлиги нима?

2-топшириқ. Молиявий самарадорлик нима?

3-топшириқ. Ижтимоий самарадорлик нима?

4-топшириқ. Ишлаб чиқариш корхоналарида иқтисодий самарадорлик?

8-мавзу: Корхонанинг асосий фондлари ва ишлаб чиқариш қуввати

Корхоналар ўз фаолиятини амалга оширишлари учун маълум миқдордаги ишлаб чиқариш воситаларига эга бўлишади. Улар ишлаб чиқаришни юритишда муҳим восита бўлиб хизмат қилади.

Корхоналар тасарруфидаги барча моддий ва молиявий маблағлар биргаликда – корхона фондлари дейилади. Айрим адабиётларда улар корхона капитали деб аталади.

8.1. мавзу. Корхона асосий фондлари-нинг моҳияти, таркиби ва тузилмаси

1. Қуйида келтирилган маълумотлар асосида саноат корхонаси асосий воситаларининг ўртача йиллик қийматини аниқланг:

Кўрсаткичлар	Минг сўм.
Асосий воситаларнинг йил бошига қиймати	15 000,0
Ишлаб чиқаришга киритилган асосий воситалар қиймати::	200,0
- март ойида	150,0
- июнь ойида	250,0
- август ойида	
Ишлаб чиқаришдан чиқарилган асосий воситалар қиймати::	100,0
- февраль ойида	300,0
- октябрь ойида	

2. Қуйида келтирилган маълумотлар асосида саноат корхонаси асосий воситаларининг ўртача йиллик қийматини ҳисобланг.

Асосий воситалар	Йил бошига қиймати, минг сўм	Киритилган			Ишлаб чиқаришдан олинган	
		Ойлар	сони	қиймати, минг сўм	ойлар	қиймати, минг сўм
Бинолар	10000,0	Май	1	1000,0	ноябрь	500,0
Иншоотлар	1000,0	-	-	-	-	-
Ускуналар	20000,0	Март	1	2000,0	-	-
Транспорт воситалари	500,0	Август	2	50,0	-	-
Хўжалик инвентарлари	200,0	-	-	-	июнь	90,0

ТЕСТ

1. Активлар, бу...

- а) кредитлар;
- б) акциялар;
- в) корхона тасарруф этадиган мол мулклар;
- г) қарз воситалари.

2. Асосий воситалар актив сифатида тан олинганда қандай қиймат бўйича баҳоланади?

- а) ўртача қиймат;
- б) бошланғич қиймат;
- в) қолдиқ қиймат;
- г) вазирлик томонидан белгиланган қиймат.

3. Кувватлардан фойдаланиш коэффициенти қандай аниқланади?

- а) ишлаб чиқариш дастурининг жами асбоб усқунанинг режали иш вақти фондида нисбати сифатида
- б) ишлаб чиқариш дастурининг ишлаб чиқариш кувватларига нисбати сифатида
- в) ишлаб чиқариш дастури меҳнат талабчанлигининг асбоб усқуна режали иш вақти фондида нисбати сифатида
- г) ишлаб чиқариш дастури меҳнат талабчанлигининг бир смена учун асбоб усқуна режали иш вақти фондида нисбати сифатида
- д) цех ишлаб чиқариш кувватларининг завод ишлаб чиқариш кувватларига нисбати сифатида

4. Асбоб усқунанинг юкланиш коэффициенти қандай аниқланади?

- а) ишлаб чиқариш дастурининг жами асбоб усқунанинг режали иш вақти фондида нисбати сифатида
- б) ишлаб чиқариш дастурининг ишлаб чиқариш кувватларига нисбати сифатида
- в) ишлаб чиқариш меҳнат талабчанлигининг жами асбоб усқуна режали иш вақти фондида нисбати сифатида
- г) ишлаб чиқариш меҳнат талабчанлигининг бир смена учун асбоб усқуна режали иш вақти фондида нисбати сифатида
- д) цех ишлаб чиқариш кувватларининг завод ишлаб чиқариш кувватларига нисбати сифатида

5. Кувватларнинг мутаносиблик коэффициенти қандай аниқланади?

- а) ишлаб чиқариш дастурининг жами асбоб усқунанинг режали иш вақти фондида нисбати сифатида
- б) ишлаб чиқариш дастурининг ишлаб чиқариш кувватларига нисбати сифатида
- в) ишлаб чиқариш меҳнат талабчанлигининг жами асбоб усқуна режали иш вақти фондида нисбати
- г) ишлаб чиқариш меҳнат талабчанлигининг бир смена учун асбоб усқуна режали иш вақти фондида нисбати сифатида
- д) цех ишлаб чиқариш кувватларининг завод ишлаб чиқариш кувватларига нисбати сифатида

6. Асосий фондларни амортизацияси бу - ...

- а) асосий фондларни эскириш
- б) асосий фондларни қийматини ишлаб чиқарилган маҳсулот таннарихига

утказиш жараёни

в) ишлаб чиқариш фондларини тикланувчанлиги (реновацияси)

г) асосий фондларни сақлаш харажатлари

7. Асосий воситалар актив сифатида тан олинганда қандай қиймат

бўйича баҳоланади?

а) ўртача қиймат;

б) бошланғич қиймат;

в) қолдиқ қиймат;

г) тиклаш қиймат.

8. Асосий воситалар қайта баҳолаш натижасида ҳисоб ва ҳисоботда қандай қиймат бўйича акс эттирилади?

а) ўртача қиймат;

б) тиклаш қиймат.

в) жорий қиймат;

г) қолдиқ қиймат;

9. Асосий воситаларнинг қолдиқ қиймати?

а) жамланган амортизация суммасини чегирган ҳолда асосий воситаларнинг бошланғич қиймати;

б) жамланган амортизация суммасини чегирган ҳолда асосий воситаларнинг ўртача қиймати;

в) жамланган амортизация суммасини чегирган ҳолда асосий воситаларнинг бошланғич қиймати, жамланган амортизация суммасини чегирган ҳолда асосий воситаларнинг ўртача қиймати;

г) жамланган амортизация суммасини чегирмаган ҳолда асосий воситаларнинг қолдиқ қиймати.

10. Асосий воситалар қиймати қандай йўл билан сўндирилади?

а) амортизацияни ҳисоблаш йўли билан;

б) инвентаризация йўли билан;

в) балансдан балансга ўтказиш йўли билан;

г) сотиш йўли билан.

8.2. мавзу. Корхонанинг асосий фондлар-дан фойдаланишни яхшилаш йўллари

Назарияда ва амалиётда “фонд” сўзи турли маъноларда ишлатилади. У лотин тилидан олинган бўлиб, биринчидан, давлатнинг, корхоналарнинг ва шу кабиларнинг бирор мақсад учун ажратган пул маблағини, иккинчидан, айрим субъектлар тасарруфидаги моддий нарса (масалан, уруғлик фонди, музей фонди, китоб фонди)ни, учинчидан, ижтимоий-иқтисодий соҳаларда фаолият юритаётган субъектлар (Халқаро Валюта Фонди, Жамоат Фонди, Ўзбекистон Тикланиш ва Тараққиёт Фонди кабилар)нинг юридик мақомини ифодалайди. Иқтисодий адабиётларда узоқ муддатли активлар таркибидаги асосий воситаларга нисбатан (моддий нарса, моддий мулк нуктаи назаридан) синоним сифатида “асосий фондлар” тушунчаси ишлатилади. Маълумки, восита — бу иш, ҳаракат куроли.

1-топширик. Асосий фонд нима ва асосий фондларга нималар киради?

2-топшириқ. Асосий фондларга қўйиладиган талабларни келтиринг!

3-топшириқ. Асосий фондлардан фойдаланиш хизмат муддатлари?

8.3. мавзу. Асосий ишлаб чиқариш фондларидан фойдаланиш кўрсаткичларини ҳисоблаш усуллари

Хўжалик амалиётида асосий фондлар натурал ва қиймат кўринишида ҳисобга олинади. Агар асосий фондларни натурал баҳолаш-ишлаб чиқаришни техник жиҳатдан қайта қуроллантириш ва замонавийлаштириш масалаларини ҳал қилиш, асбоб-ускуналарни таъмирлаш учун уларнинг гуруҳ ва турлари бўйича графиклар тузиш, шунингдек, таъмирлаш воситаларига бўлган эҳтиёжни аниқлаш имконини берса, қиймат бўйича баҳолаш эса, асосий фондларни қайта ишлаб чиқаришни режалаштириш, уларнинг мавжуд ҳажмини аниқлаш, амортизация ҳажмини белгилаш, асосий фондлар ва ишлаб чиқариш қувватларидан фойдаланиш даражасини таҳлил қилиш ва ҳоказоларда муҳим аҳамият касб этади.

1-топшириқ. Ҳақ эвазига сотиб олинadиган асосий воситалар қандай харажатлардан ташкил топади?

2-топшириқ. Тикланиш қиймати бўйича асосий воситалар деганда нима тушунасиз?

3-топшириқ. Асосий фондларни қайта баҳолаш қачон ўтказилади ва нима учун?

9-мавзу: Корхонанинг айланма маблағлари

Корхоналарда ишлаб чиқаришнинг узлуксиз давом этиши учун узоқ муддатли активлар билан бир қаторда айланма (жорий) активлар ҳам зарур бўлади. Айланма активлар ҳам корхона мулки ҳисобланади.

9.1.-мавзу. Корхона айланма маблағларининг моҳияти, таркиби ва нормалаштирилиши.

1. Ҳисобот йилида корхонанинг айланма маблағлари 1282,9 млн, сўмни ташкил этди.

Шу жумладан (млн. сўм):

- хом ашё, материаллар ва сотиб олинadиган яримфабрикатлар – 33,1;
- ёрдамчи материаллар – 205,3;
- ёқилғи – 3,7;
- эҳтиёт қисмлар – 45,9;
- қиммати паст ва тез эскирадиган буюмлар – 177,1;
- идишлар – 2,6;
- тугалланмаган ишлаб чиқариш – 24,1;
- келгуси давр харажатлари – 270,2;
- тайёр маҳсулот – 181,5;
- ҳаридорга жўнатилган товарлар – 167,2;
- ҳисоб-китоблардаги маблағлар – 31,4;
- пул маблағлари – 21,0;
- қолганлари – 121,8.

Корхона айланма маблағларининг структураси, нормалаштириладиган ва нормалаштирилмайдиган айланма маблағларнинг ҳажми ва солиштирма оғирлигини, ишлаб чиқариш ва муомалада бўлган айланма маблағларнинг катталигини аниқлаш талаб қилинади.

1. Асосий ишлаб чиқариш фондларидан фойдаланишни характерловчи кўрсаткичлар:

- а) рентабеллик ва фойда
- б) фонд қайтими ва фонд сиғими
- в) ишчилар меҳнати фонд билан таъминланганлиги
- г) эксплуатацион тайёргарлик коэффиценти

2. Асосий ишлаб чиқариш фондларидан экстенсив фойдаланиш қуйидагилар орқали аниқланади

- а) фонд сиғими ва фонд қайтими орқали
- б) сменалик коэффиценти, ускуналардан экстенсив фойдаланиш коэффиценти орқали

- в) меҳнатни фонд билан таъминланганлиги орқали
- г) ишлаб чиқариш рентабеллиги орқали

3. Ускуналардан интенсив фойдаланиш қуйидагилар орқали

аниқланади:

- а) сменалик коэффициент
- б) ишчилар меҳнати фонд билан таъминланганлиги
- в) ускуналардан интенсив фойдаланиш коэффициент
- г) ускуналарнинг яроқлилиқ коэффициент

4. Фонд қайтими кўрсаткичи характерланади:

- а) 1 сўмлик асосий ишлаб чиқариш фондларига тўғри келадиган товар маҳсулотлари улчамининг ҳажми орқали
- б) меҳнатни техник жиҳатдан қуролланганлик даражаси билан
- в) 1 сўмлик реализация қилинган маҳсулот учун асосий фондларни солиштира харажатлари
- г) асосий воситаларнинг янгиланиш коэффициент билан

10- мавзу: Корхонада кадрлар ва меҳнатга ҳақ тўлаш

1. Қуйида келтирилган маълумотлар асосида “Турон” акциядорлик жамиятида меҳнат ресурсларининг таркиби, структураси ва динамикасини таҳлил қилинг.

Кўрсаткичлар	Ўтган йили	Ҳисобот йили				Мутлақ фарқи, +, —	
		Бизнес режада		Ҳақиқатда		Ўтган йилдан	Режадан
		Сони, киши	Салмоғи, %	Сони, киши	Салмоғи, %		
1. Ишчилар	1020	1015		1010			
2. Хизматчилар	132	130		125			
3. Раҳбар ходимлар	35	28		30			
4. Мутахассислар	42	45		48			
5. Қоровуллик хизмати ходимлари	12	12		10			
Жами							

2. Саноат корхонаси бўйича қуйидаги маълумотларга эгамиз:

1. Саноат-ишлаб чиқариш ходимлари (категориялар бўйича) сони, киши:

- а) Асосий ишчилар — 930
- б) Ёрдамчи ишчилар — 340
- в) Раҳбарлар — 120
- г) Мутахассислар — 185
- д) Хизматчилар — 70

2. Корхона жорий йилда 750,0 млн сўмлик маҳсулот ишлаб чиқарган.

Бир ходимнинг ва бир ишчининг меҳнат унумдорлигини ҳисоблаш талаб қилинади.

ТЕСТ

1. Корхонада меҳнатга ҳақ тўлаш қандай шаклда амалга оширилади?

- а) ишбай-вақтбай;
- б) киши-соат;
- в) меҳнат-соат;
- г) яратилган маҳсулотга нисбатан.

2. Меҳнатни ижтимоий шароитлари қандай омиллардан иборат?

- а) жисмоний омиллар, руҳий омиллар
- б) атроф-муҳитга таъсир этувчи омиллар, руҳий омиллар
- в) атроф-муҳитга таъсир этувчи омиллар, жисмоний омиллар, руҳий омиллар
- г) жисмоний омиллар, атроф-муҳитга таъсир этувчи омиллар

3. Корхонада номинал иш ҳақи нима?

- а) номинал иш ҳақи- ходимнинг маълум бир вақт мобайнида бажарган меҳнати учун ҳисобланган ва тўланган иш ҳақидир.
- б) номинал иш ҳақи- ходимнинг маълум бир бажарган меҳнати учун ҳисобланган ва тўланган иш ҳақидир.
- в) номинал иш ҳақи-ходимнинг маълум берилган вазифани бажариши учун ҳақи эвазига оладиган маблағи.
- г) номинал иш ҳақи- ходимнинг ишлаб чиқарган маҳсулоти учун оладиган пули.

4. Меҳнатга ҳақ тўлашнинг ягона тариф сеткаси бўйича тариф разрядлари нечтага бўлинади?

- а) 20 та
- б) 22 та
- в) 23 та
- г) 24 та

5. Инсонларнинг хулқига таъсир этувчи омиллар:

- а) шахсни бошқариш тизими ва унинг жамоадаги ўрни;
- б) шахснинг табиий ва психофизиологик хусусиятлари;
- в) манфаатлар, мотивлар ва рағбатлар тизими;
- г) ҳамма жавоблар тўғри.

6. “Иш ҳақи” куйидаги вариантларнинг қайси бирида тўғри таъриф берилган:

- а) ишчига маълум ҳажмдаги ишни бажарганлиги ёки хизмат вазифаларини маълум вақт давомида бажарганлиги учун туланадиган пул тулови;

7. Меҳнат унумдорлиги деганда нима тушунилади?

- а) меҳнатнинг якуни
- б) меҳнатнинг натижавийлигини
- в) меҳнатнинг фаоллиги
- г) яратилган маҳсулот ҳажми
- д) маҳсулот яратиш учун зарурий вақт

8. Ижтимоий меҳнат унумдорлиги қандай аниқланади?

- а) ялпи ижтимоий маҳсулот: барча соҳаларда банд бўлганлар сони
- б) ялпи ижтимоий маҳсулот: моддий тармоқларда банд бўлганлар сони
- в) миллий даромад: моддий тармоқларда банд бўлганлар сони.
- г) иш вақти харажатлари: айрим турдаги маҳсулот харажатлари
- д) ҳамма жавоблар тўғри.

9. Маҳсулот бирлигининг меҳнат талабчанлиги қандай аниқланади?

- а) иш вақти хараржатлари: қиймат ифодасидаги маҳсулот ҳажми
- б) қиймат ифодасидаги маҳсулот ҳажми: иш вақти хараржатлари

- в) қиймат ифодасидаги маҳсулот ҳажми: корхонанинг умумий харажатлари.
- г) иш вақти хараржатлари: айрим турдаги маҳсулот харажатлари.
- д) ҳамма жавоблар тўғри.

10. Корхона персоналини ўқитишнинг асосий турлари:

- а) аттестациясиз мустақил билим олиш орқали ёки иш жойида;
- б) ихтисослаштирилган муассасаларда ишдан ажралган ва ажралмаган ҳолда;
- в) ихтисослаштирилган муассасаларда экстернат билан аттестация орқали;
- г) ихтисослаштирилган муассасаларда ишдан ажралган ва ажралмаган ҳолда, ихтисослаштирилган муассасаларда экстернат билан аттестация орқали, аттестациясиз мустақил билим олиш орқали ёки иш жойида.

9.2. мавзу. Ишлаб чиқариш корхоналари айланма маблағларидан фой-даланишни яхшилаш йўллари

Меҳнат предметлари ишлаб чиқаришнинг бир циклидагина қатнашади ва ўзининг натурал шаклини ўзгартиради, қийматини тўлиқ янгидан яратилган маҳсулот қийматига ўтказди.

Ишлаб чиқарилган маҳсулотлар сотилганидан кейин, уларни ишлаб чиқариш учун сарфланган маблағлар корхонага қайтади ва доимо оборотда қатнашади. Корхонанинг маблағлари доиравий айланишнинг турли босқичларида: пул, ишлаб чиқариш воситаси ва тайёр маҳсулот (товар) шаклида бўлади.

1-топшириқ. Айланма маблағлар нима ва уларга нималар киради?

2-топшириқ. Айланма маблағларга қўйиладиган талабларни келтиринг!

3-топшириқ. Айланма маблағлардан фойдаланиш хизмат муддатлари?

9.3. мавзу. Ишлаб чиқариш корхоналарида айланма маблағлардан фойдаланиш кўрсаткичларини ҳисоблаш усуллари
Маҳсулот сифати, ишончилиги ва узоқ муддат хизмат қилишига зарар

етказмаган ҳолда унга сарфланадиган хом ашё, материаллар, ёқилғи харажатларини камайтиришни билдиради.

Айланма маблағларнинг айланиш муддати қанча кам ёки сотилган маҳсулотнинг ўша ҳажмда айланишлар сони қанча кўп бўлса, айланма маблағлар шунча кам талаб қилинади ва аксинча, айланма маблағлар қанча тез айланса, улар шунча самарали фойдаланилади.

1-топшириқ. Айланма маблағларга таъсир этувчи омиллар?

2-топшириқ. Айланма маблағлар ишлаб чиқариш айланма фондларидан қандай фарқ қилади?

3-топшириқ. Корхонада маҳсулотнинг материал сиғимини камайтириш қандай аҳамият касб этади?

11-мавзу: Ишлаб чиқариш корхоналари маҳсулотининг сифати ва унинг рақобатбардошлиги

I. Кейс «Маркетинг режа»

1.1 Маркетинг режанинг моҳияти ва функциялари

Замонавий маркетинг бу корхонанинг юқори фойда олиш мақсадида харидорларнинг реал сўровлари ва бозорни комплекс ўрганиш асосида хизмат кўрсатиш, товар ишлаб чиқариш ва сотиш фаолиятини ташкил этиш тизимидир. Айтиш мумкинки, бизнес-режанинг барча бўлимларини шакллантириш маркетингнинг улкан салоҳиятидан тўлиқ ва кенг миқёсда фойдаланган ҳолда маркетинг тадқиқотларини амалга оширишга асосланади.

Маркетингда асосийси икки ёқлама ва бир-бирини тўлдирувчи ёндашувдир. Бир томондан корхонанинг бутун фаолияти, айниқса, унинг маҳсулотни ишлаб чиқариш ва сотиш, фан-техника тадқиқотлари, капитал қўйилмалар дастурларини яратиш бозор ва ундаги ўзгаришларни чуқур билишга асосланса, иккинчи томондан бозорга ва мавжуд талабга фаол таъсир кўрсатиш, яъни эҳтиёжлар ва истеъмолчилик афзалликларини шакллантириш туради. Бундан маркетингнинг асосий тамойили - ишлаб чиқаришнинг якуний натижалари истеъмолчилар талаб ва тақлифларига йўналтирилиши келиб чиқади.

Ушбу комплекс вазифани бажариш учун маркетинг таҳлилий, ишлаб чиқариш ва сотув функцияларини бажариши лозим.

Таҳлилий функция асосан истеъмолчилар ва рақобатчиларни, шунингдек, товарнинг ҳаракатланиши ва сотув характери, баҳони шакллантириш тизими ва рекламани ўрганишга бориб тақалади. Шу билан бирга корхонанинг ички муҳити, унинг ишлаб чиқариш имкониятлари, рақобатбардошлиги ва ҳоказолар ҳам таҳлил қилинади.

Ишлаб чиқариш функцияси доирасида қуйидаги вазифалар ҳал қилинади:

янги товарлар ишлаб чиқаришни ташкил этиш;
янада мукамал технологияларни ишлаб чиқиш ва жорий қилиш;
ишлаб чиқаришни моддий-техника ресурслари билан таъминлаш;
маҳсулот сифати ва унинг рақобатбардошлигини баҳолаш.

Сотув функциясига қуйидагилар киради:

товарни ҳаракатлантириш тизимини ташкил этиш;
сервисни ташкил қилиш;
талабни шакллантириш ва сотувни рақобатлантириш тизимини ташкил этиш;
мақсадли йўналтирилган товар сиёсатини амалга ошириш;
баҳо сиёсатини юрғатиш.

Маркетингда бошқарув ва назорат функцияси ҳам катта аҳамиятга эга бўлиб, у қуйидагиларни назарда тутди:

корхонада стратегик ва тезкор режалаштиришни амалга ошириш;
жамоани бошқаришнинг ахборот таъминоти;
корхонада коммуникация тизимини ташкил қилиш;
маркетинг назоратини ташкил қилиш (тескари алоқа, вазият таҳлили).

