

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O'RTA
MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI**

FARG'ONA POLITEKNIKA INSTITUTI

**“ISHLAB CHIQRISHDA BOSHQARUV”
FAKUL'TETI**

“MENEJMENT” KAFEDRASI

“STRATEGIK MENEJMENT” FANIDAN

KURS ISHI

**Mavzu: Strategik taxlil usullaridan foydalanish samaradorligini
baholash tizimini ishlab chiqish**

Talaba:

S.Po'latov

Qabul qildi:

i.f.n.M.Ashurov

Farg'ona - 2014

Mundarija

KIRISH.....	3
I Bob. Strategik tahlil uslublaridan foydalanish samaradorligini baholashning mazmuni va mohiyati.....	5
1.1. Strategik tahlil uslublari, turlari, ularning mohiyati va vazifalari.....	5
1.2. Korxonada vaziyatini tahlil etish va strategiyasini ishlab chiqish.....	8
II. Bob “Farg‘ona yog‘-moy” OAJ strategik tahlili.....	14
2.1. “Farg‘ona yog‘-moy” OAJ ni tashkiliy-huquqiy tuzilishi.....	14
2.2. “Farg‘ona yog‘-moy” OAJni moliyaviy-iqtisodiy faoliyati tahlili.....	16
III. Bob. Strategik tahlil usullaridan foydalanish korxonaning samaradorligini oshirish omili sifatida.....	23
3.1. Tahlil usullaridan foydalangan holda korxonaning samaradorligini oshirish va strategiyasini ishlab chiqish.....	23
Xulosa	25
Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati.....	26

KIRISH

Mustaqilligimizning yigirma ikki yilligi davrida ijtimoiy-iqtisodiy, siyosiy, madaniy-ma'naviy va tashqi iqtisodiy faoliyat sohalarida olamshumul yutuqlarga erishildi. Prezidentimiz tomonidan ishlab chiqilgan va asoslab berilgan bozor iqtisodiyotiga o'tish tamoyillari amalda o'z samarasini bera boshladi. Amalga oshirilayotgan islohotlar jamiyat kishilarining faravonligi, ularning gullab yashnashi uchun qaratilganligi, odamlar-islohotlar uchun emas, balki islohotlar-odamlar uchun xizmat qilishi zarurligi Yurtboshimiz tomonidan takror va takror ta'kidlanib kelinmoqda.

“O'zbekiston o'zining tashqi siyosatini ishlab chiqish va amalga oshirishda milliy xususiyatlaridan kelib chiqib, yaratilgan tamoyillarga qat'iy rioya qiladi, ularni boyitib va kengaytirib borib, tashqi siyosiy hamda iqtisodiy faoliyatning asosiy yo'nalishlarini qat'iyat va izchillik bilan turmushga tadbiiq etadi”¹, deb ta'kidlaydi Prezidentimiz.

Mamlakatimizda iste'mol tovarlari ishlab chiqarishni tubdan oshirish bo'yicha o'z vaqtida ko'rilgan chora-tadbirlar ham amaliy samarasini bermoqda.

O'tgan yili ana shunday tovarlar ishlab chiqarishning o'sish hajmi 14,4 foizni tashkil etdi va yalpi sanoat hajmida ularning ulushi 35,5 foizga yetdi. Bunday tovarlarning raqobatdoshligi nafaqat ichki bozorda, balki tashqi bozorda ham tobora ortib bormoqda.²

Yog'-moy mahsulotlarini ishlab chiqarish tarmog'ida faoliyat ko'rsatayotgan paxta va kungaboqar yog'i, margarin, mayonez, xo'jalik hamda atirsovun va boshqa mahsulotlar ishlab chiqaruvchi kichik korxonalar 2013 yilning birinchi choragida 64,93 ming tonnadan ziyod o'simlik yog'i, 11,2 ming tonna margarin mahsuloti, 15,16 ming tonna xo'jalik sovuni ishlab chiqardi.

¹ I.A.Karimov. O'zbekistonning o'z istiqlol va taraqqiyot yo'li.- T.:O'zbekiston, 1992. 24-27 betlar.

² O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimovning 2013-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari hamda 2014-yilga mo'ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi.

Ishlab chiqarilayotgan mahsulotning katta hajmi “Urganch yog’”, “Toshkent yog`-moy kombinati”, “Qarshi yog` ekstraktsiya”, “Koson yog` ekstraktsiya”, “Uchqo`rg`on yog’”, “Farg`ona yog`-moy” ochiq aktsiyadorlik jamiyatlari va boshqa korxonalar ulushiga to`g`ri kelmoqda.

Joriy yilda kungaboqar etishtirish uchun 40 ming gektar er ajratilgan bo`lib, shuning 35 ming gektari uyushma korxonalarini uchun xomashyo etkazib berishga mo`ljallangan. Shuningdek soya, maxsar va boshqa moyli o`simliklar etishtirish uchun 2013 yilda 65 ming gektar yer ajratildi. Bu borada yog`-moy korxonalarini uchun 90 ming tonna xomashyo tayyorlash rejalashtirilmoqda. Ularni qayta ishlash natijasida 25 ming tonnadan ortiq kungaboqar, soya va maxsar yog`i olish kutilmoqda.