Маркетингнинг бу ва бошқа функциялари унинг асосий вазифаси – тадбиркорлик муҳити динамикасини кузатиш, яъни атроф-муҳитнинг режалаштириш характери ва тенденциялари бизнесни юритишга ижобий таъсир кўрсатиши ёки унинг олдига тўсиқлар қўйишини кузатишни таъминлаши лозим. Тадбиркорлик муҳитини таҳлил қилиш ва баҳолашда аввало қуйидаги омиллар ҳисобга олиниши лозим:

иқтисодий реаллик – ички миллий маҳсулот, дисперсион даромад, яъни айни пайтда эришилган турмуш даражаси;

ижтимоий омиллар – аҳоли таркиби, кадриятлар, рақобат, тенденциялар;

техник ривожланиш даражаси – техник тараққиёт, бозорнинг техник тараққиётни сезувчанлиги;

ҳуқуқий-норматив муҳит – қонунчилик, норматив ҳужжатлар.

Агар тадбиркорлик муҳити корхонага танланган бизнес соҳасида муваффақиятли фаолият кўрсатишга имкон берса, маркетинг хизматининг фаолияти у ишлаши лозим бўлган товар бозорига қаратилиши лозим. Бунда корхонанинг бозорга чиқишида уч вариант мавжуд: қўшилиш, илгари мавжуд бўлган мавқени сақлаб қолиш ва қисқартириш.

У ёки бу йўналишни танлаш кўплаб масалаларни бажаришга, биринчи навбатда корхонанинг юқори сифатли рақобатбардош маҳсулот чиқариш имкониятларига боғлиқ бўлади. Бироқ бунгача бошқа масалани ҳал қилиб олиш керак: корхона у чиқараётган ёки мўлжаллаётган маҳсулотга талаб қандай вужудга келиши, унинг нарх ўзгаришига қанчалик мослашуви ва бу мослашувчанликнинг якуний натижа фойда(даромад)га қанчалик таъсир кўрсатишини билиши лозим.

Маркетинг режасини ишлаб чиқишда ишлаб чиқаришни бозор талабларига

максимал мослаштиришни, кўл остидаги мавжуд воситалар (маҳсулот сифати, реклама, сервис ва х.к.) ёрдамида бозор ва истеъмолчиларга фаол таъсир ўтказишни таъминлаш зарурдир. Корхона ўз маҳсулотини истеъмолчига етказишга қобилиятли эканини кўрсатиш керак.

Бизнес-режани ишлаб чиқиш жараёнида маркетинг режаси муфассал ишлаб чиқишни талаб қиладиган кўплаб саволларни ёритишни талаб қилади¹. Лекин барча саволларни расмий бизнес-режага киритиш зарур эмас. Мазкур бўлимга бизнес-режанинг мақсадларидан келиб чиқиб, режалаштирилаётган маркетинг фаолиятининг асосий (энг қизиқарли) ҳолатларини киритиш мақсадга мувофиқ.

Бўлимнинг тузилмаси қуйидагича бўлиши мумкин:

- маркетинг стратегияси;
- товар сиёсати;
- баҳо(нарх) сиёсати;
- сотиш сиёсати;
- коммуникатив (ахборот алмашинуви) сиёсати
- маркетинг бюджети.

Маркетинг стратегияси. Маркетинг стратегияси мазмунини ёритишдаги бошланғич нукта бозорни сегментлаш ва мақсадли бозорларни танлаб олиш ҳисобланади. Ҳар бир мақсадли сегментга, рақобатчиларнинг ундаги ўрнини ҳисобга оладиган алоҳида маркетинг стратегияси ишлаб чиқилади. Бунда умумий йўналишлар ҳамда маркетинг комплекси ҳар бир ташкил этувчисининг ички стратегияси (товар, баҳо, сотиш ва коммуникатив сиёсат) ишлаб чиқилади. Натижалар 1-жадвал шаклида келтириши мумкин.

1-жадвал.

Корхонанинг маркетинг стратегияси.

Маҳсулот тури	Маҳсулот тури бўйича бозорни сегментлаш	Маркетинг тури	Ҳаётийлик даври босқичи	Сотиш каналлари	Маркетинг сиёсати				Маркетинг ҳаракатлари
					Товар	Баҳо	Сотиш	Коммуникатив	

Бозорни қамраб олишнинг маркетинг стратегиясини танлашда қуйидаги учта туридан фойдаланиш мумкин:

- оммавий маркетинг;
- дифференциал маркетинг;
- йўналтирилган маркетинг;

Оммавий маркетинг стратегиясига амал қилувчи корхоналар муваффақиятининг асосий омиллари бўлиб, маҳсулот ишлаб чиқаришнинг стандартлашганлиги ва оммавийлиги ҳисобланади. Уни қўллашни маҳсулот бутун

¹ Қаранг, Бринк И.Ю., Савельева Н.А. Бизнес-план предприятия. Теория и практика / Серия «Учебники и учебные пособия» - Ростов н/Д. «Феникс», 2003. - 169 бет.

бозорга ёки унинг йирик сегменти учун мўлжалланган ҳолларда тавсия қилинади.

Дифференциал маркетинг стратегияси корхонада бозорнинг бир неча сегментларида улар учун махсус ишлаб чиқилган маҳсулот ва маркетинг дастури асосида фаолият юритишни талаб қилади. Бу ўзлаштириладиган ҳар бир бозор сегментига чуқур кириб бориш орқали сотиш ҳажмини ўсишига имкон яратади.

Йўналтирилган маркетинг корхона фаолиятини бир ёки бир неча бозор сегментига йўналтирилишини талаб қилади. Бунинг асосий шарти танланган сегментларда албатта фойда юқори даражада бўлиши керак. Бу стратегия ресурслар чекланган ҳолатда қўллаш тавсия қилинади ва мазмунига кўра бозордаги ўз ўрнини эгаллаш йўналишига мос келади. Ундан кичик корхоналар фойдаланиши мақсадга мувофиқ бўлади.

1.2. Товар сиёсати

Товар сиёсати ўз ичига қуйидаги йўналишларни олади²:

- ассортимент сиёсати;
- янги маҳсулотни яратиш;
- маҳсулот сифати соҳасидаги корхона стратегияси;
- дизайн стратегияси;
- товарнинг бозор атрибутлари (белгилари);
- сервис хизматини ташкил этиш стратегияси.

Ассортимент сиёсати ўз ичига қуйидагиларни олади: товарлар ассортимент гуруҳларини умумий сони; алоҳида товарлар умумий сонини; ассортиментлар гуруҳи доирасида ҳар бир алоҳида товарни таклиф вариантлари.

Товар номенклатурасининг тузилмасини алоҳида товарлар ҳаётийлик даврининг босқичлари, товарлар ҳаётийлик даврини узайтириш усуллари, корхонанинг товарлар стратегиясини асосланишини ташкил этади.

Ассортимент сиёсати бўйича маълумотларни 2-жадвал шаклида берилиши мумкин

2-жадвал

Корхонанинг ассортимент сиёсати.

Ассортимент гуруҳи	Товар тури	Моделли	Маҳсулот тузилмаси	Товар ҳаётийлик даври босқичи	Товар ҳаётийлик даври узайтириш усули	Товар стратегияси

Корхона фаолиятининг бизнес-режасини ишлаб чиқишда у томонидан ишлаб чиқариладиган турли товарларнинг ҳаётийлик даври бир-бирига улашиб кетишига эътибор бериш лозим. Бу шуни билдирадики, бир товарга тўйиниш юзага келганда иккинчи бир товарни ишлаб чиқаришга киритиш керак бўлади. Акс ҳолда бозордаги сотиш миқёсларини олдини олиш қийин бўлади.

Янги маҳсулотни яратиш. Бизнес-режада корхонанинг янги маҳсулот яратиш бўйича сиёсатини баён қилиш лозим. Ушбу сиёсатни ишлаб чиқишда биринчи навбатда истеъмолчилар талабларига таянилади. Бундан ташқари қуйидаги

² Қаранг, Бринк И.Ю., Савельева Н.А. Бизнес-план предприятия. Теория и практика / Серия «Учебники и учебные пособия» - Ростов н/Д. «Феникс», 2003. - 179 - 188 бетлар

қоидаларни ҳам ҳисобга олиш керак.:

- янги маҳсулотни яратиш ва бозорга чиқариш зарур, лекин у бир мунча таваккалчилик билан боғлиқ. Амалиёт кўрсатадики, таклиф этилаётган янги маҳсулотларнинг кенг истеъмол товарлари бозорида 40 фоизи, саноат товарлари бозорида 20 фоизи, хизматлар бозорида эса 18 фоизи касодга учрайди. Бунга сабаб сифатида талаб хажмининг ноътўғри белгиланиши, рекламанинг етарли эмаслиги, талабни шакллантириш ва сотувни рағбатлантириш бўйича ишларнинг паст даражаси, баҳосини асоссиз ошириб юбориш, рақобатчиларнинг жавоб ҳаракатлари, бозорга чиқариш вақтини ноътўғри танлаш кабиларни кўрсатиш мумкин.
- янги товарни икки усулда олиш мумкин: четдан сотиб олиш (корхона сотиб олиш, патент ёки рухсатномани сотиб олиш орқали) ёки корхонани ўзида янги маҳсулот турини ишлаб чиқиш;
- товарни бозорга чиқарилаётган даврдаги асосий харидорларнинг талабларига жавоб бериши керак. Бу эса янги товарлар шаклланишини башоратлашни ва янги ғояни илгари суриш ҳамда товарларни синов сотувлари ўртасидаги оралиқни қисқартиришни талаб қилади. Мутахассисларнинг фикрига кўра 80 -100 та янги ғоялардан фақатгина биттаси, бозорнинг истиқбол талабларига жавоб бера оладигани ҳаётга тадбиқ этилар экан.

Сифат соҳасидаги корхона стратегияси. Бизнес-режанинг ушбу бандида қуйидагилар акс эттирилади:

- харидор учун энг жозибали бўлган сифат жиҳатларининг тавсифи;
- маҳсулот жозибадорлигининг ўзгариши йўналишлари;
- маҳсулот сифатини ошириш борасидаги корхонанинг стратегик йўналишлари.

Дизайн стратегиясини белгилаш. Бунда қуйидагиларни ёритиш лозим;

- дизайн борасидаги корхона ҳаракатларининг стратегик йўналишлари;
- корхона маҳсулотни дизайни бўйича хизмат кўрсатишни ташкил этиш;
- дизайн хизматида қилинадиган харажатлар.

Товарнинг бозор атрибутлари (белгилари).

Бизнес-режада товарнинг бозор атрибутларига алоҳида эътибор бериш лозим. Чунки унинг ташкил этувчилари товарни истеъмолчи томонидан қабул қилинишида катта аҳамиятга эгадир. Шунинг учун товарнинг маркаси, қадоқланиши, хоссалари ва бажарадиган вазифаларини муфассал баён этиш лозим.

Товар белгиси - ҳуқуқий ҳимоя қилинган товар маркаси ёки унинг бир қисми бўлиб, товар сотувчисининг фақатгина ўзига марка номи ва марка белгисидан фойдаланиш ҳуқуқини беради. Товар белгиси сифат кафолатлари, индивидуаллик, реклама ва маркани ҳимоя қилиш вазифаларини бажаради. Товар маркаси унинг бозор атрибутлари асосий элементи бўлиб, бозордаги киёфасини шакллантиришнинг асосини ташкил этади.

Товар маркаси - бу рамз, белги, сурат, ном бўлиб, бир ёки бир неча ишлаб чиқарувчилар маҳсулотларнинг солиштиришни (идентификация) ва рақобатчилар маҳсулотларидан фарқланишини таъминлайди.

Маркалар ўз ичига махсус рамзли белгилар, расмлар, номлар ва уларнинг қўшилмаларини қамраб олиши мумкин.

Марка номи - марканинг бир қисми бўлиб, талаффуз қилиш мумкин бўлган харф, сўз ёки уларнинг қўшилмаси тарзида ифодаланиши мумкин (масалан, «Мерседес-бенц», «Тип-топ»).

Марка белгиси - марканинг бир қисми бўлиб, талаффуз қилинмайди ва осон таниб олинадиган белги, расм шаклида бўлиши мумкин (масалан, «Женерал моторс» учун «GM» белгиси).

Фирманинг номи, маркаси белгиси ўрнатилаган тартибда рўйхатдан ўтган, яъни ҳуқуқий ҳимояланган бўлсагина кучга киради.

Корхона номини танлашда қуйидагиларга эътибор бериш лозим:

- у ном илгари рўйхатдан ўтказилган ном билан бир хил бўлмасин;
- корхонанинг ёки компанияни ташкил этувчиларининг исмидан, машҳур шахслар номларидан иборат бўлмасин, акс ҳолда уларнинг ўзлари ёки меросхўрларидан ушбу номдан фойдаланиш учун рухсат олиш лозим бўлади;
- қонунчилик талабларига ёки ижтимоий ахлоқ нормаларига зид бўлган номларни ўз ичига олмасин.

Ўзбекистон Республикаси қонунчилигига кўра идентификация қилиш ва тегишли гувоҳнома асосида ном бериш маҳаллий (туман, шаҳар) статистика идоралари томонидан амалга оширилади. Гувоҳнома олиш учун корхонага ёки фирмага қўймоқчи бўлган ном кўрсатилган аризани тақдим этиш кифоя қилади ва аризани уч иш кунида кўриб чиқилади.

Маҳсулотнинг қадоқланиши бир қатор вазифаларни бажаради:

- маҳсулот белгисини, номини, унинг ишлаб чиқарилган жойи ва вақтини кўрсатишга кўмаклашади. Хозирда қадоқлаш идишларида ва ёрлиқларда ушбу мақсад учун штрих код тизимидан фойдаланилмоқда.
- маҳсулотнинг эстетик жиҳатдан маъқулроқ жойлаштириш ва унга зарар етказилишидан ҳимоя қилади;
- маҳсулотни идентификация қилишда ёрдам беради;
- ишлатилишида ва сақлашда қулайлик яратади;
- харидор эътиборини ўзига жалб қилади;
- маблағни тежайди.

Қадоқлашнинг эътиборни жалб қилувчанлиги маҳсулотни муваффақиятли сотилишига катта таъсир кўрсатади. Жалб қилиш даражаси бир қатор омиллар: ўлчови, ранги, материали, қадоқлаш шакли жиҳатидан алоҳида фарқланувчи ва осон ўқиладиган ёзув ва кўрсатмалар билан шаклланади.

Қадоқлаш идишлари таққослаш, солиштириш воситаси сифатида шунчалик муҳим бўлиб бўлиб қолдики, "Кока-кола", "Хайнц" каби компаниялар ўз ишларини ва ёрлиқларини (этикетка) узоқ йиллар мобайнида ўзгартирмайдилар, бу эса харидор учун маҳсулот маркасини тезда билиб олишга имкон яратади. Қадоқлаш идишларини бошқа мақсадлардан ҳам ишлатиш имконияти харидорларни бевосита жалб қилиш даражасини оширади. Масалан, ичимликлардан бўшаган идишлар кенг қўламдаги мақсадларда фойдаланилади. Баъзи бирлари коллекционерлар учун бебаҳо предмет бўлиб қолади.

Сервис хизматини ташкил этиш стратегияси сотишдан олдинги ва сотишдан кейинги сервис хизматини кўзда тутади.

Сотиш олди сервиси таклиф этилаётган маҳсулотнинг сифат кўрсаткичларини такомиллаштириш мақсадида истеъмолчилар талабларини доимий ўрганиш ва таҳлил қилишга йўналтирилган.

Сотишдан кейинги сервис кафолат муддати давомида ва ундан кейинги кўрсатиладиган хизматлар мажмуни (созлаш, таъмирлаш) кўзда тутади.

Бизнес-режада сервис доирасида қандай хизматлар бажарилиши тўғрисидаги ахборот берилади. Уларга қуйидагилар киради:

- маҳсулотни бепул етказиб бериш;
- транспортировка (ташиш) натижасида юзага келган носозликларни йўқотиш;
- маҳсулотни ўрнатиб бериш ва ишга тушириб бериш;
- бепул кафолатли таъмирлаш муддатлари;
- кафолат муддатларидан сўнг пулли таъмирлашни амалга ошириш;
- зарур ҳолларда харидорнинг ходимларини маҳсулотдан фойданиш бўйича дастлабки ўқитишни ташкил этиш;
- эҳтиёт қисмлар билан таъминлаш;
- техник маслаҳатлар бериш;
- Бундан ташқари хизматларни амалга ошириш шаклини ҳам кўрсатиш зарур:
- ишлаб чиқарувчи томонидан;
- маҳсулот сотувчиси томонидан;
- ишлаб чиқарувчи билан шартнома асосида иқтисослашган ташкилот томонидан хизмат кўрсатиш.

1.3. Бозорни баҳолаш ва истеъмолчилик талабини ўрганиш

Маркетинг тадқиқотлари маркетинг фаолиятининг барча жабҳалари бўйича қарор қабул қилиш билан боғлиқ. Бозорни баҳолаш ва истеъмолчилик талабини ўрганиш бўйича маркетинг тадқиқотларининг асосий йўналишларини тавсифлаймиз.

Бозорни ва сотувни тадқиқ қилиш. У корхонанинг келгуси фаолиятини белгилаш учун бозор шароитлари тўғрисида маълумотлар олиш мақсадида амалга оширилади. Бозорни ва сотувни тадқиқ қилишнинг асосий йўналишлари қуйидагиларни қамраб олади:

- бозор сиғимини баҳолаш;
- бозорни сегментлаш;
- бозор ўзгаришлари ва ривожланиш тенденциялари таҳлили, хусусан, иқтисодий, фан-техника, демографик, экологик, қонунчилик ва бошқа омилларни таҳлил қилиш;
- бозор тузилмасини ўрганиш;
- сотув ҳажмини башорат қилиш.

Бозор сиғимини аниқлаш бозор тадқиқотларининг асосий вазифаси ҳисобланади. Товар бозори сиғими деганда белгиланган даражада ва баҳоларда товарни сотиш имкониятлари тушунилади. У истеъмолчилар талаби ва товар таклифи миқдори билан тавсифланади. Бозор сиғими тадқиқотлари кутилаётган сотув ҳажмини башорат қилишга имкон беради.

Бозор сиғимининг икки хил даражаси мавжуд: потенциал ва реал (ҳақиқий). Бозорнинг ҳақиқий сиғими биринчи босқич саналади. Потенциал даража шахсий ва жамият эҳтиёжлари билан белгиланади ҳамда уларга мос келувчи товар сотувини акс эттиради. Реал бозор сиғими потенциал бозор сиғимига мос келмаслиги ҳам мумкин.

Бозор сиғимини баҳолаш натурал ва қиймат ўлчамида ўлчаниб, қуйидаги формулага асосан топилади:

$$БС = ММ + ИХ - ЭХ,$$

Бу ерда:

БС – бозор сиғими;

ММ – миллий маҳсулот ишлаб чиқариш;

ИХ – импорт ҳажми;

ЭХ - экспорта ҳажми.

Бозорнинг импорт сиғими қуйидагича аниқланади

$БИС = БС - ММ + НЭ$,

Бу ерда:

БИС - бозорнинг импорт сиғими;

МЭ - миллий экспорт, аниқланиши $МЭ = ЭХ - РЭ$;

РЭ – реэкспорт ҳажми.

Нисбий бозор улуши корхонанинг бозордаги улуши ва рақобатчилар улушининг нисбати сифатида аниқланади:

$НБУ = \frac{ЎБУ}{РБУ}$

Бу ерда:

ЎБУ – ўз бозор улуши;

РБУ – рақобатчилар бозор улуши.

Бозорни сегментлаш бир томондан корхонанинг маркетинг фаолияти йўналтирилган бозор қисми ва объектларини аниқлашни, иккинчи томондан бозорда қарорлар қабул қилиш жараёнига бошқарув ёндашувини, маркетинг элементларини тўғри танлашга асос яратишни ифодалайди. Бошқача қилиб айтганда бозорни сегментлаш – бу бозорни кўрсаткичлари ва у ёки бу фаолият турига (реклама, сотиш каналлари ва усуллари) реакцияси бўйича бир-биридан фарқ қилувчи қисмларга ажратишдир.

Сегментлаш объекти биринчи навбатда истеъмолчилардир. Алоҳида тарзда ажратиб олинган ва умумий тамойилларга эга бўлган ҳолда улар бозор сегментини ташкил этади. Сегментлар сони кўп бўлганда уларнинг ҳар бири талабларига мослашиш жуда қимматга тушиши мумкин. Шу сабабли шахсий фойдаланиш товарларига нисбатан доимо йирик сегментларни белгилаш лозим.

Сегментлашда товар ўз харидорини топиши лозим. Бозорнинг тузилмасини тадқиқ этиш бунга энг кам харажатлар билан эриши имкониятини беради. Бунда бозор конъюнктурасини билиш ҳам муҳим бўлиб, у мазкур товар турига талаб ва таклиф ўртасидаги муносабат ҳамда нарх даражаси ва улар ўртасидаги муносабат билан тавсифланади. Бозор конъюнктурасини ўрганишдан асосий мақсад саноат ва савдо фаолияти бозор ҳолатига қанчалик таъсир кўрсатиши, унинг келажақдаги ривожланиши ҳамда аҳолининг товарларга бўлган талабларини тўлароқ қондириш учун нималар қилиш кераклигини аниқлаш ҳисобланади.

Истеъмолчиларни тадқиқ қилиш истеъмолчиларни товарни танлашга ундовчи омиллар мажмуини (даромад, ижтимоий ҳолат, ёш тузилмаси, маълумоти ва ҳоказо) аниқлаш ва ўрганишга имкон беради. Якка тартибда истеъмолчилар, оилалар, уй хўжаликлари ҳамда истеъмолчи ташкилотлар бу ерда объект вазифасини бажаради. Тадқиқот предмети истеъмолчиларнинг бозордаги ҳуқ-атвори ва уни белгилаб берувчи омиллар ҳисобланади. Истеъмол тузилмаси, товарлар билан таъминланганлик, истеъмол талаби тенденциялари ўрганилади.

Маркетинг учун товарни харид қилиш психологияси ва эҳтиёжларни ушбу товар билан қондириш механизмини аниқлаш катта аҳамиятга эга. Фақат шундагина маҳсулот кўп сотилишига умид қилиш мумкин. Таклиф этилувчи маҳсулот аввало, истеъмолчи учун фойдали бўлиши, ундан кейингина ишлаб чиқарувчининг ўзига ёқиши лозим.

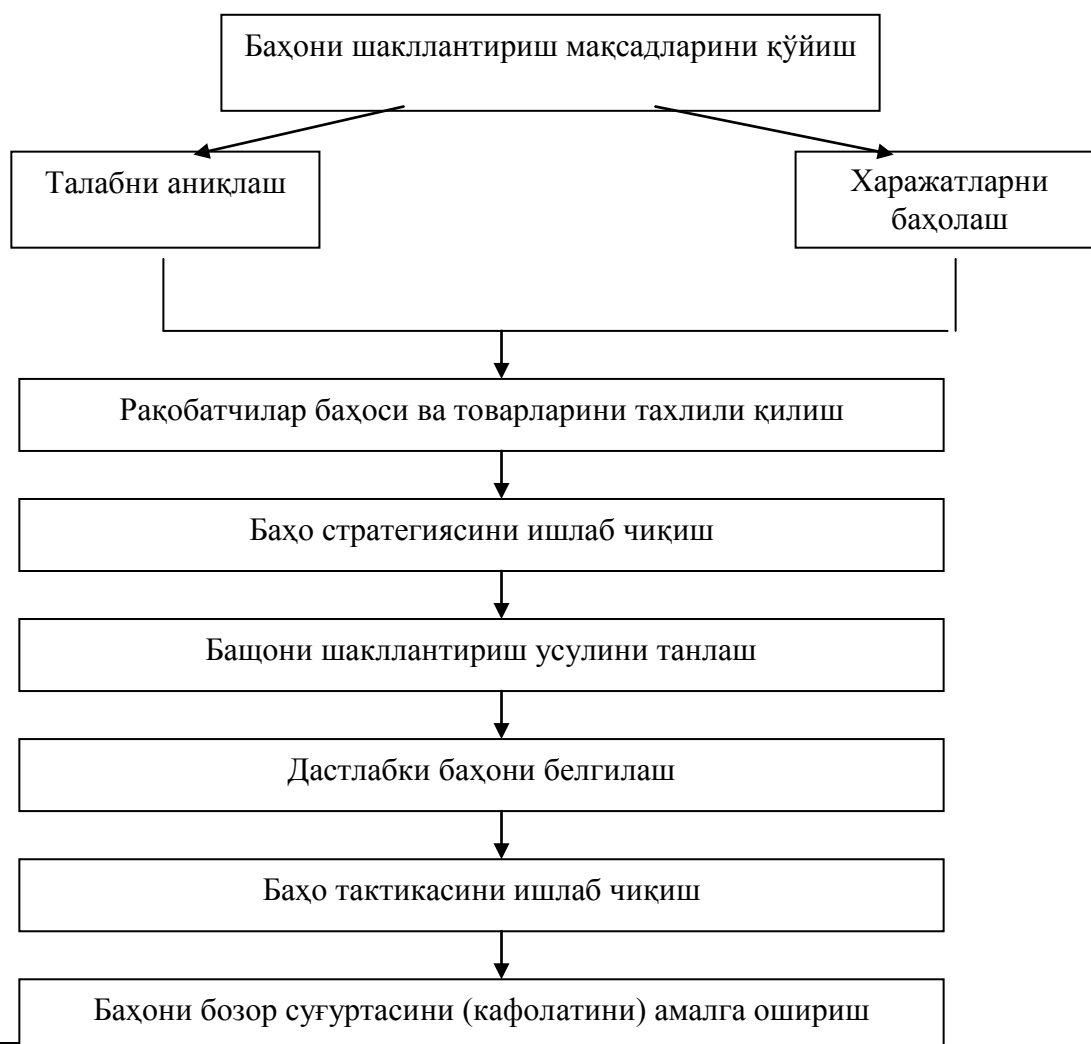
Рақобатчиларни ўрганишдан асосий мақсад бозорда рақобатли афзалликка эга бўлиш, кутилажак рақиблар билан ҳамкорлик қилиш учун зарур маълумотларни

олишдан иборат. Шу мақсадда рақобатчиларнинг кучли ва заиф томонлари таҳлил қилиниб, уларнинг бозордаги улуши, истеъмолчиларнинг рақобатчилар маркетинг воситаларига (товарни такомиллаштириш, товар маркалари, реклама компаниялари, сервисни ривожлантириш) реакцияси ўрганилади. Рақобатчиларнинг моддий, молиявий ва меҳнат салоҳияти, меҳнат фаолиятини бошқаришни ташкил қилиши ўрганилади. Бундай тадқиқотлар натижасида бозорда рақобатчиларга нисбатан қулай ҳолатга эришиш учун имконият ва йўл танлаш, таклиф этилаётган товарларнинг нарх ва сифат бўйича устунлигини таъминлаш стратегиясини аниқлаш мумкин бўлади.

1.4 Баҳо сиёсати

Баҳо сиёсати - баҳо ва баҳони шакллантиришни бошқариш санъати, қўйилган мақсадларга эришиш учун маҳсулот ва корхонанинг бозордаги ҳолатидан келиб чиқиб маҳсулот баҳосини белгилаш санъатидир³. Бу эса тадбиркордан менежердан юқори маҳорат талаб қилади. Баҳо сиёсати баҳо стратегиялари орқали амалга оширилади ва фақат корхонанинг умумий сиёсати йўналишида кўриб чиқилиши керак.

Бизнес-режада корхона баҳо сиёсатини ишлаб чиқиш жараёни 1-расмда келтирилган.



³ Каранг, Бринк И.Ю., Савельева Н.А. Бизнес-план предприятия. Теория и практика / Серия «Учебники и учебные пособия» - Ростов н/Д. «Феникс», 2003. - 188 бет

1-расм. Баҳо сиёсатини ишлаб чиқиш босқичлари.

Баҳо сиёсатини мақсадларини қўйиш. Корхона баҳо сиёсатининг мақсадлари, «Корхонанинг тавсифланиши» бўлимида кўрсатилган умумий мақсадлар асосида шаклланади.

Одатда баҳо сиёсатининг учта узоқ муддатли мақсадларини ажратиб кўрсатилади:

- сотишни таъминлаш (яшаб қолиш, сотиш хажмини таъминлаб туриш);
- фойдани максималлаштириш;
- бозорни сақлаб қолиш;

Сотишни таъминлаш - бозорда қўплаб ўхшаш ишлаб чиқарувчилар мавжуд бўлган каттиқ рақобат шароитида фаолият юритаётган корхоналарнинг асосий мақсади. Бозорни катта қисмини эгаллаш ва сотиш хажмини ошириш учун пасайтирилган баҳолар - кириб бориш баҳолари қўлланилади.

Фойдани максималлаштириш мақсадини қўйилиши, корхона ўз жорий фойдасини максималлаштиришга интилаётганлигини билдиради. Корхона баҳонинг турли даражаларида талаб ва харажатларни таҳлил қилади ва харажатларни максимал қопланишини таъминлайдиган баҳони танлайди.

Бозорни сақлаб қолиш мақсади корхонанинг бозордаги мавжуд ҳолатини ва ўз фаолияти учун мақбул шароитларни сақлаб қолишни кўзда тутди. Бу эса сотиш хажмини тушиб кетиши ва рақобат курашининг кескинлашувини олдини олиш учун турли чора-тадбирларни қўллашни талаб қилади.

Узоқ муддатли мақсадлардан ташқари корхона баҳо сиёсатининг қисқа муддатли мақсадларини ҳам қўйиши мумкин. Уларга одатда қуйидагиларни киритиш мумкин:

- бозордаги ҳолатни барқарорлаштириш;
- баҳо ўзгаришининг талабга таъсирини камайтириш;
- маҳсулот баҳоси бўйича етакчиликни сақлаб қолиш;
- мумкин бўлган рақобатни чеклаш;
- корхона ёки маҳсулот имиджини ошириш;
- бозорда заиф мавқеда турган товарларни сотишни рағбатлантириш.

Талабни аниқлаш бизнес-режанинг "Бозорни баҳолаш ва истеъмолчилик талабини ўрганиш" бўлимида муфассал ёритилади(8.2§).

Харажатларни баҳолаш. Товар баҳосининг қуйи чегараси уни ишлаб чиқариш ва сотиш бўйича харажатлар даражаси орқали аниқланади. Бу ҳисоб-китоблар бизнес-режанинг "Ишлаб чиқариш режаси" бўлимида амалга оширилади.

Корхонанинг баҳо стратегияси.

Бизнес-режада ишлаб чиқарилаётган товарлар бўйича корхонанинг баҳо стратегиясини кўрсатиш мумкин.

Юқори баҳо ёки «қаймоғини олиш» стратегияси - аввало товар баҳосини ишлаб чиқариш нархидан анча юқори ўрнатиб, аста-секин уни тушириб боради. Бу усул билан янги товарлар (патентлар билан ҳимояланган) сотилади ва бозорга киргандан кейин сегментлар гуруҳини кенгайтириш мақсадида арзонлаштириб борилади. Юқори баҳо стратегияси корхонага харажатларни тезда қайтариб олишга ёрдам беради. Кейинчалик бозорда ўхшаш товарлар - рақиблар пайдо бўлгандан

кейин корхона ўз товари нархини тушира бошлайди ва бошқа сегментлар учун янги товарлар модификациясини ярата бошлайди.

«Паст баҳолар» ёки «бозорга ёриб кириш» стратегиясида маҳсулотга дастлаб паст баҳо ўрнатилади ва талабни рағбатлантирилади. Рақиблар бозордан сиқиб чиқарилади ва асосий улуш эгалланади, секин аста маҳсулот баҳоси ошириб борилади. Бу стратегияни қўллаш қуйидаги шароитларда мақсадга мувофиқ: бозор баҳо ўзгаришига жуда сезгир ва паст баҳолар унинг кенгайишига ёрдам беради; харажатларнинг ўсиб бориши билан ишлаб чиқариш ва сотиш хажми қисқариб боради; рақобатчилар учун паст баҳолар қизиқарли эмас.

Баҳони шакллантириш усулини танлаш.

Бизнес-режада корхона баҳони белгилашда фойдаланадиган усулларни кўрсатиш лозим. Баҳони шакллантиришнинг энг кўп қўлланиладиган усулларни кўриб чиқамиз:

- ўртача харажатлар қўшув фойда;
- зарарсизлик ва мақсадли фойда;
- товарнинг қиммати бўйича тутган ўрнига йўналтирилган;
- рақобатга йўналтирилган.

Корхонанинг баҳо тактикаси.

Бошланғич, дастлабки баҳони белгилаш ва унинг мақсадига мувофиқ ўзгариши йўналишларини аниқлаб олиш билан баҳони шакллантириш жараёни тўхтаб қолмайди. Баҳони белгилашда бозорни ўзгаришини ҳисобга олиб бориш лозим, лекин маҳсулотнинг баҳосини (нархи) ўзгариши белгиланган баҳонинг юқори ва қуйи чегарасида бўлиши керак. Бозор талабларига кўра баҳони тўғрилаб бориш, ишлаб чиқарувчилар томонидан бир қатор қарорлар қабул қилишни кўзда тутати. Натижада маълум босқичдаги маҳсулотнинг охириги баҳоси ўрнатилади.

Корхонанинг баҳо тактикаси ёки дастлабки баҳони тўғрилаб бориш йўналишларининг энг асосийларини кўриб чиқамиз.

Узоқ муддатли баҳони белгилаш. Истеъмолчиларда маълум бир маҳсулот тўғрисида ва унинг белгиланган баҳоси тўғрисида тасаввурлар пайдо бўлиши учун баҳо ўзгармасдан қолади ҳамда бозор ўзгаришларига берилмайди. Бундай барқарор баҳоларни шундай маҳсулотларга қўйиш керакки, уларга бўлган талаб ҳам барқарор ўзгармас бўлсин.

Ўзгарувчан (қайишқоқ) баҳоларни белгилаш. Маҳсулот баҳоси бозордаги талаб ва таклифнинг ўзгаришига кўра белгиланади. Баҳолар бир куннинг ичида ҳам бир неча марта ўзгариши мумкин.

Дискриминация баҳоларини белгилаш. Дискриминацион (бир хил бўлмаган) баҳоларни белгилашда корхона бир хил маҳсулот ёки хизмат учун турли хил шаклда, турли хил баҳо белгилайди:

- харидорларнинг турли хиллигини ҳисобга олган ҳолда. Масалан, талабалар, ногиронлар, нафақахўрлар, ветеранлар бир хил маҳсулот учун турли нарх тўлайдилар;
- товарнинг вариантларини ҳисобга олган ҳолда.

Товарнинг турли вариантлари турли баҳоларда сотилади ва унда вариантлар бўйича ишлаб чиқариш харажатларининг фарқи ҳисобга олинмайди. Масалан, кадоқлаш идиши бошқаларига нисбатан 20%га қимматга тушган атирни бошқаларига нисбатан икки баробар қиммат баҳода сотиш:

- жойни ҳисобга олган ҳолда. Товар турли жойларда ишлаб чиқариш харажатлари бир хил бўлса ҳам турли баҳоларда сотилади. Масалан, театр

паттаси томошабинлар қайси жойни кўпроқ хохлашларига кўра турли баҳода бўлади;

- вақтни ҳисобга олган ҳолда. Баҳолар мавсумга, кунга, ҳафтага ва сутканинг қайси соатига кўра ўзгариши мумкин. Масалан, уяли алоқа хизмати кечаси ва дам олиш кунлари арзонроқ бўлиши мумкин.

Психологик жихатдан жозибадор баҳолар белгилаш. Бунда харидорлар психологияси ҳисобга олинади. Баҳони бутун сон эмас ундан бир оз камроқ рақамларда белгиланади. Масалан, атирнинг баҳоси 1000 сўм эмас 990 сўм белгиланади.

Товар ассортиментини баҳоларнинг босқичма-босқич ўзгариши асосида сотиш. Корхонада одатда бир маҳсулотнинг бир неча турлари ва маркаларини ишлаб чиқилади. Бунда алоҳида марка ва моделдаги товарларга қўйиладиган баҳоларнинг ўзаро боғлиқлиги муаммоси туғилади. Харидор бир маҳсулот сифат даражасининг иккинчисидан фарқини аниқ билиши учун баҳолар бир-биридан кескин фарқ қилиши керак. Масалан, NEXIA автомобилнинг ДОНС ва ОНС турлари мавжуд ва уларнинг баҳолари ҳам ҳар хил.

Баҳони бозор суғуртасини (кафолатини) таъминлаш.

Баҳони шакллантиришнинг охириги босқичи тузатишлар киритилган охириги баҳони суғурталаш ёки кафолатлашдир. Бундай суғурталашни олди-сотди шартномалари ёки етказиб бериш шартномаларига бир қатор қўшимча шартлар киритиш йўли билан амалга оширилади. Бундай шартлар бизнес-режада албатта кўрсатилиши керак.

Бозор баҳоларини ўзгариши бўйича шартномага қўшимча шартларни киритиш мумкин:

а) баҳоларни пасайиши бўйича қўшимча шарт - бозор баҳосининг ҳар қандай пасайиши, шартномада белгиланган баҳоларни пасайишига олиб келади. Баҳонинг ошиб кетиши эътиборга олинмайди;

б) бозор баҳосини ошиб бориши бўйича қўшимча шарт - бозор баҳосининг ҳар қандай ошиши шартномада белгиланган баҳонинг ошишига олиб келади;

в) баҳонинг ҳар қандай ўзгариши бўйича қўшимча шарт - бозор баҳосининг ўзгаришига кўра шартнома баҳолари ошиши ёки пасайиши мумкин.

Харажатларнинг ошиб кетиши ёки камайиши эҳтимоллиги.

Бизнес режани ишлаб чиқишда инфляция бўйича таваккалчиликни (хавфни) маҳсулот етказиб берувчи ва истеъмолчи ўртасида турли шаклдаги шартномаларни тасдиқлаш орқали тақсимлаш мақсадга мувофиқ бўлади (3-жадвал).

3-жадвал

Шартномалар шакли бўйича таваккалчиликни тақсимланиши.

Баҳо таваккалчилигини тақсимланиши	Шартнома шакллари
Таваккалчилик тўлалигича таъминотчи, етказиб берувчи бўйнида.	Ўзгармас баҳо. Маълум шароитларда баҳони қайта кўриб чиқиш. Ўзгарувчан баҳолар.
Таваккалчилик тўлалигича истеъмолчи, харидор бўйнида.	Етказиб бериш вақтидаги ҳақиқий баҳо. Етказиб берувчининг харажатлари қўшув фойда меъёри.

1.5. Маҳсулотни бозорга чиқариш стратегияси

Бизнес- режада ишлаб чиқарилган товарни сотиш каналлари ва ҳаракатланиш тизимини ёритиб бериш зарур.

Товар ҳаракатланиши ва сотувни тадқиқ қилиш товарни истеъмолчига тез етказиб бериш ва сотишнинг энг самарали ва оқилона йўллари, усуллари ва воситаларини аниқлашга имкон беради. Савдо каналлари, воситачилар, сотувчилар, сотув шакл ва усуллари, муомала харажатлари (савдо харажатларини олинадиган фойда билан солиштириш) тадқиқот объектлари ҳисобланади. Шунингдек, чакана ва улгуржи савдода турли хил корхоналар фаолиятининг ўзига хос хусусиятлари таҳлил қилиниб, уларнинг кучли ва заиф томонлари, товар ишлаб чиқарувчилар билан вужудга келган муносабатлар характери аниқланади. Бундай маълумотлар корхона товар айланмасини ошириш, товар заҳираларини оптималлаштириш, самарали товар ҳаракатланиши каналларини танлаш мезонларини ишлаб чиқиш, товарни пировард харидорларга сотиш усуллари ишлаб чиқиш, муомала харажатларини камайитишга имкон беради.

Реклама ва сотувни рағбатлантиришни тадқиқ қилиш қачон, қаерда ва қандай воситалар ёрдамида товарлар сотувини рағбатлантириш, товар ишлаб чиқарувчининг бозордаги нуфузини ошириш, реклама тадбирларини муваффақиятли ўтказишни аниқлашга имкон беради. Объектлар сифатида куйидагиларни кўрсатиш мумкин: таъминотчилар, воситачилар ва харидорларнинг бозордаги хатти-ҳаракатлари; реклама самарадорлиги; харидорлар билан алоқалар. Олинган натижалар «паблик рилейшнз» сиёсатини ишлаб чиқиш; корхона ва унинг товарларига илиқ муносабат уйғотиш; корхона имиджини яратиш; аҳоли талабларини шакллантириш ҳамда таъминотчи ва воситачиларга таъсир кўрсатиш усуллари аниқлаш; коммуникация алоқалари, жумладан, рекламанинг самарадорлигини оширишга имкон беради.

Ҳар қандай товарга талаб иккита компонентнинг: кутилаётган харидорнинг тўлов лаёқатига эгаллиги ва унинг ўз муаммоларини таклиф этилаётган товар ёрдамида ҳал қилиши, яъни ўз эҳтиёжини қондириш истаги мавжудлигининг натижасидир. Бозорда бир вақтда бир нечта рақобатдош товарлар мавжудлиги сабабли ҳар бир корхона ва фирма харидорнинг товар танлашда ўзига эътибор қаратишига таъсир кўрсатишга интилади. Бундай таъсир воситаси реклама, товарнинг истеъмол хусусиятларини тарғиб қилиш ҳисобланади. Бундан ташқари, ҳозирги пайтда сотувни рабатлантириш ва рекламада маҳсулот тақсимоли ва уни истеъмолчиларга етказиб бериш каналларига катта ўрин ажратилмоқда.

Чет элда амалиётда товарларни ишлаб чиқарувчидан истеъмолчи томон ҳаракатлантиришнинг икки усули ишлаб чиқилган бўлиб, биринчи усул силжитиш стратегияси номи билан машҳур. Бу ҳолда корхона дилерларни харид қилинган ҳар ўн та товар учун битта товарни бепул бериш йўли билан рағбатлантиради. Иккинчи усул интенсив реклама кампаниясини ўтказиш йўли билан харидорларни жалб қилиш стратегиясидир. Унинг мақсади харидорларни таклиф этилаётган товар ёки хизмат тавсифномалари билан таништиришдан ташқари, уларда реклама қилинаётган товар ёки хизматни харид қилиш истагини уйғотиш ҳисобланади.

Товарни бозор томон ҳаракатлантиришни рағбатлантириш сўнгги пайтда ФОССТИС тизими (талабни шакллантириш ва сотувни рағбатлантириш хизмати) ёрдамида амалга оширилиб, унда товарни ишлаб чиқариш, уни ҳаракатлантириш ва реклама қилиш жамият эҳтиёжлари билан боғланиши.

ФОССТИС - талабни шакллантириш ва сотувни рағбатлантириш хизмати (инглизча-formation of demand and stimulation of sale) комплексига реклама, товар

ҳаракати ва жамоатчилик билан алоқалар киради. Бу воситалар нафақат талабни шакллантириш (ФОС), балки сотувни рағбатлантиришга ҳам таъсир кўрсатади. ФОС тадбирлари потенциал харидорга йўналтирилган бўлиб, уни янги бозорга эндигина чиқарилаётган товар билан таништирилади. «Таништирувчи реклама», кўргазма ва ярмаркаларда иштирок этиш усулларидан фойдаланилади. Мақсади - истеъмолчилар онгида маҳсулот образини шакллантириш ва фақатгина шу маҳсулот бошқаларидан кўра кўпроқ белгиланган талабни қондиришини кўрсатиш.

СТИС тадбирлари бозорда янгилик ҳисобланмайдиган товарларни сотишни кенгайтиришга ёрдам беради. Бундай товар ҳақида ФОС тадбирлари ва харидорнинг ўз тажрибаси асосида маълум тасаввурлар пайдо бўлган. СТИСнинг вазифаси эса харидорни яна харидга ундаш ҳамда товарнинг бозордаги ҳаётийлик босқичи ва корхонанинг баҳо сиёсатига кўра янги сегментларда тарқалишини, бозордаги улушини оширишни таъминлашдан иборат. Харидор учун товарни ФОССТИСнинг қайси тадбири орқали сотиб олганлигини қизиғи йўқ. Лекин ФОССТИС тадбирларига маблағ ажратаётган корхона раҳбари учун муҳим аҳамиятга эга. Унга кўра таъсир доирасини янада аниқроқ белгилаш (ахборотларнинг йўналтирилганлиги), оммавий алоқа каналларининг мақбуллари танлаш, товарнинг ижобий томонларини тўлароқ ёритиш, кўргазмалар воситалар, матнлар мазмуни ва шаклини мувофиқлаштириш имкониятларини баҳолаш мумкин.

ФОССТИСнинг коммуникатив таъсирига кўра харидорлар товарни юқори истеъмол қийматига эга деб тасаввур қиладилар. ФОССТИС тадбирларига қилинадиган харажатларни режалаштиришда маблағларни қуйидагича тақсимлаш мақсадга мувофиқ:

- матбуотда реклама (ФОС) учун - 30%;
- босма нашр шаклдаги (проспектлар, каталоглар) реклама учун –15%;
- кўргазма ва ярмаркалар учун - 15%;
- тўғридан-тўғри рекламага - 10%;
- ёдгорликлар (сувенирлар) ва бошқа тадбирлар (СТИС) учун - 7,5%;
- дилерлар, агентларнинг ишлаб чиқарувчи корхона билан танишиш учун хизмат сафарларига –7,5%;
- жамоатчилик билан алоқалар (PR) учун - 7,5%;
- кўзда тутилмаган тадбирлар учун - 7,5%

1.6. Коммуникатив сиёсат ва маркетинг бюджети

Бизнес-режада корхона коммуникатив сиёсати дастурларининг асосий қоидалари кўрсатилади⁴:

- мақсадлар;
- вазифалар;
- фирма стили;
- стратегиялари;
- маркетинг коммуникациялари комплексининг тузилмаси;

Коммуникатив сиёсатнинг мақсадларига қуйидагиларни киритилиши мумкин: маълум бир товарнинг (марканинг) бозорда ўз жойини топиши ва уни кенгайтириб бориш ёки ундан қисқа муддатли фойда олишни таъминлаш.

⁴ Қаранг, Бринк И.Ю., Савельева Н.А. Бизнес-план предприятия. Теория и практика / Серия «Учебники и учебные пособия» - Ростов н/Д. «Феникс», 2003. -211 - 228 бетлар.

Коммуникатив сиёсатнинг вазифалари: талабни рағбатлантириш; товарнинг хусусиятлари ва турлари, хизматнинг сифати тўғрисида ахборот бериш; корхона имиджи ва нуфузини шакллантириш ва тарқатиш; кўргазмалар, ярмаркалар ва баҳони турлари тўғрисида ахборот тарқатиш ва бошқалар.

Фирма стили - корхона томонидан ишлаб чиқиладиган маҳсулотлар бирлигини таъминловчи ҳамда корхона ва унинг маҳсулотларини рақобатчилар билан таққослашни таъминловчи усуллар.

Фирма стили - ўз ичига қуйидагиларни олади:

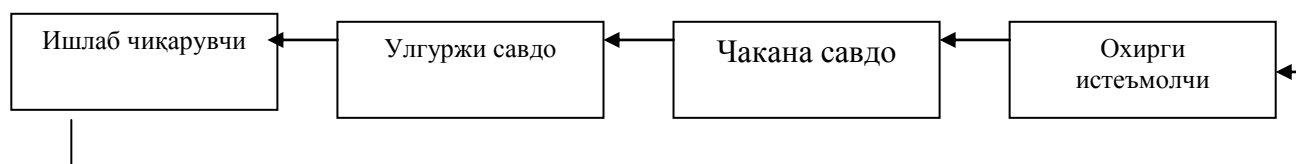
- логотип - корхонанинг тўла ёки қисқа номини махсус ишлаб чиқилган ёзилиш шакли;
- фирма блоки - товар белгиси ва логотипини уйғунликдаги қўшилмаси, фирма шиори, фирма танлаган ранг, фирма танлаган ёзув шрифтлари, фирма мадҳияси.

Фирма стилининг асосий вазифаси шундаки, истеъмолчида унинг ҳар соҳада тартибли эканлиги, маҳсулотларининг наъмунали эканлиги тўғрисида ишонч уйғотишдир.

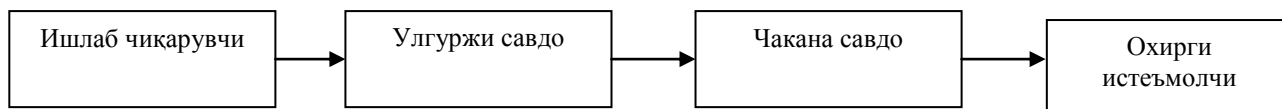
Коммуникатив сиёсат стратегияси бозорни ўрганилгандан кейин ишлаб чиқилади. Уларни умумлаштириб иккига ажратиш мумкин (2-расм).

Мажбурий ўтказиш стратегияси - товар ҳаракатини бевосита истеъмолчиларга йўналтириш. Истеъмолчилар талаблари ўсиб бориши билан савдо ташкилотлари товарни сотиш учун корхона билан мажбурий алоқага киришадилар.

Сиқилиб кириш стратегияси - товарни силжитиш(ҳаракатлантириш) воситачига йўналтирилади. Воситачи эса савдо каналлари орқали тақсимлашни уюштиради.



1. Мажбурий ўтказиш стратегияси



2. Сиқилиб кириш стратегияси.

2-расм. Коммуникатив сиёсат стратегиялари

Маркетинг коммуникациялари комплекси ўз ичига қуйидаги воситаларни олади: реклама, сотувни рағбатлантириш, шахсан сотиш, жамоатчилик билан ишлаш, тўғридан-тўғри маркетинг, спонсоринг, маҳсулот-плейсмент, брэнднинг.

Энг мақсадга мувофиқ, самарали комплексни аниқлашда ҳар бир ташкил этувчи воситаларнинг кучли ва кучсиз томонларини ҳамда самарали бўлиш шартларини ҳисобга олиш лозим.

Реклама - бу маълум спонсор номидан ғоялар, товарлар ҳамда хизматларни тақдир ва тақдим этишнинг ҳар қандай пуллик шакли.

Шахсан сотиш - сотувчининг харидор билан алоқага киришишини кўзда

тутади. Бунда маҳсулотнинг истеъмол хусусиятлари тўғрисида оғзаки тушунчалар берилади ва маҳсулотни олди-сотдиси бўйича биргаликда бир қарорга келинади.

Жамоатчилик билан ишлаш (алоқалар) ёки публик рилейшнз корхонанинг мақбул имиджини шакллантириш ва қўллаб-қувватлашга, корхона фаолият юритишининг зарурлиги ва унинг жамият ҳаётига ижобий таъсир этишига жамоатчиликни ишонтиришга йўналтирилган.

Бу вазифаларни бажаришга қуйидаги тадбирлар орқали эришиш мумкин: журналистлар учун ахборотлар тайёрлаш; брифинг; пресс-конференция; очик эшиклар кунларини ўтказиш; корхона фаолияти тўғрисида кўргазмалар ва маросимлар ўтказиш; спонсорлик; фан тадқиқотлар, таълим, санъат ва спортни қўллаб-қувватлаш; атроф муҳитни ҳимоя қилиш бўйича фаолият; болалар ва нафақахўрларга ғамхўрлик қилиш.

Тўғридан-тўғри маркетинг деб, маҳсулотни сотиш мақсадида истеъмолчига бевосита таъсир ўтказиш ва мижоз билан тўғридан-тўғри алоқаларни ривожлантиришни тушунилади.

Тўғридан-тўғри маркетингнинг бешта шаклини ажратиб кўрсатиш мумкин:

- почта орқали тўғридан-тўғри маркетинг - почта орқали потенциал харидорларга жўнатмалар, хатлар, реклама, наъмуналар, проспектлар жўнатиш;
- каталоглар бўйича маркетинг - мижозларга юборилган каталоглар ёки сотиш жойларида тақдим этиладиган каталоглар орқали товар сотишни ташкил этиш;
- телефон орқали сотиш. Фирма ходимлари буюртма олиш ва реклама орқали олган ахборотлари бўйича маълумот бериш учун мижозларга бепул телефон рақамларини берадилар.
- телевидение орқали маркетинг. Масалан, "Телемагазин", "Уйда диванда ўтириб савдо" ва бошқалар.

Электрон савдо - интернет орқали сотиш.

Спонсоринг - бу ўзаро манфаатдорлик тамойили асосидаги фирманинг спонсорлик фаолияти. Спонсорингнинг ҳозирги пайтда тўртта тури мавжуд: спорт соҳасида спонсоринг; маданият соҳасида спонсоринг; ижтимоий спонсоринг; экоспонсоринг.

Маҳсулот-плейсмент деганда товарни силжитиш ва жойлаштиришнинг шундай шакли тушуниладики унга кўра медиадастурларда (кино, видео ва телевизион дастурларда) маҳсулотни ёки хизматни реклама қилиш билан маҳсулотни бозордаги ҳолатини яхшилашни биргаликда олиб борилади.

Брэнднинг маълум бир товарнинг алоҳида брэнд-имиджини яратиш ва истеъмолчи онгига сингдириш бўйича реклама берувчининг, савдо ташкилотларининг ҳамда реклама агентлигининг биргаликдаги ижодий иши сифатида тушуниш мумкин.

Ҳозирда товарлар рақобати брэндлар рақобати даражасига кўтарилганини мутахасислар эътироф этилмоқда.

Брэнд - бу харидорнинг рақобатчи маҳсулотлардан фарқ қилувчи маълум бир товар маркаси ҳақидаги тасаввурлари. Масалан, "Мерседес бенц" енгил автомобилларнинг дунё бозоридаги кучли брэндларидан бири.

Маркетинг бюджети.

Бизнес-режанинг ушбу моддасида маркетингга охирги уч йилда қилинган

харажатлар ва режалаштирилаётган даврдаги харажатлар келтирилади.

Хозирги давргача бюджетни шакллантиришнинг ягона услубияти ишлаб чиқилмаган бўлиб, ҳар бир корхона маркетинг бўйича харажатлар моддаларини аниқлашда ўз ёндошувидан фойдаланади ва қандай ахборотларни унда акс эттиришни ўзи белгилайди.

Маркетинг бюджетини ҳисоблашда қуйидаги услублардан фойдаланиши мумкин.

а) «имкониятларга кўра» молиялаштириш услуби - маркетинг ва истеъмолчилардан кўра ишлаб чиқаришга устиворлик берувчи корхоналар томонидан қўлланади. «Қанча маблағ ажратиш имкониятига эгасиз» тамойилига асосланади;

б) катъий фоизлар услуби - маркетинга ажратиладиган маблағлар сотиш хажмининг ўтган даврлардаги, жорий ёки келгуси миқдориغا нисбатан улушларда ажратилади;

в) «рақобатчига мўлжалланган» услуб - маркетингга харажатлар даражаси бозорда ресурслари ва улушига кўра ўзига яқин турган рақобатчининг харажатларига кўра белгиланади;

г) максимал харажатлар услуби – «иложи борича кўпроқ харажатлар маркетингга» тамойилига асосланади;

д) мақсад ва вазифаларга асосланган услуб - корхонада қўйилган мақсадларга эришиш учун маркетинг тадбирларини олиб бориш харажатлари калкуляциясига асосланади.

Бюджетнинг ҳажми аниқлангандан сўнг бажариладиган тадбирлар бўйича тақсимланади.

Кейс учун ишлаб чиқилган муаммоли вазият

"Қувасойцемент" ОАЖ тўғрисидаги маълумотлар

Корхона ишлаб чиқарувчи хужалик фаолиятининг умумий тавсифи. Умуман Ўзбекистон бўйича цемент ишлаб чиқариш тармоғида 4 та корхона фаолият олиб боради ва уларнинг умумий қуввати 6.5 млн. Тоннадан кўпроқдир.

«Қувасойцемент» ОАЖ Ўзбекистоннинг энг зич аҳоли, 7 млн.дан кўп яшайдиган минтақасида – Фарғона водийсида жойлашган. Унинг географик жойлашуви ва транспорт тармоғининг ташқарига Тожикистон орқали ўтиши унинг ушбу минтақадаги бозорда қулай ҳолатни вужудга келтиради.

4-жадвал

Ўзбекистонда фаолият кўрсатадиган цемент заводлари

Корхона	Йиллик лойиҳа қуввати, минг тонна	Ишга туширилган йили	Ишлаб чиқариш усули
"Кизилкумцемент" ОАЖ	3 080	1977	қуруқ
"Охангаронцемент" ОАЖ	1 736	1962	хўл
"Қувасойцемент" ОАЖ	921	1932	хўл
"Бекободцемент" ОАЖ	714	1927	хўл
Жами:	6 451		

Манба: "Ўзқурилишматериаллари" АК

«Қувасойцемент» ОАЖ Фарғона вилоятининг жанубий-шарқида Қирғизистон Республикаси чегарасига яқин жойда жойлашган бўлиб 1932 йилда ишга

туширилган ва унга 1956 йили Охак заводи, 1958 йили шифер заводи қўшилган. 1995 йили акционерлик жамиятига айлантирилган.

Жамият халқаро ташкилотлар эътироф этган юқори сифатли М-400 ва М-500 маркали портландцемент, сульфатга чидамли М-400 Д-20 маркали цемент, шифер, охак, қурилиш ганчи (гипс) маҳсулотларини ишлаб чиқаради. Корхона бир неча марта модернизация қилинган. Цемент маҳсулоти асосий бўлиб “хўл” усулда ишлаб чиқарилади. Хом ашё илгари Қирғизистондан келтириларди. Маҳаллийлаштириш дастурини амалга ошириш натижасида 1999 йилдан бери Лоғон охактош кони ўзлаштирилди. Бундан ташқари жамиятда аввало Россия Федерациясидан келтириладиган майдаловчи жисмлар, айланма ва шахтали печларни иссиқлик агрегатларини ҳимояловчи ўтга чидамли шамот ғиштларини ишлаб чиқариш йўлга қўйилди. Юқори зўриқишга чидамли подшипник корпуслари, бронза сухариклар, шлангасос корпуслари ва қопқоқлари ҳамда ҳар–хил ўлчамдаги валларни тайёрлаш тайёрлаш, корхона шароитида ўзлаштириб четдан валютага сотиб олишга барҳам берилди.

Фарғона вилояти адлия бошқармаси томонидан 20-июнь 1995 йил 434-тартиб рақами билан «Қувасойцемент» ОАЖ нинг таъсис ҳужжатлари руйхатга олинган. Жамиятнинг низом сармояси 317765000 сўмни ташкил этади ва унинг акциялари қуйидаги жадвалга кўра тақсимланади:

5-жадвал

Жамиятнинг таъсисчилари

Муассислар	Муассислар улуши, %	Акциялар миқдори	Акциялар қиймати
“TOP QUALITY STYLE LTD.	59.45	377826	18891150
“Ўзқурилишматериаллари” АК	10.2	64427	32213500
Пахта банк	8.11	51542	25771000
Қувасойтаъмирловчи	0.615	3911	1955500
“Ҳамрох Инвест” ХИФ	0.727	4620	2310000
“Мулк” ХИФ	0.233	1480	740000
“Сарватинвест” ХИФ	0.266	1688	844000
Жисмоний шахслар	9.754	61994	30997000
“АЛП Жамол банк”	0.975	6196	3098000
Мехнат жамоаси	9.732	61850	30925000
Жами	100	635531	3177655000

2.2. "Қувасойцемент" ОАЖ ташкилий тузилмаси

«Қувасойцемент» ОАЖ таркибига кирадиган барча бошқармалар ва цехлар мос ҳолда йўналишлар бўйича директорларга бўйсунди.

Жамиятнинг бошқарув органлари қуйидагилар:

- олий бошқарув органи (акционерларнинг умумий йиғилиши);
- ижроя органи (бошқарув)
- назорат органи (тафтиш ҳайъати).

Кузатув кенгаши олий орган томонидан белгилади ва 7 кишидан иборат бўлади. У бошқарув фаолиятини назорат қилади.

Бошқарув таркиби 7 кишидан иборат бўлади ва жамият ишларини ташкил этади, ялпи йиғилишга фаолият бўйича йиллик ҳисобот тақдим этади. Бошқарувга

раис раҳбарлик қилади ва жамият номидан иш юритади. Бошқарув аъзолари 3 йилга сайланади.

Тафтиш ҳайъати жамият бошқарувининг молиявий-хўжалик фаолияти устидан назорат олиб боради ва 5 кишидан иборат бўлиб 3 йилга сайланади. Тафтиш комиссияси корхонани 1 йилда бир марта тафтиш қилади, маълумотларни ялпи йиғилишга ва кузатув кенгашига тақдим этади.



3-расм. «Қувасойцемент» ОАЖ ялпи йиғилиши тузилмаси

2.3. «Қувасойцемент» ОАЖ нинг 2007-2009 йилларда ишлаб чиқаришнинг техник-иқтисодий кўрсаткичлари

6-жадвал

«Қувасойцемент» ОАЖ нинг 2007-2009 йилларда ишлаб чиқаришнинг техник-иқтисодий кўрсаткичлари

Кўрсаткичлар		2007 й.	2008 й.	2009 й.	Ўзгариш 2009й.да 2008й.га нисбатан, %
Сотилган маҳсулот ҳажми, жорий баҳоларда	Минг сўм	29999613	45899408	70253438	153
Товар маҳсулот ҳажми солиштира баҳоларда	Минг сўм	45746076	48033380	50813274	105.8
Товар маҳсулот ҳажми жорий баҳоларда	Минг сўм	29971001	45855632	70428340	153.8
Сотилган маҳсулот ишлаб чиқариш таннархи	Минг сўм	25505745	31627124	39425536	124

сотилган маҳсулот ишлаб чиқариш таннархи, давр харажатларини ҳисобга олган ҳолда	Минг сўм	26930150	37797376	49982870	132
Товар маҳсулот фойдаси	Минг сўм	3040851	8058256	21365524	265
Маҳсулот сотишдан олинган фойда(ялпи фойда)	Минг сўм	3069463	7958966	20408906	256
1 сўмлик товар маҳсулоти учун харажатлар	тийин	95.7	82.4	71	86.16
Ишловчилар сони	Киши	3071	3016	2961	98
Шу жумладан саноат- ишлаб чиқариш ходимлари	Киши	2792	2739	2686	98
Иш ҳақи фонди	Минг сўм	3145520	4211852	5639060	133
Ўртача иш ҳақи	Сўм	84788	115990	158703	136
Меҳнат унумдорлиги	Сўм	16384697	17536830	18917824	107
Иш ҳақининг товар маҳсулот кийматидаги (жорий баҳоларда) улуши	%	10.4	9.2	8	-
Сотилган маҳсулот рентабеллиги	%	10	17.3	40.9	-
Товар маҳсулот рентабеллиги	%	10.13	21.3	42.7	-

Жадвал маълумотларидан кўринадики “Қувасойцемент” ОАЖнинг 2007-2009 йиллардаги ишлаб чиқариш-ҳўжалик фаолияти кўрсаткичлари ижобий ўзгарган. Сотилган маҳсулот ҳажми, жорий баҳоларда 2007 йилда 29999613 минг сўмни ташкил этган бўлса 2009 й.га келиб 2баробардан кўпроқга ортиб 70253438 минг сўмга етган. Бу албатта маҳсулотга бўлган талабни ошириб бориши, истеъмолчилар сафининг кенгайиши ҳамда маҳсулот сифатининг юқори даражалигидан дарак беради. Таҳлил қилинаётган охириги уч йилда товар маҳсулот ҳажми ҳам ортиб борган ва 2009 й. да жорий баҳоларда 70428340 минг сўмни ташкил қилган, бу ўтган йилга нисбатан 153%га ўсишни кўрсатади.

Албатта маҳсулот ҳажми ортгани сари сотилган маҳсулот ишлаб чиқариш таннархи ҳам ўзгариб боради. Агар у 2008 йилда 31627124 минг сўмни ташкил қилган бўлса 2009 й.да 39425536 минг сўмни ташкил этган, лекин унинг ўсиши маҳсулот ҳажмининг ўсишидан кам бўлиб 124% ни ташкил этади. Бу албатта ижобий ҳолат сифатида баҳоланиши мумкин.

Ушбу даврда товар маҳсулот фойдаси ва маҳсулот сотишдан олинган фойда(ялпи фойда) кўрсаткичлари 2.5 баробардан кўпроқ ортгани ҳолда бир сўмлик товар маҳсулоти учун харажатлар камайган ва 71 тийинга ёки 86.16% га ўтган йилдан камайган.

Корхонада умумий ишловчилар сони давр бошига нисбатан 110 кишига камайгани ҳолда иш ҳақи фонди ортиб борган ва 2009 йили 5639060 минг сўмни ташкил қилади ёки олдинги йилга нисбатан ўсиш 133%ни ташкил қилади.

Меҳнатга мотивациянинг ошиши, унинг унумдорлигининг ортиши ҳисобига ўртача ойлик иш ҳақи 136%га ошган.

Фаолиятнинг нисбий кўрсаткичларининг ўзгариши ҳам ижобий ўзгаришга эга. Сотилган маҳсулот рентабеллиги ортиб бориб 2009 йили 40.9%га етган, товар маҳсулот рентабеллиги эса 42.7 %ни ташкил этган, бу давр бошига нисбатан 4 мартага ошганлигини кўрсатади. Бу ҳолат сотиш бозоридаги ижобий ўзгаришлардан далолат беради.

2.4 Бизнес-режанинг ишлаб чиқариш бўлимининг бажарилиши таҳлили.

Бизнес-режа — бу хўжалик юритувчи субъектнинг ривожланиш стратегиясини белгилаб берадиган асосий ҳужжатлардан биридир. Шу билан бирга у:

- корхона раҳбарларига стратегия ҳолатини аниқ белгилашга ёрдам бериб, самарали бошқаришга олиб келади;
- бозор иқтисодиёти шароитида бизнесни қандай режалаштириш ва амалга оширишни ўргатади;
- ҳақиқий фаолиятни режалаштирилган кўрсаткичлар билан таққослашга ҳам ўз вақтида уларга ўзгартиришлар киритишга ёрдам беради;
- корхона фаолияти бўйича керакли ахборотларни банкларга инвесторларга ва кредиторларга таклиф этади.

Бизнес-режа корхонанинг иш жараёнини тасвирлаб, корхона раҳбарларининг ўз мақсадларига қандай эришишларини, биринчи навбатда ишнинг даромад келтиришини қай тариқа ошириш мумкинлигини кўрсатиб беради. Яхши ишлаб чиқилган бизнес-режа корхонанинг ўсиб боришига, бозорда янги мавқеларни қўлга киритишга, ўз тараққиётининг истиқболларини белгилаб олишга, янги товарлар ишлаб чиқариш ва янги хизмат турларини яратишда мўлжалларни амалга оширишнинг мақсадга мувофиқ усулларини танлаб олишга ёрдам беради.

Бизнес-режа корхонанинг ички ҳужжати бўлибгина қолмай, балки ундан инвесторлар ва кредиторларни таклиф қилишда ҳам фойдаланиш мумкин. Инвесторлар таваккал қилиб сармоя беришдан аввал лойиҳанинг синчиклаб ишлаб чиқилганига ишонч ҳосил қилишлари ва унинг самарали эканлигидан хабардор бўлишлари керак. Улар сармоя бериш имкониятларини кўриб чиқишдан олдин бизнес-режани синчиклаб ўрганиб чиқишади, сўнгра лойиҳани ишлаб чиққанлар билан учрашадилар.

Жаҳон амалиёти шуни кўрсатмоқдаки, бизнес-режа ҳамма учун ўта зарурдир. Унинг долзарблиги қуйидагилар билан изоҳланади:

- биринчидан, иқтисодиётимизга бозор муносабатлари кириб келмоқда. Хўжалик юритувчи субъектлар бозор шароитида вужудга келадиган муаммоларни тасаввур эта олмайдилар. Уларга жавоб берадиган даражада тайёр эмаслар;
- иккинчидан, бутунлай ўзгариб бораётган хўжалик фаолияти соҳаси катта тажрибага эга бўлган раҳбарларнинг иш ҳам юритишда ўзгартириш киритишларини тақозо этади ва айниқса, ҳозирги кунда бир нарс — рақобатга тайёр бўлиб туришга чақиради. Бу соҳада иккинчи даражали ишлар бўлмайди;

•учинчидан, хориждан инвестиция олиш зарур, бунинг учун буюртмаларимизни исботлаб бериш қобилиятига эга бўлишимиз, инвестиция маблағларининг ҳар бир жиҳатини хорижий тадбиркорлардан қолишмайдиган даражада ишлаб чиқишимизни инвесторларга кўрсата олишимиз керак.

Тузиладиган бизнес-режанинг ҳажми корхона бажарадиган иш фаолиятига боғлиқ бўлади. Бизнес-режани ишлаб чиқишда ташқи маслаҳатчилардан ҳам фойдаланиш мақсадга мувофиқ деб ҳисобланади.

Маҳсулот ҳажмини ўрганишда солиштирма, улгуржи баҳоларда ҳамда жорий йилнинг амалдаги баҳоларида аниқланган маълумотлар таҳлил қилинади. Динамикасини аниқлаш учун ҳисобот даврида ишлаб чиқарилган ҳақиқий маҳсулот ҳажми ўтган йиллардагиси билан таққосланиб, кўрсаткичларнинг ўзгариши мутлақ ва нисбий (фоиз) кўрсаткичларда аниқланиши лозим. Бундай таҳлил қилишда таққосланувчи кўрсаткичлар бир хил баҳоларда ҳисобланган, яъни таққосланувчи талабга келтирилгани мақсадга мувофиқдир. Сабаби, аниқланган ўзгариш ва фарқларда баҳо омилининг таъсири бўлмасдан фақат миқдорий ўсиш ёки камайишлар аниқ ҳолати кўрингани таҳлилнинг таъсирчанлигини орттиради.

7-жадвал

Маҳсулот ишлаб чиқаришнинг умумлаштирилган кўрсаткичлари таҳлили (минг сўмда)

Кўрсаткичлар	2008й	2009й.		Фарқи (+,-)	
		Бизнес режа бўйича	Ҳақиқатда	Ўтган йилга нисбатан	Бизнес режага нисбатан
1	2	3	4	5	6
Ялпи маҳсулот:					
• амалдаги баҳода	46356522	67652332	71654233	+25297711	+4001901
• солиштирма баҳода	48796338	52311456	51366588	+2570250	-944868
Товар маҳсулоти:					
• амалдаги баҳода	45855632	66058420	70428340	+24572708	+4369920
• солиштирма баҳода	48033380	49451644	50813274	+2779894	+1361630
Сотилган маҳсулот:					
• амалдаги баҳода	45899408	66058420	70253438	+24354030	+ 4195018
• шартномавий баҳода	48152216	49451644	50687084	+ 2534868	+1235440

Жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, биз таҳлил қилаётган «Қувасойцемент» акционерлик жамиятида жорий даврда ялпи маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми ўтган йилга нисбатан солиштирма баҳо бўйича 2570250 минг сўмга кўпайган бўлса, бизнес режага нисбатан эса 944868 минг сўмга камайган. Амалдаги баҳолар бўйича ялпи маҳсулот ҳажми эса ўтган йилга нисбатан 25297711 минг сўмга кўпайган бўлса, бизнес режага нисбатан эса 4001901 минг сўмга кўпайган. Бу шундан далолат берадики, жорий йилда ўтган йилларга нисбатан маҳсулотлар баҳосининг ўсиши ҳам кузатилган.

Маълумотлардан кўриниб турибдики, акционерлик жамиятида ишлаб чиқарилаётган ялпи маҳсулотларнинг аксарияти сотишга мўлжалланган, яъни товар сифатига эга бўлган. Акционерлик жамиятида ўтган йили товар маҳсулотларининг

ҳаммаси олдинги йилдаги қолдиқни ҳам қўшиб сотиб юборилган. Бу ортиқ сотилган маҳсулот миқдори амалдаги баҳолар бўйича ўтган йили 43776 минг сўмни (45855632-45899408) ташкил этган.

Ҳисобот йили маълумотларига эътибор қиладиган бўлсак, ишлаб чиқарилган товар маҳсулот билан сотилган маҳсулотлар ҳажми амалдаги баҳолар бўйича тенг бўлган. Бу шундан далолат берадики, акционерлик жамиятида жорий йилда барча товар маҳсулотни сотишга муваффақ бўлинган. Бу эса корхонанинг маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотиш ҳажмлари бўйича яхши натижаларга эришганлигидан далолатдир. Бундан ташқари корхонада жорий йилида ўтган йили ва бизнес режага нисбатан бир қадар кўп маҳсулот реализация қилинган. Масалан, амалдаги баҳолар бўйича корхона жорий йилда ўтган йилга нисбатан 24354030 минг сўмлик кўп маҳсулот сотилишига эришилган. Бундай натижаларни корхона учун ижобий баҳоламоқ лозим деб ҳисоблаймиз.

Маҳсулот ҳажмининг ўтган йилларга нисбатан ўсиш суръатлари бир хил солиштирма улгуржи баҳода аниқланади. Амалдаги улгуржи баҳода ифодаланган маҳсулот ҳажмининг солиштирма баҳодагиси билан таққослаш орқали баҳонинг ўзгаришини маҳсулот миқдорига таъсири аниқланади.

8-жадвал

Маҳсулот ишлаб чиқариш режасининг бажарилиши ва динамикасининг таҳлили

Кўрсаткичлар	2008й	2009й		Фарқи (+,-)			
		Бизнес режа бўйича	Ҳақиқатда	Режадан		Ўтган йилдан	
				Мутлақ, минг сўм	Нисбий, %	Мутлақ, минг сўм	Нисбий, %
1	2	3	4	5	6	7	8
Маҳсулот ҳажми улгуржи баҳоларда, минг сўмда:							
• солиштирма улгуржи баҳода	48796338	52311456	51366588	-944868	-1.8	+2570250	+5.2
• амалдаги улгуржи баҳода	46356522	67652332	71654233	+4001901	+5.9	+25297711	+54

«Қувасойцемент» акционерлик жамияти маҳсулот ишлаб чиқариш режасини амалдаги улгуржи баҳолар бўйича ортиғи билан адо этган, солиштирма баҳолар бўйича режа бажарилмаган. Маълумотлардан кўринадики акционерлик жамиятида ҳисобот йили маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми солиштирма улгуржи баҳо бўйича ўтган йилга нисбатан 2570250минг сўмга кўпайган ҳолда, бизнес режага нисбатан эса 944868 минг сўмга камайган. Амалдаги улгуржи баҳолар бўйича эса маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми ўтган йилга нисбатан 25297711 минг сўмга ёки 54 фоизга, бизнес режага нисбатан эса 4001901минг сўмга ёки 5.9 фоизга ўсган. Бундай натижалар шундан далолат берадики, маҳсулот ҳажмининг солиштирма баҳоси билан амалдаги баҳоси ўртасидаги фарқ баҳо ўзгаришининг маҳсулот ҳажмига таъсирини акс эттиради. Бундан кўринадики, корхонада жорий йилда товарлар баҳосида ўсиш кузатилган.

Маҳсулот ишлаб чиқариш бизнес режасининг бажарилиши ва унинг динамикаси миқдорий (дона, кг, тонна) ўлчамларда аниқланиб, таҳлил этилади. Бундай таҳлил миқдор ўлчамидаги маълумотларни ўргансада, аниқ ҳолатни ва мавжуд имкониятни батафсилроқ акс эттиради. Сабаби, фирма қанча турдаги ва миқдордаги маҳсулотлар ишлаб чиқарган бўлса, фақат ҳақиқатда эришилган натижаларгина ўрганилади. Таҳлил давомида маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмининг ўртача йиллик ўсиш даражасини аниқлаш лозим.

2.5. Маҳсулотлар номенклатураси ва ассортиментининг таҳлили.

Бозор иқтисодиёти шароитида маҳсулотлар ишлаб чиқариш ҳажмининг ўзгариши истеъмолчилар билан аввалдан тузилган шартномалардаги талаблар миқдorigа боғлиқ. Корхона маҳсулот ишлаб чиқаришнинг бизнес режадаги кўрсаткичини фақат қиймат ҳажмда бажарибгина қолмасдан, балки ҳар бир товарлар бўйича белгиланган номенклатура ва ассортиментларда ҳам бажариши талаб этилади. Маҳсулот турлари бўйича ишлаб чиқариш бизнес режасининг бажарилиши барча соҳаларнинг турли тармоқларининг мутаносиб ривожланишига, истеъмолчининг маҳсулотлар (иш, хизмат)га бўлган талабини тўлароқ қондирибгина қолмасдан, бозорнинг мўл-кўллигини таъминлайди.

Маҳсулот, иш ва хизматларнинг тури ва ассортименти таҳлилида уларнинг сегментлар бўйича таққосланадиган ва таққосланмайдиган, профиддаги ва профидда бўлмаган турлари, асосий ва қўшимча маҳсулотлар турлари бўйича туркумланиши ўрганилади, Улар бўйича режа топшириқларининг бажарилиши, умумий режа топшириқларининг бажарилишида уларнинг таъсири, маҳсулотлар тузилишидаги таркибий ўзгаришларга баҳо берилади.

Маҳсулотлар номенклатураси — деб, миқдор ҳолида товарлар гуруҳлари, кичик гуруҳлари ва позицияларини белгилашда ҳамда ҳисобга олишда қабул қилинган рўйхатидир.

Товар (иш, хизмат)лар ассортименти — эса, маҳсулотларнинг маълум бир белгиларига қараб, яъни, унинг турлари, нави, ўлчами, маркаси, артикулларига қараб ажратиладиган маҳсулотлар хилидир.

Товарлар номенклатураси ва ассортиментини ўрганишда ўртача ассортимент режасининг бажарилиши таҳлил этилади.

Фирма ва компаниялар фаолиятини таҳлил этишда ўртача ассортимент режасининг бажарилишини ҳам аниқлаш муҳим ҳисобланади. Ўртача ассортимент режасининг бажарилиши одатда энг кичик рақамларни жамлаш усули орқали амалга оширилади. Бунда ҳар бир ассортимент турларини ҳақиқатда ишлаб чиқарилиш миқдорлари бизнес режаси билан солиштирилиб ҳар икки кўрсаткичдан энг кичиги ассортимент ҳисобига ишлаб чиқарилган маҳсулот таркибига қабул қилинади. Ассортимент ҳисобига ишлаб чиқарилган маҳсулот таркибига қабул қилинган кўрсаткичларнинг жамини бизнес-режа бўйича ишлаб чиқарилиши лозим бўлган маҳсулотларга бўлиш орқали ўртача ассортимент режасининг бажарилиши аниқланади.

9- ж а д в а л

Маҳсулотлар номенклатураси ва ассортиментининг таҳлили

Маҳсулот турлари	Маҳсулот бирлигининг баҳоси, минг сўм	Ишлаб чиқарилган маҳсулот натура шаклида, тонна		Ишлаб чиқарилган маҳсулот қиймат шаклида, (минг сум)		Ассортимент ҳисобига ишлаб чиқарилган маҳсулот
		Бизнес режада	Ҳақиқатда	Бизнес-режада	Ҳақиқатда	
Цемент	61	892000	948042	54412000	57830562	54412000
Охак	54	43000	36168	2354124	1953072	1953072
Гипс	50.1	20000	14818	1003238	742382	742382
Шифер	60.9	162016	182729	9882970	11128217	9882970
Жами	X	X	X	67652332	71654233	66990424

Жадвал маълумотларидан кўринадик, таҳлил қилинаётган «Кувасойцемент» акционерлик жамиятида жорий ҳисобот даврида тўрт хил ассортиментдаги маҳсулотлар ишлаб чиқариш режалаштирилган бўлиб, улардан Цемент ва Шифер ассортиментдаги маҳсулотларни натура ҳолатида ортиғи билан ишлаб чиқарилган. Қолган икки хил ассортиментдаги маҳсулотларни ишлаб чиқариш режалари эса тўлиқ бажарилмаган. Натижада мазкур акционерлик жамиятида жорий йилда жами ассортимент ҳисобига 66990424 минг сўмлик маҳсулот ишлаб чиқарилган бўлиб, ўртача ассортимент режасининг бажарилиши 99.01 % ($66990424 \cdot 100 / 67652332$) ни ташкил этган. Ўртача ассортимент режасининг бажарилмаслигига Гипс ва Охак турдаги маҳсулотлар бўйича ишлаб чиқариш режасининг бажарилмаслиги сабаб бўлган. Аммо, корхонада ўртача ассортимент режаси 100 % га бажарилмаган бўлсада, маҳсулот ишлаб чиқариш режаси 105 % ($71654233 \cdot 100 / 67652332$) га бажарилган, яъни режа ортиғи билан бажарилган. Корхона маъмурияти ассортимент режасининг бажарилмаслик сабабларини чуқур ўрганишлари ва ўз вақтида тегишли чораларни кўриши лозим бўлади.

Ассортимент режасининг бажарилмаслиги кўрсаткичи орқали ҳам ассортиментга баҳо бериш мумкин.

Бизнинг мисолимизда у қуйидагиларни ташкил этган.

Охак (1953072-2354124) = -401052минг сўм

Гипс (742382-1003238) = -260856минг сўм

Жами 661908 минг сўм бажарилмаган $661908 \cdot 100 / 67652332 = 0.9$ % ассортимент режасининг бажарилмаслиги $100 - 0.9 = 99.1$ % ўртача ассортимент режасининг бажарилиши.

Маҳсулот ишлаб чиқариш ассортиментининг ўзгариши хўжалик фаолияти натижаларига сезиларли таъсир кўрсатади. Маҳсулот ишлаб чиқариш ассортиментини шакллантиришда корхона биринчи навбатда, маҳсулотлар турига

бўлган талабни ҳамда бозордаги ҳолатини, иккинчидан эса, корхонада мавжуд бўлган маҳсулот, хомашё, техник-технологик, молиявий ва бошқа имкониятлардан тўлароқ фойдаланишни эътиборга олиши зарур. Ассортиментни шакллантириш системаси қуйидаги асосий жиҳатларни ўз ичига олиши шарт:

- истеъмолчиларнинг истиқболли эҳтиёжини аниқлаш;
- чиқарилаётган маҳсулотнинг рақобатбардошлик даражасини аниқлаш;
- маҳсулотнинг бозордаги ҳаётийлик циклини ўрганиш, ўз вақтида янги замонавий бўлган товарлар турини яратиш бўйича чоралар кўриш ва ишлаб чиқариш дастуридан маънавий эскирган ва иқтисодий жиҳатдан кам фойдали бўлган маҳсулотни чиқариб ташлаш;
- иқтисодий самарадорлик ва маҳсулот ассортименти ўзгаришида хавф-хатар даражасини баҳолаш.

2.6. Маҳсулотлар сотиш режасининг бажарилиши ва динамикасининг таҳлили.

Маҳсулот сотиш режасининг бажарилиши истеъмолчиларга жўнатилган товар қисмини ўрганишдан бошланади. Чунки жўнатилган товар билан сотилган маҳсулот вақт жиҳатдан фарқланади. Истеъмолчиларга жўнатилган товар, кўрсатилган хизматлар учун белгиланган муддат давомида ҳисоб-счётига пулни келиб тушмаслиги туфайли корхонанинг молиявий ҳолати издан чиқади. Бунинг натижасида корхонанинг бюджет, банк, мол етказиб берувчиларга бўлган қарзи ортиб боради, тўлов қобилияти пасаяди. Бугунги кунда товарлар учун тўлов муддати 3 ой, яъни 90 календар куни қилиб белгиланган. 3 ойдан ошган қарзларнинг муддати ўтган қарз деб аталади. Муддати ўтган қарзларни сурункали давом этиши банкротликка сабаб бўлади.

Банкротлик (иқтисодий ночорлик) — хўжалик суди томонидан эътироф этилган ёки қарздор ихтиёрий равишда тугатилаётганида унинг ўзи эълон қилган қарздорнинг пул мажбуриятлари бўйича кредиторлар талабини тўла ҳажмда қондиришга қодир эмаслиги, шу жумладан, бюджетга ва бюджетдан ташқари фондларга солиқлар, йиғимлар ва бошқа мажбурий тўловларни таъминлашга қодир эмаслиги.

Ўзбекистон Республикасининг «Банкротлик тўғрисида»ги Қонунининг 3-моддаси «банкротлик аломатлари» деб аталади. Бу моддада қуйидагилар қайд этилган. Юридик шахснинг пул мажбуриятлари бўйича кредиторлар талабларини қондиришга ва (ёки) мажбурий тўловларни бажаришга қодир эмаслиги, агар тегишли мажбуриятлар ва (ёки) тўлов мажбурияти юзага келган кундан эътиборан 9 ой давомида қарздор томонидан бажарилмаган бўлса, унинг банкротлик аломати деб эътироф этади.

Жисмоний шахснинг (тадбиркорлик фаолиятини юридик шахс ташкил этмаган ҳолда амалга ошираётган шахснинг) пул маблағлари бўйича кредиторлар талабларини қондиришга ва (ёки) мажбурий тўловларни тўлаш мажбуриятини бажаришга қодир эмаслиги, агар тегишли мажбуриятлар ва (ёки) тўлов мажбурияти уларни бажариш санаси бошланган пайтдан эътиборан 6 ой давомида қарздор томонидан бажарилмаган бўлса, агар мажбуриятларнинг суммаси унга тегишли мол-мулкнинг қийматидан ошиб кетган бўлса, унинг банкротлик аломати деб эътироф этилади.

Қарздорнинг тўлов қобилиятини тиклаш учун қуйидаги чора-тадбирларни қўллаш лозим:

- ишлаб чиқаришни қайта ихтисослаштириш;
- норентабел ишлаб чиқаришларни ёпиш;
- дебиторлик қарзларни ундириш;
- қарздор мол-мулкининг бир қисмини сотиш;
- қарздорнинг талабидан ўзганинг фойдасига воз кечиш;
- қарздор мажбуриятларини учинчи шахслар томонидан бажарилиши;
- қарздорнинг тўлов мажбуриятини тиклашнинг бошқа усуллари.

Жўнатишган товарларнинг таҳлили учун маълумотлар тезкор ҳисоб ва дастлабки ҳужжатлар ҳамда ҳисоботдан олинади. Товарлар истеъмолчиларга тузилган шартнома асосида жўнатилади.

10-жадвал

Маҳсулот сотиш режасининг умумий ҳажмда бажарилиши ва динамикасининг таҳлили (минг сўмда)

Кўрсаткичлар	2008й	2009й		Ҳисобот йилининг ҳақиқийси	
		Бизнес режада	Ҳақиқатда	Ўтган йилга нисбатан %	Режага нисбатан, %
1	2	3	4	5	6
Сотилган маҳсулот ҳажми, минг сўм	45899408	66058420	70253438	153	106

Жадвал маълумотларидан кўринадики, таҳлил қилинаётган «Қувасойцемент» акционерлик жамиятида ўтган йили жами 45899408 минг сўмлик маҳсулот сотилган бўлса, ҳисобот йилида бу кўрсаткич 70253438 минг сўмни ташкил қилган, яъни ўтган йилга нисбатан маҳсулот сотиш ҳажми 153 % ни ташкил этган. Корхона ҳисобот йилида бизнес режа бўйича ўтган йилга нисбатан анча кўп маҳсулот сотишни режалаштирган бўлиб, мазкур режа жорий йилда 106 % га бажарилган. Бундан кўринадики, корхона ўтган йилга нисбатан жорий йилда бир кадар кўп маҳсулот сотишни олдиндан тахмин қилган, яъни маҳсулот сотиш ҳажмини ўтган йилга нисбатан бизнес режада 20159012 минг сўмга кўп қилиб белгилаган ҳамда ушбу режа ортиғи билан адо этилган. Бундай натижалар корхонанинг молиявий ҳолати яхшиланиб ички ва ташқи бозорда ўз мавқеини топиб бораётганлигидан далолатдир.

Маҳсулот (иш, хизмат)лар сотиш режасининг умумий ҳажмда бажарилиши таҳлилидан сўнг асосий маҳсулотнинг айрим турлари бўйича сотиш режасининг натура ва қиймат шаклларида бажарилиш муддатлари бўйича аниқланиши лозим бўлади. Биз жорий йилнинг 2-чораги учун маҳсулотларнинг айрим турларини сотиш режасининг натура шаклида бажарилишини таҳлил қиламиз (11-жадвал).

11 - ж а д в а л**Маҳсулотларнинг айрим турларини сотиш режасининг натура шаклида бажарилиши (тонна ҳисобида)**

Маҳсулот турлари	Маҳсулот бирлигининг баҳоси, минг сўм	Апрел		Май		июн	
		Режа	Ҳақиқатда	Режа	Ҳақиқатда	Режа	Ҳақиқатда
Цемент	61	215000	222000	165000	172000	102000	97292
Охак	54	3500	3550	3500	3650	3700	2940
Гипс	50.1	1600	1650	1600	16200	1600	856
Шифер	60.9	12360	13550	15000	16500	17336	15190

Жадвал маълумотларидан кўринадик, таҳлил қилинаётган корхонада жорий йилнинг иккинчи чорагида сотиши режалаштирилган цемент маҳсулоти бўйича апрел ойида режадаги 215000 тонна ўрнига ҳақиқатда 222000 тоннани, майда режадаги 165000 тонна ўрнига ҳақиқатда 172000 тоннани, июнда эса режадаги 102000 тонна ўрнига 97292 тоннани ташкил этган. Яъни цемент маҳсулоти бўйича сотиш режаси дастлабки икки ой бўйича ортиғи билан адо этилган, лекин охириги ойда бажарилмаган. Охак маҳсулоти бўйича сотиш режаси биринчи иккинчи ойларда оширб бажарилган ҳолда июн ойида режа бажарилмаган. Ҳудди шундай ҳолат гипс ва шифер маҳсулотлари учун ҳам тааллуқли. Демак, корхона маъмурияти охириги ойда маҳсулотларини кам сотилишига сабаб бўлаётган омилларни аниқлаши ва тегишли чоралар кўриши лозим бўлади.

Жадвалда келтирилган натура шаклидаги маҳсулотларни унинг баҳосига кўпайтириш орқали сотиш ҳажмини қиймат кўринишида ифодалаймиз ва режанинг бажарилишини аниқлаймиз (12-жадвал).

12- ж а д в а л**«Қувасойцемент» ОАЖда асосий маҳсулот сотиш режасининг қиймат шаклида бажарилишининг таҳлили(минг сўм)**

Маҳсулот турлари	Бизнес режа бўйича	Ҳақиқатда	Бизнес режанинг бажарилиши %
Цемент			
Апрел	13115000	13542000	103
Май	10065000	10492000	104.2
Июн	6222000	5934812	95.4
Жами	29402000	29968812	101.9
Охак			
Апрел	189000	191700	101.4
Май	189000	197100	104.3
Июн	199800	158760	79.46

Жами	577800	547560	94.76
Гипс			
Апрел	80160	82665	103.1
Май	80160	81162	101.25
Июн	80160	42885,6	53.5
Жами	240480	206712	85.95
Шифер			
Апрел	752724	825195	109.62
Май	913500	1004850	110
Июн	1055762,4	925071	87.62
Жами	2721986,4	2755115	101.21
Ҳаммаси	32942266	33478199	101.62
Шужумладан:			
Апрел	14136884	14641560	103.56
Май	11247660	11775112	104.68
Июн	7557722	7061528	93.43

Юқоридаги жадвал маълумотлари асосида «Қувасойцемент» акционерлик жамиятининг иккинчи чорак мобайнида маҳсулот сотиш режаларининг натура ва қиймат ифодаларида бажарилишига баҳо беришимиз мумкин бўлади. Маълумотлардан кўринадики, корхонада цемент маҳсулотини сотиш режаси чорак давомида жами 101.9% га бажарилган Цемент маҳсулотини сотиш бўйича режанинг бажарилиши апрел ойида 103% ни, майда 104.2% ни, учинчи ойда эса 95.4% ни ташкил этган. Бундан кўринадики, цемент маҳсулотига бўлган бозор талаби юқори бўлиб, яъни ушбу маҳсулот корхона учун юқори рентабелли маҳсулот ҳисобланар экан. Охак маҳсулоти сотиш бўйича 2-чорак режаси жами 94,76% га адо этилган, сотиш режаси 1-ойда 101.4% ни, 2-ойда 104.3% ни ташкил этгани ҳолда, 3-ойда эса сотиш режаси 79.46% га бажарилган. Демак, ушбу маҳсулот турига бозордаги талаб пасайиб бораётганлиги ёки ишлаб чиқариш жараёнидаги узилишлар бўлигидан далолат беради. Корхона маъмурияти ушбу маҳсулотнинг тобора камроқ сотилиш сабабларини аниқлаши ва тегишли чоралар кўриши лозим бўлади. Корхонада гипс сотишда ҳам худди шундай ҳолат кузатилади. Июн ойида гипс маҳсулотини сотиш режаси 53.5% ни ташкил этган, яъни белгиланган режа 46.5% га бажарилмаган.

Шифер маҳсулотини сотиш режаси чорак давомида жами 101.21% га бажарилган, лекин учинчи ойда эса 87.62% ни ташкил этган.

Бундан кўринадики, ушбу маҳсулотга бўлган бозордаги талаб борган сари тушиб бормоқда ёки ишлаб чиқариш ҳажми шу ойда камайган. Корхона маъмурияти эса маҳсулотларга бўлган истеъмолчиларнинг талабларини янада пухтароқ ўрганиши ҳамда кўпроқ маҳсулот ишлаб чиқариш чораларини топиши лозим бўлади.

Умуман олганда корхонада йил мобайнида барча турдаги маҳсулот сотиш режалари умумий тартибда тўлиқ бажарилган. Бу албатта яхши натижадир. Фақатгина, корхона маҳсулот сотиш ҳажмларига салбий таъсир этаётган омилларни аниқлаши ва уларни бартараф этиш чораларини кўриши даркор. Мазкур жадвал маълумотлари шуни кўрсатадики, корхона маҳсулотни истеъмолчиларга жўнатиш

режасини йил давомида 101.62%га бажарган. Белгиланган ассортиментда режа бажарилган. Маҳсулот жўнатиш режасини бундай тарзда бажарилиши корхонанинг бир маромда ишлаб чиқаришни ташкил этишга ҳаракат қилаётганлигидан далолатдир. Таҳлил давомида маҳсулот етказиб берилмаган истеъмолчилар аниқланади ва йўл қўйилган камчиликларни бартараф этиш чоралари белгиланади.

Маҳсулот сотиш ҳажмига таъсир этувчи омилларни аниқлаш учун товар балансини тузамиз. Товар баланси кўрсаткичлари тайёр маҳсулот ҳаракати номли маълумотномадан олинади. Бу ҳисобот шаклида тайёр маҳсулотнинг йил бошига, йил охирига бўлган қолдиғи, ишлаб чиқарилган товар маҳсулоти ҳамда сотилган маҳсулот улгуржи баҳода ва ишлаб чиқариш таннархида ифодаланган. Таҳлилда маҳсулот, иш ва хизматларни сотиш режасининг бажарилиши ва динамикаси, унинг ўзгаришига таъсир этувчи омиллар ўрганилади. Маҳсулот сотиш ҳажмига таъсир этувчи омилларни қуйидаги жадвал мисолида кўришимиз мумкин:

13-жадвал

«Қувасойцемент» акционерлик жамиятида маҳсулот сотиш ҳажмига таъсир этувчи омиллар таҳлили (минг сўмда)

Кўрсаткичлар	Шартли белги	2009 йил		Фарқи (-,+)	Сотиш ҳажмига таъсири
		Бизнес режада	Ҳақиқатда		
1. Тайёр маҳсулот йил бошига қолдиғи	Йб	-	448969	+448969	+448969
2. Ишлаб чиқарилган товар маҳсулоти	Т	66058420	70428340	+4369920	+4369920
Жами (1 сатр+2 сатр)	Х	66058420	70877309	+4818889	+4818889
3. Сотилган маҳсулот	Ст	66058420	70253438	+4195018	Х
4. Тайёр маҳсулотнинг йил охирига қолдиғи	Йо	-	623871	+623871	-623871
Жами (3 сатр+ +4 сатр)	Х	66058420	70877309	+4818889	-623871

Маҳсулот сотиш ҳажми 70253438 минг сўмни ташкил этиб режага нисбатан 4195018 минг сўмга ортган. Сотиш ҳажмига қуйидаги омиллар таъсир этган.

$$Ст=Йб+Т-Йо$$

1. Тайёр маҳсулотнинг йил бошига бўлган қолдиғининг ўзгариши.

2. Ишлаб чиқарилган товар маҳсулоти.

3. Тайёр маҳсулотнинг йил охирига бўлган қолдиғининг ўзгариши.

Сотиш ҳажмига таъсир этувчи омиллардан икkitаси, яъни тайёр маҳсулотнинг йил бошига қолдиғи (Йб) ва ишлаб чиқарилган маҳсулотнинг (Т) режага нисбатан ўзгариши бевосита ва билвосита таъсир этади. Бу кўрсаткичларнинг (Йб,Т) ортиши сотиш ҳажмининг ҳам ортишига, режага нисбатан камайишига олиб келади.

Йил охиридаги (Йо) тайёр маҳсулот сотиш ҳажмига тескари таъсир этади, ортиши сотиш ҳажмининг камайишига, камайиши сотиш ҳажмининг ортишига

олиб келади.

1. Йил бошидаги тайёр маҳсулот қолдиғининг режага нисбатан 448969 минг сўмга ортиши туфайли сотилган маҳсулот шу суммага кўпайди. Бу омилнинг ҳиссаси 0.6 % ($448969 \times 100 : 70253438$) ни ташкил этади.

2. Ишлаб чиқарилган товар маҳсулотининг режаси 106% га бажарилган, яъни режанинг 6 % га ортиғи билан бажарилиши туфайли маҳсулот ҳажми 4369920 минг сўмга ортган. Шу суммага сотилган маҳсулот ҳажми ҳам кўпайган.

3. Йил охиридаги тайёр маҳсулот қолдиғи режада кўзда тутилмаган, лекин ҳақиқатда 623871 минг сўмлик тайёр маҳсулот қолдиғи пайдо бўлган. Бу фоиз ҳисобида 0.8 % ($623871 \times 100 : 70253438$) ни ташкил этади.

Йил охиридаги қолдиқнинг пайдо бўлиши туфайли реализация ҳажми 623871 минг сўмга камайган.

Омиллар таъсирининг натижаларини қуйидаги жадвалда умумлаштирамиз.

14-жадвал

Омиллар таъсирининг натижалари

Кўрсаткичлар	Сумма, минг сўмда	Режага нисбатан % ҳисобида
1	2	3
1. Тайёр маҳсулотнинг йил бошига қолдиғининг ортиши ҳисобига	+448969	+0.63
2. Товар маҳсулоти режасининг ортиғи билан бажарилиши ҳисобига	+4369920	+ 6.61
3. Тайёр маҳсулотнинг йил охирига қолдиғининг кўпайиши ҳисобига	-623871	-0.94
Жами	+ 4195018	+6.3

12-мавзу. Ишлаб чиқариш корхоналарида баҳо ва баҳолаш

Ҳар бир ишлаб чиқарувчи ўз товарига таннарх белгилайди. Аммо, баҳони бозор, яъни истеъмолчи беради. Табиийки, баҳонинг паст бўлиши сотувчи учун салбий, харидор учун эса аксинча фойдалидир. Мамлакатимизда айрим турдаги товар ва хизматларнинг баҳолари тартибга солиб турилади ва назорат қилинади. Айнан шу товарлар инсон учун бирламчи товарлар деб юритилади.

1-топшириқ. Баҳо, нарх ва таннарх нима?

2-топшириқ. Нарх қандай шаклланади?

3-топшириқ. Баҳо ва қиймат ўртасидаги фарқ?

13-мавзу: Корхона фаолиятини харажатлари, даромади ва рентабеллиги

Ишлаб чиқариш корхоналари фаолият юритиш жараёнида моддий ва пул харажатларини амалга оширишади. Харажат – фойда кўришнинг асосий шартидир. Тадбиркор фойда бермайдиган ишга харажат қилмайди. Бу аксиома.

Корхонанинг умумий харажатлари ичида ишлаб чиқариш харажатлари энг катта салмоққа эга. Улар бўйича тўлиқ маълумотларга эга бўлиш – ишлаб чиқариш жараёнини самарали бошқаришнинг асосий омилларидан бири ҳисобланади. Шу сабабдан ҳам тадбиркорлар ишлаб чиқариш харажатлари тўғрисида тўла маълумотларга эга бўлмасдан туриб ишлаб чиқаришни ташкил қилишмайди.

13.1. Ишлаб чиқариш корхоналари фаолияти харажатлари (4 соатга мўлжаллаштирилган)

Харажатларнинг ички ва ташқи харажатларга ажратилиши корхона иқтисодий фаолияти самарадорлигини ошириш йўллари қиёсий таҳлил қилиш имконини беради.

Ишлаб чиқариш харажатларига, асосий ишлаб чиқариш фондларини ишга тайёр ҳолатда сақлаб туриш капитал, ўрта ва жорий таъмирлаш, машина ва асбоб ускуналарга қараш ва эксплуатация қилиш учун сарфланувчи барча харажатлар киради.

1. Корхона бўйича қуйидаги маълумотларга эгамиз:

1) Йиллик маҳсулот ишлаб чиқариш — 500 дона.

2) Бир бирлик маҳсулот нархи — 200 сўм.

3) Ишлаб чиқарилган жами маҳсулот учун қилинган харажатлар(сўм):

Хом ашё	3600
Ёрдамчи материаллар	300
Ёқилғи ва энергия	24000
Иш ҳақи	15000
Ижтимоий ажратмалар	5700
Умумишлаб чиқариш сарфлари	7400
Умумхўжалик сарфлари	3000
Тижорат сарфлари	3600
Жами	95000

2. Қуйида келтирилган маълумотлар асосида корхона харажатларининг иқтисодий элементлари бўйича таркиби ва структурасини таҳлил қилинг.

Харажат гуруҳлари	Ўтган йили		Ҳисобот йили	
	Сумма, минг сўм	Жамига нисбатан салмоғи, %	Сумма, минг сўм	Жамига нисбатан салмоғи, %
1.Моддий харажатлар	2004422		2987750	

2. Меҳнат харажатлари	240321		312444	
3. Ижтимоий суғурта ажратмалари				
4. Амортизация ажратмалари	4569		7312	
5. Бошқа ишлаб чиқариш харажатлари	98454		101233	
Жами ишлаб чиқариш харажатлари				

Қуйидагилар талаб қилинади:

1. Зарарсизлик графигини тузинг ва маҳсулот ишлаб чиқаришнинг энг юқори чегарасини (критический) аниқлаш.
2. Бир бирлик маҳсулот нархи 220 сўмгача кўтарилган ва хом ашё сарфи 10 фоизга ошган тақдирда маҳсулот ишлаб чиқаришнинг энг юқори чегараси (критический) қанча бўлишини ҳисоблаш.
3. Корхона фойдасини 5 млн сўмга етказиш учун қанча маҳсулот ишлаб чиқарилишини ҳисобланг.

КЕЙС СТАДИ

(талабалар томонидан ўзлари истаган корхонанинг муаммоли таҳлили бажарилади. Ўйга вазифа)

1. Ишлаб чиқариш тадбиркорлиги...

а) маҳсулот ишлаб чиқариш, иш бажариш, хизмат кўрсатиш, маълум маънавий қимматларни яратиш;

б) савдо-воситачилик соҳасидаги тадбиркорлик;

в) банк соҳасидаги тадбиркорлик;

г) қишлоқ хўжалиги соҳасидаги ишлаб чиқариш.

2. Бозор нархи — бу...

а) товарларга бўлган талаб ва таклифлар натижасида аниқланган нархлар;

б) чакана савдода сотилаётган товарларнинг нархлари;

в) товарларнинг олди соттисига қадар сотувчи ва харидор ўртасида

келишилган нарх;

г) улгуржи савдода сотилаётган оварларнинг нархи.

3. Бозорда бир хил маҳсулот ишлаб чиқарувчилар ўртасидаги кураш — бу...

а) “кўринмас қўл”;

б) ишлаб чиқарилаётган товарлар таннархининг камайиши;

в) муаллифлик ҳуқуқи;

г) рақобат.

4. Корхонанинг рақобатлашуви нима?

а) бошқа корхоналар билан иқтисодий кураши;

б) корхоналарнинг ўз ҳуқуқларини талаб қилиши;

в) корхоналар ўртасида маҳсулотни сотиш ва ишлаб чиқариш бўйича

тортишуви ва кураши;

г) корхонани маҳсулотига талабгор кўпайиши борасидаги натижалар.

5. Корхона маҳсулотига талаб қачон кўпаяди?

а) корхона яхши хизмат кўрсатса;

б) корхона сифатли маҳсулот ишлаб чиқарса;

в) корхона маҳсулотининг таннархи пасайса;

г) корхона яхши, сифатли маҳсулот ишлаб чиқарса ва маҳсулотнинг таннархи

пасайса.

6. Корхона маҳсулотига қачон талаб пасаяди?

а) корхона сифатсиз маҳсулот ишлаб чиқарса;

- б) корхона хизмати қоникарсиз бўлса;
- в) корхона бошқарув тизими оқилона ташкил этилмаса;
- г) корхонада кадрлар қўнимсизлиги юзага келса.

7. Корхонанинг ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш фаолияти нимада намоён бўлади?

- а) маҳсулот ва хизматларда;
- б) рекламада;
- в) сотувда;
- г) ишлаб чиқаришда.

8. Корхоналарда ишлаб чиқариш жараёнини ташкил этиш усуллари:

- а) оқимли, доналаб
- б) партияли, оқимли, доналаб ишлаб чиқариш
- в) улгуржи, чакана
- г) партияли, оқимли

5. Доимий харажатлар — бу...

- а) ишлаб чиқариш ва сотиш ҳажмига боғлиқ булмаган харажатлар;
- б) хом ашё ва материалларни сотиб олишга кетган харажатлар;
- в) биноларнинг ижраси учун кетган харажатлар;
- г) давлат эҳтиёжлари учун харажатлар.

6. Маҳсулот ишлаб чиқариш харажатлари қуйидагилардан иборат..

- а) пул формасида ифодаланган маҳсулот ишлаб чиқариш ва уни реализация қилиш учун сарфланган харажатлардан
- б) хом ашё, материаллар, асосий фондларнинг амортизацияси ва номоддий активлар, иш хақи, ижтимоий суғўрталаш учун ажратмалар ва бошқа ишлаб чиқариш характеридаги харажатлар
- в) ишлаб чиқариш характерида эга бўлган кундалик ва капитал харажатлар
- г) бошқарув ва маҳсулотни сотиш билан боғлиқ, ишлаб чиқариш харажатлари ва чикимлари

13.3-мавзу. Ишлаб чиқариш корхоналарининг даромадлари, фойдаси ва рентабеллиги

Корхоналар фаолиятининг асосий қисми — ишлаб чиқариш жараёнидан иборат бўлади. Бу жараён натижаси — тайёр маҳсулот, бажарилган иш ва истеъмолчиларга кўрсатилган хизматлардир.

Мамлакат ҳудудида фаолият юритаётган барча хўжалик юритувчи субъектлар томонидан (бир йил давомида) ишлаб чиқарилган маҳсулот (иш ва хизмат)лар қийматининг йиғиндиси — мамлакат ялпи ички маҳсулотини ташкил этади.

1-топшириқ. Даромад нима ва у қандай аниқланади?

2-топшириқ. Фойда нима ва у қандай аниқланади?

3-топшириқ. Рентабеллик нима ва у қандай аниқланади?

13.4.-мавзу. Ишлаб чиқариш корхоналарининг фойдаси ва рентабеллигини аниқлаш услубияти

Корхона маҳсулотни сотиш натижасида ўз харажатларини қоплашдан ташқари фойда ҳам олган тақдирда рентабелли ҳисобланади.

Корхона фаолиятида рўй бераётган иқтисодий жараёнларнинг барча босқичларида (режалаштириш ва унга объектив баҳо бериш, меҳнатга ҳақ тўлаш ва ҳоказоларда) харажат ва натижаларни солиштириш кўрсаткичлари муҳим аҳамият касб этади.

1-топшириқ. Корхона фаолиятининг самарадорлигини тавсифловчи рентабелликнинг асосий кўрсаткичлари?

2-топшириқ. Корхона раҳбар ходимлари томонидан тасдиқланувчи қоидалар?

14-мавзу: Корхонанинг инвестицион фаолияти

Мамлакат аҳолисининг ўсиб бораётган эҳтиёжларини қондириш ва фаровон яшаши учун иқтисодий ўсиш бўлиши шарт. Иқтисодий ўсиш – бу истеъмолчилар талаб-эҳтиёжини қондирадиган сифатли маҳсулот, иш ва хизматлар ҳажмининг кўпайиб бориши, демакдир. У мамлакат иқтисодиётининг илгарилаб ривожланиб боришини англатади.

Иқтисодиётнинг тадрижий равишда ўсиб боришини таъминлаш, яъни олдинги даврларга қараганда кўпроқ ялпи ички маҳсулот яратиш мақсадида мамлакатлар мавжуд ишлаб чиқаришнинг моддий ресурсларини капитал таъмирлаш, уларни модернизациялаш, ишлаб чиқаришни такомиллаштириш, ходимларнинг малакасини ошириш ёки малакали иш кучини тайёрлаш, тараққиёт дастурларини ишлаб чиқиш, илмий-тадқиқотлар олиб бориш каби ишларни амалга оширишади. Буларнинг барчаси бевосита инвестицион фаолият билан боғлиқдир.

14.1. мавзу. Корхона инвестицияларининг моҳияти ва манбалари

1. Саноат корхонасида ишлаб чиқариш ҳажмини йил давомида 30,0 минг тоннадан 45,0 минг тоннага ошириш мулжалланган. Маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмини бундай ошириш эски ишлаб чиқаришни реконструкция қилиш ёки янги ишлаб чиқаришни жорий этиш эвазига амалга оширилади.

Реконструкция қилиш учун капитал қўйилмалар 1160,0 минг сўмни, янги цех қуриш учун эса 1700,0 минг сўм сарф қилинади.

Ишлаб чиқаришни реконструкция қилиш орқалими ёки янги қурилиш орқали кенгайтиришнинг иқтисодий мақсадга мувофиқлигини аниқлаш талаб қилинади.

2. Форфор маҳсулотлари ишлаб чиқариш корхонаси ошхона сервис буюмларини ишлаб чиқаришни режалаштирган. Қуйидаги маълумотлар асосида ишлаб чиқариладиган сервис буюмлари миқдори ҳақида қарор қабул қилиш талаб қилинади.

Кўрсаткичлар	Вариантлар		
	I	II	III
1.Маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми (минг сўм)	6000	8000	12000
2.Талаб этиладиган капитал қўйилмалар (минг сўм)	1240	2400	3600
3. 1дона маҳсулот харажатлари (сўм)	1098	1065	1040
4. 1дона маҳсулотни сотиш нархи (сўм, ҚҚСдан ташқари)	1140	1111	1084

Қарор қабул қилишда капитал қўйилмалар ҳажмини ҳисобга олган ҳолда фойда ва рентабелликни эътиборга олинг.

1. Инвестиция — бу...

- а) ўз ўзини молиялаш;
- б) фойда олиш мақсадида активларга узоқ ва қисқа муддатли қўйилмалар.
- в) омонатчилар капиталининг кўпайиши;
- г) молиявий рентабеллик.

2. Инвестор - бу ...

- а) қимматли қоғозлардан даромад олувчи шахс
- б) инвестиция киритувчи шахс.
- в) инвестициялардан фойдаланувчи шахс.
- г) қимматли қоғозлами эмиссия қилувчи шахс.

3. Корхона қандай ҳолатда инвесторга айланади?

- а) ички ва ташқи инвестиция киритганда;
- б) сармоядор ўз хиссасини пасайтирганда;
- в) ички ва ташқи инвестиция киритганда, сармоядор ўз хиссасини пасайтирганда;
- г) ички имкониятлар ошганда.

4. Инвесторлар резидентликка тегишлилиги бўйича қандай гуруҳларга таснифланади?

- а) институционал ва индивидуал инвесторлар
- б) стратегик ва бевосита инвестициялар
- в) миллий ва хорижий инвесторлар
- г) хорижий ва индивидуал инвесторлар

5. Инвестиция фаолиятининг объекти....

- а) капитал қурилишлар, иншоотлар
- б) капитал, инновацион, ижтимоий инвестициялар
- с) инвесторлар, кредиторлар
- д) моддий ва номоддий неъматлар

6. Инвестиция фаолиятининг субъекти...

- а) моддий ва номоддий неъматлар
- в) капитал, инновацион, ижтимоий инвестициялар
- с) инвесторлар, кредиторлар
- д) капитал қурилишлар, иншоотлар

7. Инвестиция ресурслари деганда нимани тушунаси?

- а) инвестицияларни иқтисодийётнинг соҳалари ўртасида тақсимланиши
- б) инвеститсион фаолиятни амалга оширишда иштирок этадиган ҳар хил кўринишдаги маблағлар
- в) ходимларнинг тажриба ва малакаларини оширишга йўналтирилган маблағлар.
- г) даромад олиш ва асосий капитал қийматини кўпайтириш мақсадида унинг тасарруфида бўлган корхона активлар

8. Инвестициянинг қандай турлари бор?

- а) миллий, халқаро
- б) марказлаштирилган, марказлаштирилмаган
- в) давлат, хусусий, аралаш
- г) моддий, молиявий, ақлий (интеллектуал)

9. Молиявий инвестициялар – бу...

- а) корхонанинг экологияни аралашга сарфланган маблағларидир
- б) даромад олиш ва асосий капитал қийматини кўпайтириш мақсадида унинг тасарруфида бўлган корхона активларидир
- в) корхона асосий воситаларини вужудга келтириш ва такрор ишлаб чиқаришга, шунингдек, моддий ишлаб чиқаришнинг бошқа шакллари ривожлантиришга қўшилаётган инвестициялардир.
- г) корхонанинг интеллектуал бойликларини харид қилишга сарфланган маблағлардир.

10. Молиявий инвестициялар таркибига нималар киради?

- а) “ноу-хау”, кашфиётлар, товар белгиларига бериладиган лицензиялар.
- б) маҳаллий ва чет эл пул бирликлар, аксиялар, облигациялар, векселлар ва бошқа қимматли қоғозлар.
- в) пул маблағлари, асосий воситалар ва айланма маблағлар.
- г) қимматли қоғозлар, корхонанинг имиджи (обруйи).

14.2.-мавзу. Ишлаб чиқариш корхоналарига хорижий инвестицияларни жалб этиш

Инвестицион фаолият давлат иқтисодий сиёсатининг таркибий қисми ҳисобланади. Ўзбекистон ўзининг инвестицион фаолияти бўйича давлат дастурига эга бўлган ва уни изчил, кетма-кет ҳаётга тадбиқ этаётган мамлакатлардан биридир.

Мамлакатда амалга оширилаётган инвестициялар (иқтисодийётнинг буғунларига кўра) макроиқтисодийёт ва микроиқтисодийёт даражаларидаги инвестицияларга бўлинади. Биринчиси давлатнинг инвестиция сиёсатига

мувофиқ амалга оширилади. Шунинг учун ҳам улар давлат инвестицияси, деб аталади. Иккинчиси, миллий иқтисодиётнинг бирламчи (қуйи) буғуни – корхоналар томонидан амалга оширилади. Бу инвестициялар корхона инвестицияси, деб юритилади.

1-топшириқ. Инвестиция нима ва унинг қандай турлари мавжуд?

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

2-топшириқ. Инвестицион дастурлар ким томонидан белгиланиши мумкин?

3-топшириқ. Инвестор инвестиция киритишдан ыандай манфаатдор бўлиши мумкин?

14.3. мавзу. Корхоналар инвестиция лойиҳаларини молиялаштиришнинг лизинг шакли

Миллий иқтисодиётнинг ишлаб чиқариш соҳасида янги корхоналарни яратиш ҳамда мавжуд корхоналарни замонавийлаштириш, илғор техника ва технологияларни ўзлаштириш, рақобатбардош маҳсулотлар ишлаб чиқариш ва фойда (даромад) олишни кўпайтириш – йирик ҳажмда, узоқ муддатли инвестицияларни жалб этишни талаб қилади.

1-топшириқ. Реал инвестициялар нима?

2-топшириқ. Лизинг нима?

3-топшириқ. Инвестиция ва лизинг ўртасидаги фарқлар?

14.4. мавзу. Инвестициянинг иқтисодий самарадорлигини баҳолаш

Инвестицион фаолият – корхона кийматини оширишнинг асосий омили ҳисобланади. Чунки, у корхона даромадларининг ўсишини, молиявий хавф-хатарлар даражасининг ҳамда ишлаб чиқариш харажатларининг камайишини таъминлайди. Бу, табиийки, корхона фаолияти самарадорлигининг ошишига ва мулкнинг кўпайишига олиб келади.

Шу сабабдан ҳам ҳар қандай инвестицион лойиҳанинг самарадорлигини баҳолаш зарур бўлади.

1-топшириқ. Инвестицияларни баҳолаш нимага керак?

2-топшириқ. Инвестицияларни баҳолашда қандай кўрсаткичлар мавжуд?

3-топшириқ.КЕЙС СТАДИ (талабалар томонидан исталган корхонанинг инвестициялари ўрганилиб, ёзма равишда уйда бажарилади)

14-мавзу: Корхонанинг иқтисодий хавфсизлиги ва тижорат сир

Иқтисодий жараёнлар турли тасодифлардан ҳоли бўлмайди. Корхоналар ўз фаолияти давомида ҳар хил вазиятларга тушиб қолиши мумкин. Кундалик ҳаётда, уларнинг айримлари – иши юришиб кетиб тезда иқтисодий бақувват корхонага айланганлари ёки иши юришмай – зарарга йўлиқиб, бор мол-мулкдан ажралиб қолганлари учраб туради. Хавф-хатарлар корхоналарнинг иқтисодий хавфсизлигига доимо соя солиб туради. Улар корхоналарни доимо хушёр бўлишга мажбур қилади.

14.1.мавзу. Корхонанинг иқтисодий хавфсизлиги ва уни бошқариш

Амалиётда, корхоналарни иқтисодий инқирозга келтирувчи бошқа бир неча омиллар бор. Улар жумласига рақобат оқибатларини қўшиш мумкин.

Рақобат бозор иқтисодиётини ҳаракатлантирувчи ва ривожлантирувчи кучлардан бири ҳисобланади. Агарда у маданиятли жамият талаби асосида амал қилса ижобий кучга айланади. Маданиятли бозор иқтисодиётининг ривожи учун соф ва ҳалол рақобат зарур. Шу сабабли, маданий рақобат усулларини кенг қўллаш учун барча шароитларни яратиш муҳим омиллардан ҳисобланади.

Ҳозирга пайтда маданий рақобат асосида (ҳеч бир ноқонуний усул ва куч қўлламасдан) миллий иқтисодиётнинг ривожи учун интилиб иш юритаётган тадбиркорлар кўплаб учрайди.

1. Қуйида келтирилган тушунчаларни ёзма равишда ёритинг.

Корхонанинг иқтисодий хавфсизлигини таъминлашдан кўзланадиган мақсадлар	Корхонанинг иқтисодий хавфсизлигини таъминлашдан кўзланадиган мақсадларга эришишда белгиланадиган вазифалар	Корхонанинг иқтисодий хавфсизлигини таъминлашдан кўзланадиган мақсадлар эришишда таяниладиган тамойиллар

2. Қуйидаги маълумотлар асосида корхонанинг ҳисобот даври учун ўз-ўзини маблағ билан таъминлаш билан боғлиқ кўрсаткичларини ҳисоблаш ва унинг динамикаси даражасига баҳо беринг:

(минг сўм)

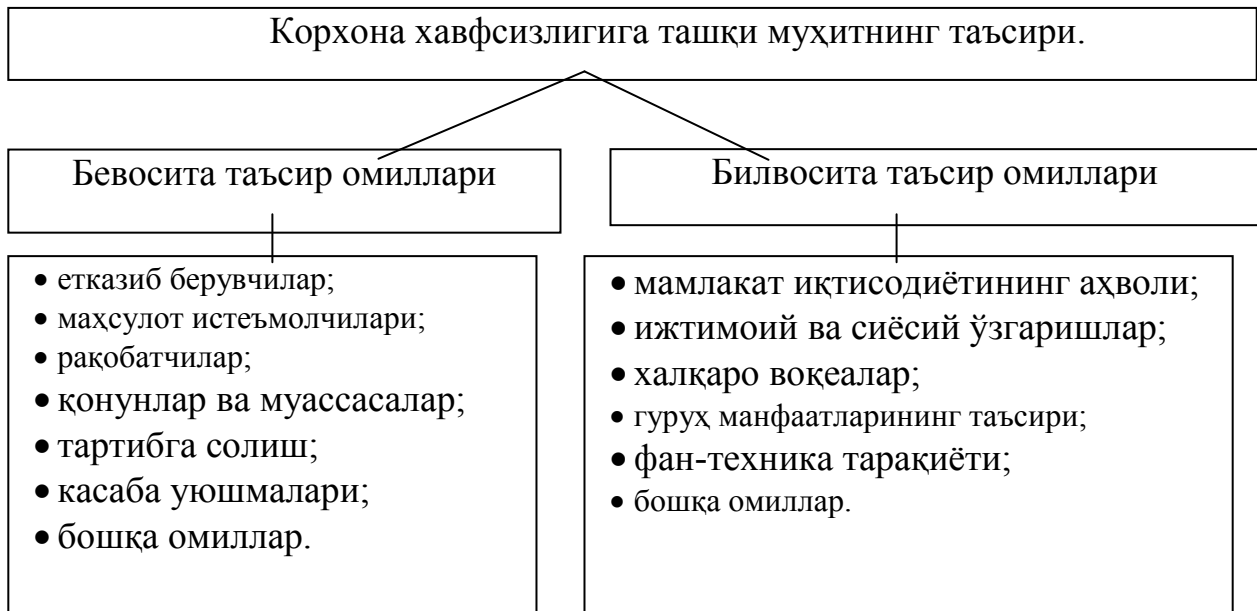
Кўрсаткичлар	Ўтган йили	Ҳисобот йили
1. Жамғарма фондига ажратилган фойда	345,0	423,0
2. Амортизация ажратмалари	918,0	1025,0
3. Қарз маблағлари	360,0	375,0
4.Кредиторлик қарзлари ва бошқа жалб қилинган маблағлар	474,0	515,0

1.Корхонани тижорат сири — бу ...

15.2. мавзу. Корхонанинг тижорат сири

Корхоналарнинг иқтисодий хавфсизлигини таъминлаш — мураккаб жараён. Уни амалга ошириш учун биринчи галда хавфсизлик концепциясини ишлаб чиқариш ва хавфсизлик хизматини шакллантириш муҳим аҳамият касб этади. Бунда корхона характери, унинг жойлашуви, аҳамияти ва ҳоказолар эътибордан четда қолмайди.

Хавфсизлик концепцияси корхона раҳбарининг бевосита иштирокида ишлаб чиқилади. У корхонанинг мақсад ва вазифаларига зид келмаслиги ҳамда корхона хавфсизлигига бевосита ва билвосита таъсир кўрсатиши мумкин бўлган ташқи муҳит таъсирини инобатга олиши зарур.



Корхоналарда иқтисодий хавфсизликни таъминлаш мақсадида, улар фаолияти йўналишларига мос келувчи қўриқлаш тартиби яратилиши лозим. Бунда мамлакатимиз ва хориж амалиёти тажрибаларидан фойдаланиш мақсадга мувофиқ бўлади.

1-топшириқ. Корхона тижорат сирларини муҳофаза қилиш механизми

2-топшириқ. Корхона иқтисодий хавфсизлиги деганда нимани тушунаси?

3-топшириқ. Корхонанинг “тижорат сирлари” тушунчаси нимани англатади?

4-топшириқ. Корхонанинг хавфсизлик хизмати қандай вазифани бажаради?

5-топшириқ. Корхонанинг тижорат сирларини муҳофаза қилиш механизми ўз ичига нимани қамраб олади?

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

Рўйхатга олинди:

№ _____

2019 йил “ ____ ” _____

“Тасдиқлайман”

Ўқув ва тарбиявий ишлар бўйича
проректор

2019 йил “ ____ ” _____ Қ.Ж.Мирзаев

КОРХОНА ИҚТИСОДИЁТИ
ФАНИНИНГ
И Ш Ч И Д А С Т У Р И

Билим соҳаси:	200 000	- Ижтимоий соҳа, иқтисодиёт ва ҳуқуқ
Таълим соҳаси:	230 000	- Иқтисодиёт
Таълим йўналиши:	5230100	- Иқтисодиёт (тармоқлар ва соҳалар бўйича)

Умумий ўқув соати – 236 соат

Шу жумладан:

Маъруза – 64 соат (3-4 семестр)

Амалий машғулотлар – 64 соат (3-4 семестр)

Мустақил таълим соати – 108 соат (3-4 семестр)

Фаннинг ишчи дастури Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти ўқув-услубий кенгашининг 2019 йил __ августдаги 1-сонли мажлис баёни билан тасдиқланган “Корхона иқтисодиёти” фан дастури асосида тайёрланган.

Фан дастури Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти ўқув-услубий кенгашининг 2019 йил __августдаги 1-сонли мажлис баёни билан тасдиқланган.

Тузувчи:

Шавқиев Э. – СамИСИ «Иқтисодиёт» кафедраси доценти, иқтисодиёт фанлари номзоди.

Рахимов З.К. – СамИСИ «Иқтисодиёт» кафедраси ассистенти.

Такризчилар:

Қувондиқов Ш.О. – Самарқанд давлат университети “Иқтисодиёт назарияси” кафедраси доценти, иқтисодиёт фанлари номзоди.

Саттарова З.И. – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти “Иқтисодиёт” кафедраси катта ўқитувчиси.

СамИСИ “Иқтисодиёт ва менежмент”
факультети декани:

2019 йил “_____” _____ Ш.Исломов
(имзо)

“Иқтисодиёт” кафедраси мудири:

2019 йил “_____” _____ Ш.А.Султонов
(имзо)

1. Ўқув фани ўқитилиши бўйича услубий кўрсатмалар.

Жамиятимизда ҳақиқий ҳаракатлар дастури асосида чуқур ва кенг кўламли иқтисодий ислохотларни амалга ошириш шароитида иқтисодиётга киритилган янги инвестициялар ва мавжуд моддий-техника асосини модернизация қилишдан ташқари бошқарувнинг демократик тамойилларини кучайтириш, фирма (корхона)лар ва уларга тенглаштирилган ишлаб чиқариш тузилмаларининг фаолият юритишларида мустақиллик доирасини кенгайтириш, сиёсатнинг иқтисодиётдан устунлигига барҳам бериш, инсон фаолиятининг барча соҳа ва тармоқларида ташаббускорлик, изланиш ва ҳоказоларнинг ривожланиши ҳам кенг имкониятлар яратмоқда.

Иқтисодиётнинг глобаллашуви шароитида энг асосий вазифалардан бири корхоналарни модернизация қилиш, техник ва технологик қайта жиҳозлашни янада жадаллаштириш, замонавий, мослашувчан технологияларни кенг жорий етиш. Бу вазифа авваламбор иқтисодиётнинг асосий тармоқлари, экспортга йўналтирилган ва маҳаллийлаштириладиган ишлаб чиқариш қувватларига тегишлидир.

Ушбу ўқув дастури саноат корхоналарининг ривожланишини таъминлашда муҳим ўрин тутадиган асосий тушунчаларини ёритишга қаратилган.

“Корхона иқтисодиёти” фанининг мақсади – талабаларда зарур аниқ иқтисодиёт билимларни шакллантириш. Бу эса, ҳозирги кунда, бозор муносабатлари ва иқтисодий ишларнинг маркази бирламчи бўгин корхона иқтисодиёти даражасига кўтарилган шароитларда жуда муҳим ҳисобланади.

Фаннинг вазифалари – корхоналарнинг ишлаб чиқариш кучларини ривожлантиришдаги ва миллий иқтисодиётни кўтаришдаги ролини ва ўрнини; корхоналар функциялари ва белгиларини; корхоналар фаолиятига тааллуқли ва унга алоқаси бўлган қонунлар ва қонун ҳужжатларни; иқтисодиётдаги мавжуд муаммо ва вазифаларни мантиқий кетма-кетлигини ва ўзаро алоқадорлигини; турли хил иқтисодий ва ташкилий-техникавий тадбирларни мустақил ҳисоблаш ва тўғри таҳлил қилиш услубларини ўрганишдан иборат.

Фан бўйича талабаларнинг билим, кўникма ва малакаларига қўйидаги талаблар қўйилади. Талаба:

-иқтисодиётдаги мавжуд муаммо ва вазифаларни мантиқий кетма-кетлигини ва ўзаро алоқадорлигини;

-турли хил иқтисодий ва ташкилий-техникавий тадбирларни мустақил ҳисоблаш ва тўғри таҳлил қилиш;

-маҳсулот ишлаб чиқариш ва турли хизматлар кўрсатиш ҳажмини ошириш орқали корхонага кириб келадиган пул оқимини кўпайтириш бўйича тавсиялар ишлаб чиқиш;

- маҳсулотлар ишлаб чиқариш ва уларни сотишдаги таваккалчиликни баҳолаш;

- корхонанинг иқтисодий–молиявий ҳолатини таҳлил қилиш;

-ишлаб чиқаришни ташкил қилиш, режалаштириш ва бошқаришнинг замонавий моделларидан фойдаланиш;

- мавжуд ресурслардан самарадорли фойдаланиш йўллари;
- ишлаб чиқарилаётган маҳсулот ва кўрсатилаётган хизматлардан кутилаётган даромадни аниқлаш;
- корхонанинг иқтисодий муносабатлар қатнашчиси сифатидаги ҳуқуқий ҳолатини баҳолаш.
- ишлаб чиқаришни жорий ва истиқболли режалаштириш, прогнозлаштириш ҳамда бошқариш вазифаларини малакали тарзда ҳал қилиш,;
- корхонанинг салоҳияти ва ресурслардан фойдаланиш;
- корхонанинг ишлаб чиқариш фаолияти самарадорлигини баҳолаш ва таҳлил қилиш;
- корхонанинг ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш имконияти мавжуд бўлган йўллари топиш;
- корхона фаолияти йўналишларидаги таваккалчиликни баҳолаш;
- корхона фаолиятига молиявий ресурсларни жалб этиш ҳолатини таҳлил қилиш ва пул оқимини кўпайтириш бўйича тавсиялар ишлаб чиқиш.

2. Маъруза машғулотлари

1- жадвал

т/р	Маъруза мавзулари	Соат
1	“Корхона иқтисодиёти» курсининг мазмуни ва вазифалари	2
2	Корхона – мустақил хўжалик юритувчи бозор субъекти:	4
2.1.	Корхонанинг миллий иқтисодиётдаги роли ва ривожланиши	2
2.2.	Ишлаб чиқариш корхонаси белгилари ва тузилмаси	2
3	Корхонани ташкил этиш ва унинг фаолиятини тугатиш:	4
3.1.	Ўзбекистонда янги корхонани ташкил этиш асослари	2
3.2.	Корхона фаолиятини тўхтатиш сабаблари ва уни амалга ошириш тартиби	2
4	Корхона фаолиятига таъсир этувчи шарт-шароитлар	2
5	Корхонани бошқариш:	4
5.1.	Корхона фаолиятини бошқа-ришнинг зарурияти, мақсад ва вазифалари.	2
5.2.	Корхонани бошқаришнинг хусусиятлари ва ташкилий тузилмалари.	2
6	Корхонани фаолиятини режалаштириш ва башорат қилиш:	4
6.1.	Корхона фаолиятини режалаштириш ва башорат қилишнинг зарурияти, тамойиллари ва вазифалари.	2

6.2.	Корхона режалари тузилмаси.	2
7	Ишлаб чиқаришнинг иқтисодий ва ижтимоий самарадорлиги:	4
7.1.	Корхона ишлаб чиқариш фаолияти самарадорлигининг моҳияти, кўрсаткичлари ва таъсир этувчи омиллар.	2
7.2.	Корхона ишлаб чиқариш фаолияти самарадорлиги кўрсаткичларини ҳисоблаш усуллари.	2
8	Корхонанинг асосий фондлари ва ишлаб чиқариш қуввати:	6
8.1.	Корхона асосий фондлари-нинг моҳияти, таркиби ва тузилмаси.	2
8.2.	Корхонанинг асосий фондлар-дан фойдаланишни яхшилаш йўллари.	2
8.3.	Асосий ишлаб чиқариш фондларидан фойдаланиш кўрсаткичларини ҳисоблаш усуллари	2
9	Корхонанинг айланма маблағлари:	6
9.1.	Корхона айланма маблағларининг моҳияти, таркиби ва нормалаштирилиши.	2
9.2.	Ишлаб чиқариш корхоналари айланма маблағларидан фойдаланишни яхшилаш йўллари.	2
9.3.	Ишлаб чиқариш корхоналарида айланма маблағлардан фойдаланиш кўрсаткичларини ҳисоблаш усуллари	2
10	Корхонада кадрлар ва меҳнатга ҳақ тўлаш:	4
10.1.	Ишлаб чиқариш корхонасида кадрлар	2
10.2.	Ишлаб чиқариш корхонасида меҳнага ҳақ тўлаш.	2
11	Ишлаб чиқариш корхоналари маҳсулотининг сифати ва унинг рақобатбардошлиги	2
12	Ишлаб чиқариш корхоналарида баҳо ва баҳолаш	2
13	Корхона фаолиятини харажатлари, даромади ва рентабеллиги:	8
13.1.	Ишлаб чиқариш корхоналари фаолияти харажатлари.	2
13.2.	Ишлаб чиқариш корхоналари фаолияти харажатлари	2
13.3.	Ишлаб чиқариш корхоналарининг даромадлари, фойдаси ва рентабеллиги.	2
13.4.	Ишлаб чиқариш корхоналарининг фойдаси ва рентабеллигини аниқлаш услубияти.	2
14	Корхонанинг инвестицион фаолияти:	8
14.1.	Корхона инвестицияларининг моҳияти ва манбалари.	2
14.2.	Ишлаб чиқариш корхоналарига хорижий инвестицияларни жалб этиш.	2

14.3.	Корхоналар инвестиция лойиҳаларини молиялаштиришнинг лизинг шакли	2
14.4.	Инвестициянинг иқтисодий самарадорлигини баҳолаш	2
15	Корхонанинг иқтисодий хавфсизлиги ва тижорат сири:	4
15.1.	Корхонанинг иқтисодий хавфсизлиги ва уни бошқариш	2
15.2.	Корхонанинг тижорат сири	2
	Жами	64

Маъруза машғулотлари мультимедиа қурилмалари билан жиҳозланган аудиторияда ўтилади.

3. Амалий машғулотлар бўйича кўрсатма ва тавсиялар

2- жадвал

т/р	Амалий машғулотлар мавзулари	Дарс соатлари ҳажми
1	“Корхона иқтисодиёти» курсининг мазмуни ва вазифалари	2
2	Корхона – мустақил хўжалик юритувчи бозор субъекти:	4
2.1.	Корхонанинг миллий иқтисодиётдаги роли ва ривожланиши	2
2.2.	Ишлаб чиқариш корхонаси белгилари ва тузилмаси	2
3	Корхонани ташкил этиш ва унинг фаолиятини тугатиш:	4
3.1.	Ўзбекистонда янги корхонани ташкил этиш асослари	2
3.2.	Корхона фаолиятини тўхтатиш сабаблари ва уни амалга ошириш тартиби	2
4	Корхона фаолиятига таъсир этувчи шарт-шароитлар	2
5	Корхонани бошқариш:	4
5.1.	Корхона фаолиятини бошқа-ришнинг зарурияти, мақсад ва вазифалари.	2
5.2.	Корхонани бошқаришнинг хусусиятлари ва ташкилий тузилмалари.	2
6	Корхонани фаолиятини режалаштириш ва башорат қилиш:	4
6.1.	Корхона фаолиятини режалаштириш ва башорат қилишнинг зарурияти, тамойиллари ва вазифалари.	2
6.2.	Корхона режалари тузилмаси.	2

7	Ишлаб чиқаришнинг иқтисодий ва ижтимоий самарадорлиги:	4
7.1.	Корхона ишлаб чиқариш фаолияти самарадорлигининг моҳияти, кўрсаткичлари ва таъсир этувчи омиллар.	2
7.2.	Корхона ишлаб чиқариш фаолияти самарадорлиги кўрсаткичларини ҳисоблаш усуллари.	2
8	Корхонанинг асосий фондлари ва ишлаб чиқариш қуввати:	6
8.1.	Корхона асосий фондлари-нинг моҳияти, таркиби ва тузилмаси.	2
8.2.	Корхонанинг асосий фондлар-дан фойдаланишни яхшилаш йўллари.	2
8.3.	Асосий ишлаб чиқариш фондларидан фойдаланиш кўрсаткичларини ҳисоблаш усуллари	2
9	Корхонанинг айланма маблағлари:	6
9.1.	Корхона айланма маблағларининг моҳияти, таркиби ва нормалаштирилиши.	2
9.2.	Ишлаб чиқариш корхоналари айланма маблағларидан фой-даланишни яхшилаш йўллари.	2
9.3.	Ишлаб чиқариш корхоналарида айланма маблағлардан фойдаланиш кўрсаткичларини ҳисоблаш усуллари	2
10	Корхонада кадрлар ва меҳнатга ҳақ тўлаш:	4
10.1.	Ишлаб чиқариш корхонасида кадрлар	2
10.2.	Ишлаб чиқариш корхонасида меҳнага ҳақ тўлаш.	2
11	Ишлаб чиқариш корхоналари маҳсулотининг сифати ва унинг рақобатбардошлиги	2
12	Ишлаб чиқариш корхоналарида баҳо ва баҳолаш	2
13	Корхона фаолиятини харажатлари, даромади ва рентабеллиги:	8
13.1.	Ишлаб чиқариш корхоналари фаолияти харажатлари.	2
13.2.	Ишлаб чиқариш корхоналари фаолияти харажатлари	2
13.3.	Ишлаб чиқариш корхоналарининг даромадлари, фойдаси ва рентабеллиги.	2
13.4.	Ишлаб чиқариш корхоналарининг фойдаси ва рентабеллигини аниқлаш услубияти.	2
14	Корхонанинг инвестицион фаолияти:	8
14.1.	Корхона инвестицияларининг моҳияти ва манбалари.	2
14.2.	Ишлаб чиқариш корхоналарига хорижий инвестицияларни жалб этиш.	2
14.3.	Корхоналар инвестиция лойиҳаларини	2

	молиялаштиришнинг лизинг шакли	
14.4.	Инвестициянинг иқтисодий самарадорлигини баҳолаш	2
15	Корхонанинг иқтисодий хавфсизлиги ва тижорат сири:	4
15.1.	Корхонанинг иқтисодий хавфсизлиги ва уни бошқариш	2
15.2.	Корхонанинг тижорат сири	2
	Жами	64

Амалий машғулотлар мультимедиа қурилмалари билан жиҳозланган аудиторияда ҳар бир академик гуруҳга алоҳида ўтилади. Машғулотлар интерфаол усуллар ёрдамида ўтилади, “Кейс-стади”, фан мавзуларига оид масалалар ишлатилади, кейслар ва масалалар мазмуни ўқитувчи томонидан белгиланади. Кўргазмали материаллар ва ахборотлар мультимедиа воситалари ёрдамида узатилади.

Фан бўйича курс иши. Ўқув режада режалаштирилмаган.

4. Мустақил таълим ва мустақил ишлар

т/р	Мустақил таълим мавзулари	Ҳажми (соат)
1	Ўзбекистонда кичик бизнес субъектларининг ривожланиши ҳамда ҳолати.	3
2	Ўзбекистон саноатида кичик бизнесни ривожлантиришни давлат томонидан қўллаб-қувватлаш	3
3	Ўзбекистонда янги ташкилий-ҳуқуқий турдаги корхоналарнинг шаклланиши.	3
4	Ўзбекистон саноатида акционерлик корхоналарининг роли ва ўрни.	3
5	Ўзбекистон саноатида қўшма корхоналарни ҳозирги ҳолати ва ривожланиши.	3
6	Корхона фаолиятида инқирозли вазият.	3
7	Корхона фаолиятига таъсир этувчи шарт шароитлар.	3
8	Ўзбекистон корхоналарида бошқаришнинг ташкилий тузилмасининг турлари.	3
9	Бизнес-режа ва уни тадбиркорликни ривожлантиришдаги роли.	3
10	Корхона режалари тузилмаси.	3
11	Корхонада стратегик режалаштириш муаммолари.	3
12	Корхона молиявий фаолиятининг ҳолатини баҳолаш ва уни яхшилаш..	3
13	Корхонада ресурслардан оқилона фойдаланиш ва атроф-муҳитни ҳимоя қилиш	3

14	Корхонанинг асосий фондларидан фойдаланишни яхшилаш йўллари.	3
15	Корхонанинг ишлаб чиқариш қуввати фойдаланишни яхшилаш йўллари	3
16	Корхонани айланма маблағларга бўлган талабини режалаштиришнинг методик асослари	3
17	Корхона айланма маблағларидан самарали фойдаланиш йўллари	3
18	Корхона айланма маблағи ва уни айланишини тезлаштириш йўллари.	3
19	Ишлаб чиқариш корхоналари айланма маблағларини нормалаштириш ва улардан фойдаланишни яхшилаш йўллари.	3
20	Корхоналарда кадрлар сиёсати ва уни даражасини ошириш йўллари.	3
21	Корхонада иш ҳақи фондини шакллантириш ва меҳнатга ҳақ тўлаш.	3
22	Меҳнат унумдорлиги – ишлаб чиқаришни иқтисодий самарадорлик мезони.	3
23	Корхоналарда маҳсулот сотилиши тахлили ва режалаштирилиши.	3
24	Ишлаб чиқариш корхоналари маҳсулотининг сифати ва унинг рақобатбардошлиги	3
25	Иқтисодиётнинг глобаллашуви шароитида маҳсулот рақобатбардошлигини таъминлаш йўллари	3
26	Ишлаб чиқариш корхоналарида баҳо ва баҳолаш.	3
27	Ишлаб чиқариш корхоналари даромадлари	3
28	Ишлаб чиқариш корхоналарида маҳсулот таннархини камайтириш йўллари	3
29	Ишлаб чиқариш корхоналарида фойдани шакллантириш ва тақсимлаш.	3
30	Ишлаб чиқариш корхоналари рентабеллигини аниқлаш ва ошириш йўллари.	3
31	Ишлаб чиқариш корхоналарида инвестицияларнинг аҳамияти ва манбалари	3
32	Ишлаб чиқариш корхоналарининг инвестицион фаолияти самарадорлигини ошириш йўллари.	3
33	Ишлаб чиқариш корхоналарининг инновацион фаолияти.	3
34	Ҳаракатлар стратегияси асосида чуқур ва кенг кўламли иқтисодий ислохотларни амалга ошириш шароитида корхонанинг инновацион фаолияти.	3
35	Ишлаб чиқариш корхоналарининг хавфсизлиги ва уни такомиллаштириш йўллари	3
36	Ишлаб чиқариш корхоналарининг тижорат сирлари	3
	Ж А М И	108

Талабалар мустақил ишни тайёрлашда ушбу фаннинг хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда қуйидаги шакллардан фойдаланилади ва жорий назорат сифатида баҳоланади:

- **мавзу бўйича конспект (реферат ва тақдимот)** – назарий материалларни пухта ўзлаштиришга ёрдам берувчи бундай усул ўқув материалига асосий диққатни кўпроқ жалб этишга ёрдам беради. Талаба конспекти турли назорат ишларига тайёргарлик ишларини осонлаштиради, вақтни тежайди;

- **ўқитиш ва назорат қилишнинг автоматлаштирилган тизимлари билан ишлаш** – талаба назарий ва амалий машғулотларда олган билимларини ўзлаштиришлари, турли назорат ишларига тайёргарлик кўришлари учун тавсия этилган электрон манбалар, инновацион дарс лойиҳаси намуналари, ўз-ўз-ўзини назорат учун тест топшириқлари ва бошқалар;

- **фан бўйича қўшимча адабиётлар билан ишлаш** – мустақил ишлаш учун берилган топшириқлар бўйича талабалар тавсия этилган асосий адабиётлардан ташқари қўшимча ўқув, илмий адабиётлардан фойдаланади. Бунда рус ва хорижий адабиётлардан фойдаланиш рағбатлантирилади;

- **интернет тармоғидан фойдаланиш** – фан мавзуларини ўзлаштириш, курс иши, БМИ ёзишда мавзу бўйича интернет манбаларини топиш, улар ишлаш назорат турларининг барчасида қўшимча рейтинг баллари билан рағбатлантирилади;

- **мавзуга оид масалалар, кейс-стадилар ва ўқув лойиҳаларини ишлаб чиқиш ва унда иштирок этиш;**

- **илмий семинар ва анжуманларга тезис ва мақолалар тайёрлаш ва иштирок этиш;**

Мустақил таълимни ташкил этиш бўйича услубий кўрсатма ва тавсиялар ишлаб чиқилади. Унда талабаларга асосий маъруза мавзулари бўйича амалий топшириқ, кейс стадилар ечиш услуби ва мустақил ишлаш учун вазифалар белгиланади.

5. Фан бўйича талабалар билимини баҳолаш ва назорат қилиш меъзонлари

Баҳолаш усуллари	Экспресс тестлар, ёзма ишлар, оғзаки сўров, презентациялар, кейс-стади, фан мавзуларига оид масалалар
Баҳолаш мезонлари	86-100 балл «аъло» – фанга оид назарий ва услубий тушунчаларни тўла ўзлаштира олиш; – фанга оид кўрсаткичларни иқтисодий таҳлил қилишда ижодий фикрлай олиш; – ўрганилаётган жараёнлар ҳақида мустақил мушоҳада юритиш; – меҳнат муносабатларига оид таҳлил натижаларини тўғри акс эттира олиш;

- ўрганилаётган жараёнга таъсир этувчи омилларни аниқлаш ва уларга тўла баҳо бериш;
- таҳлил натижалари асосида вазиятга тўғри ва холисона баҳо бериш;
- ўрганилаётган иқтисодий ҳодиса ва жараён тўғрисида тасаввурга эга бўлиш;
- ўрганилаётган жараёнларни аналитик жадваллар орқали таҳлил этиш ва тегишли қарорлар қабул қилиш.

71-85 балл «яхши»

- ўрганилаётган жараёнлар ҳақида мустақил мушоҳада юритиш;
- таҳлил натижаларини тўғри акс эттира олиш;
- ўрганилаётган иқтисодий ҳодиса ва жараён тўғрисида тасаввурга эга бўлиш;
- ўрганилаётган жараёнга таъсир этувчи омилларни аниқлаш ва уларга тўла баҳо бериш;
- ўрганилаётган жараёнларни жадваллар орқали таҳлил этиш ва тегишли қарорлар қабул қилиш.

55-70 балл «қониқарли»

- ўрганилаётган жараёнга таъсир этувчи омилларни аниқлаш ва уларга тўла баҳо бериш;
- ўрганилаётган иқтисодий ҳодиса ва жараён тўғрисида тасаввурга эга бўлиш;
- ўрганилаётган жараёнларни аналитик жадваллар орқали таҳлил этиш.

0-54 балл «қониқарсиз»

- ўтилган фаннинг назарий ва услубий асосларини билмаслик;
- иқтисодий ҳодиса ва жараёнларни таҳлил этиш бўйича тасаввурга эга эмаслик;
- ўрганилаётган жараёнларга иқтисодий усулларни қўллай олмаслик.

	Рейтинг баҳолаш турлари	Максимал балл	Ўтказиш вақти
	Жорий назорат:	35	
	маъруза машғулотларда фаоллиги, мунтазам равишда конспект юритиши учун	6	Семестр давомида
	Мустақил таълим топшириқларининг ўз вақтида ва сифатли бажарилиши	9	
	Амалий машғулотларда фаоллиги, саволларга тўғри жавоб берганлиги, амалий топшириқларни бажарганлиги учун	20	

	Оралик назорат (Оралик назоратлар тасдиқланган график асосида дарс машғулотларидан сўнг ташкил этилади).	35	
	Биринчи оралик назорат ёзма иш (маърузачи ва амалий машғулот ўқитувчиси томонидан қабул қилинади).	15	8-9 ҳафта
	Иккинчи оралик назорат ёзма иш (маърузачи ва амалий машғулот ўқитувчиси томонидан қабул қилинади).	20	15-16-ҳафта
	Якуний назорат	30	18 ҳафта
	Ёзма иш	30	
	ЖАМИ	100	

6. Асосий ва қўшимча ўқув адабиётлар ҳамда ахборот манбаалари

Асосий адабиётлар

1. Волкова О.И., Девяткина О.В. Экономика предприятия. Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2008.
2. Горфинкеля В.Я., Швандара В.А. Экономика предприятия. Учебное пособие.– М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
3. Грузинов В.П. Экономика предприятия. Учебник.2-издание.– М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
4. Economics, the Enterprise System, and Finance (Экономик, Система Предпринимательства и Финансы) February 2002. The University of the State of New York • The State Education Department
Albany, NY 12234 www.nysed.gov
5. Кантор У.Л. и др. Экономика предприятия. Учебное пособие.– СП.: Питер, 2009.
6. Korxona iqtisodiyoti. Darslik. –Т.: “Fan va texnologiya”, 2013.
7. Maxmudov E.X. Korxona iqtisodiyoti. O’quv qo’llanma. – Т.: O’zbekiston yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg’armasi nashriyoti, 2005.
8. Paul A. Samuelson, William D. Nordhas Microeconomics. Nordhas, William.D. Title 1992

Қўшимча адабиётлар:

9. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси.-Т.: Ўзбекистон, 2018.
10. Мирзиёев Ш.М. Эркин ва фаровон демократик Ўзбекистон давлатни биргаликда барпо этамиз. –Т.: “Ўзбекистон” НМИУ, 2016
11. Мирзиёев Ш.М. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий

- жавобгарлик – ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қондаси бўлиши керак. –Т.: “Ўзбекистон” НМИУ, 2017.
12. Мирзиёев Ш.М. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси.- Т.: “Ўзбекистон” НМИУ, 2018.
13. Мирзиёев Ш.М. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси.//”Халқ сўзи” газетаси, 29 декабрь 2018 йил.
14. Бухалков М.И. Организация производства на предприятиях машиностроения. Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2010.
15. Ишмухамедов А.Э. Иқтисодий ҳавфсизлик. Ўқув қўлланма. –Т.: Ўзбекистон ёзувчилар уюшмаси Адабиёт жамғармаси нашриёти, 2004.
16. Maxmudov E.X., Isoqov M.Yu. Biznes - rejalashtirish. O’quv qo’llanma. –Т.: O’zbekiston yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg’armasi nashriyoti, 2005.
17. Ortiqov A. Sanoat iqtisodiyoti. Darslik. -Т.: “Sano-standart”, 2014.
18. Просветов Г.И. Экономика предприятия: задачи и решения. Учебное практическое пособие. – М.: “Альфа-Пресс», 2009.
19. Шавқиев Э., Саттарова З.И., Нормурадов У.Н., Артиков З.С. “Қорхона иқтисодиёти” фанидан амалий (семинар) машғулотлар учун топшириқлар ва услубий кўрсатмалар тўплами. (5230100 “Иқтисодиёт” таълим йўналиши талабалари учун) -Самарқанд, СамИСИ, 2012.
20. Шавқиев Э., Нормурадов У.Н., Артиков З.С., Ҳазратов А.П. “Қорхона иқтисодиёти” фанидан маърузалар курси. (I-II қисмлар) – Самарқанд, СамИСИ, 2016.

Интернет сайтлари

21. www.mail.tdiu.uz – ТДИУ электрон кутубхонаси
22. www.el.tfi.uz –ТМИ электрон кутубхонаси
23. www.stat.uz.
24. www.ziyonet.uz.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

Асосий адабиётлар

1. Волкова О.И., Девяткина О.В. Экономика предприятия. Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2008.
2. Горфинкеля В.Я., Швандара В.А. Экономика предприятия. Учебное пособие.– М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
3. Грузинов В.П. Экономика предприятия. Учебник.2-издание.– М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
4. Economics, the Enterprise System, and Finance (Экономик, Система Предпринимательства и Финансы) February 2002. The University of the State of New York • The State Education Department
Albany, NY 12234 www.nysed.gov
5. Кантор У.Л. и др. Экономика предприятия. Учебное пособие.– СПб.: Питер, 2009.
6. Korxona iqtisodiyoti. Darslik. –Т.: “Fan va texnologiya”, 2013.
7. Maxmudov E.X. Korxona iqtisodiyoti. O’quv qo’llanma. – Т.: O’zbekiston yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg’armasi nashriyoti, 2005.
8. Paul A. Samuelson, William D. Nordhas Microeconomics. Nordhas, William.D. Title 1992

Қўшимча адабиётлар:

9. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси.-Т.: Ўзбекистон, 2018.
10. Мирзиёев Ш.М. Эркин ва фаровон демократик Ўзбекистон давлатни биргаликда барпо этамиз. –Т.: “Ўзбекистон” НМИУ, 2016
11. Мирзиёев Ш.М. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик – ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қондаси бўлиши керак. –Т.: “Ўзбекистон” НМИУ, 2017.
12. Мирзиёев Ш.М. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси.- Т.: “Ўзбекистон” НМИУ, 2018.
13. Мирзиёев Ш.М. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси.//”Халқ сўзи” газетаси, 29 декабрь 2018 йил.
14. Бухалков М.И. Организация производства на предприятиях машиностроения. Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2010.
15. Ишмухамедов А.Э. Иқтисодий ҳавфсизлик. Ўқув қўлланма. –Т.: Ўзбекистон ёзувчилар уюшмаси Адабиёт жамғармаси нашриёти, 2004.
16. Maxmudov E.X., Isoqov M.Yu. Biznes - rejalashtirish. O’quv qo’llanma. –Т.: O’zbekiston yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg’armasi nashriyoti, 2005.
17. Ortikov A. Sanoat iqtisodiyoti. Darslik. -Т.: “Sano-standart”, 2014.
18. Просветов Г.И. Экономика предприятия: задачи и решения. Учебное практическое пособие. – М.: “Альфа-Пресс», 2009.
19. Шавқиев Э., Саттарова З.И., Нормурадов У.Н., Артиков З.С.

“Корхона иқтисодиёти” фанидан амалий (семинар) машғулотлар учун топшириқлар ва услубий кўрсатмалар тўплами. (5230100 “Иқтисодиёт” таълим йўналиши талабалари учун) -Самарқанд, СамИСИ, 2012.

20. Шавқиев Э., Нормурадов У.Н., Артиков З.С., Ҳазратов А.П.
“Корхона иқтисодиёти” фанидан маърузалар курси. (I-II қисмлар) – Самарқанд, СамИСИ, 2016.

Интернет сайтлари

21. www.mail.tdiu.uz – ТДИУ электрон кутубхонаси
22. www.el.tfi.uz –ТМИ электрон кутубхонаси
23. www.stat.uz.
24. www.ziyonet.uz.