2014 yilda ISO 9001 xalqaro standartini yog`-moy sanoatining barcha korxonasida joriy etish rejalashtirilmoqda. SHu yilning oxirigacha o`simlik moyi ishlab chiqarish hajmini 267,64 ming tonnaga etkazish ko`zda tutilgan

Olib borilayotgan oqilona iqtisodiy siyosat, ham mamlakatimiz fuqarolarining farovonligini yuksalishigi xizmat qiluvchi Respublikamizning tashqi iqtisodiy aloqalari kun sayin rivojlanib, kengayib bormoqda. Jahon hamjamiyatidan mustahkam mavqeni egallash, xalqaro mehnat taqsimotida mamlakatimizning o`z o`rni bo`lishini ta`minlash borasida amalga oshirilayotgan chora-tadbirlar ham o`z mevasini bera boshladi.

Shu jihatdan, bugungi jahon moliyaviy – iqtisodiy inqirozi sharoitida ishlab chiqarish korxonalarini jadal rivojlantirish, jahon bozoriga raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishning, eksport salohiyatini oshirishning zaruriy omillaridan biri sifatida namoyon bo`ladi. Bu masalalarni ijobiy hal etishda ishlab chiqarish korxonasi strategiyasini to`g`ri tashkil etish va amalga oshirish alohida ahamiyat kasb etadi.

I Bob. Strategik tahlil uslublaridan foydalanish samaradorligini baholashning mazmuni va mohiyati

1.1.Strategik tahlil usublari, turlari, ularning mohiyati va vazifalari

Kompaniyaning strategiyasini va vaziyatini tahlil etishda quyidagi 5 ta savolga javob izlash lozim.

1. Mavjud strategiya qanchalik samarador?
2. Kompaniyaning kuchli va kuchsiz tomonlari, imkoniyatlari va xavf-xatari qanaqa?
3. Kompaniya tovarlari narxi va xarajatlari raqobatlimi?
4. Kompaniyaning raqobat mavqei mustahkammi?
5. Kompaniya oldida qanaqa strategik muammolar mavjud?

Strategiyani baholashni rahbar «Strategiya nimalardan tashkil topadi?» va «Kompaniyaning moliyaviy va strategik maqsadlari qanaqa?» degan savollarga javob berishdan boshlaydi. Buning uchun:

- 1.Kompaniya past xarajatlar asosida samaradorlikka intilayaptimi?
- 2.Kompaniya o`z raqobatchilaridan farqli o`z mahsulotini differentsiyalayaptimi?
- 3.Kompaniya o`z kuchini bozorning tor sigmentiga yo`naltirganmi?, - degan savollarga javob berish lozim.

Kompaniya bozorni keng egallaganligi, bozorlarni geografik tarqoqligi, iste'molchilar qatlamlari ham muhim ahamiyatga ega. Kompaniyaning strategik va moliyaviy ko`rsatkichlari:

- 1) Bozor ulushi bo`yicha firmaning tutgan o`rni;
- 2) Kompaniyani foydasining o`sishi yoki pasayishi;
- 3) Kompaniyaning sof foydasi va investitsiya daromadlari;
- 4) Kompaniyaning kredit reytingi;
- 5) Tovar sotishlari hajmining o`sishi yoki pasayishi;
- 6) Kompaniyaning iste'molchilar o`rtasidagi obro`si va imiji;
- 7) Kompaniyaning texnologik sardorligi va boshqalar.

Kompaniyaning iqtisodiy ko'rsatkichlari qanchalik yuqori bo'lsa kompaniya strategiyasi shunchalik muvaffaqiyatli hisoblanadi va uni keskin o'zgartirish uchun asos bo'lmaydi.

Muammolarni hal etish uchun samarali strategik harakatlar rejasini yaratish rahbarlarning oxirgi analitik vazifasi hisoblanadi. Ushbu bosqichgacha rahbarlar strategik tahlillarni amalga oshirishlari joriy vaziyatni baholashlari va alohida diqqatni jalb etadigan strategik sohalarni aniqlashlari lozim.

Rahbarlar muammolarni aniq bilishlari uchun quyidagi savollarni o'rganishlari tavsiya etiladi:

- Joriy strategiya tarmoqdagi harakatlanuvchi kuchlarga mos keladimi?
- Joriy strategiya istiqboldagi muvaffaqiyat omillariga qanchalik mos keladi?
- Joriy strategiya tarmoqda harakatlanuvchi besh raqobat kuchidan (tarmoqdagi sotuvchilar raqobati, o'rinbosar tovarlar raqobati, yangi raqobatchilarning paydo bo'lishi, ta'minotchilar raqobati, iste'molchilar raqobatchi kuchi) qanchalik himoya qiladi?
- Joriy strategiyaning kompaniyani tashqi xavf-xatardan himoya qila olmasligining sababi nimada?
- Kompaniya raqobat ustunligiga egalik yoki u raqiblardan orqada qolmaslik tadbir-choralarini ko'rish kerakmi?
- Joriy strategiyaning kuchli va zaif tomonlari nimada?
- Xarajatlarni pasaytirish va raqobatbardoshlikni oshirish uchun kompaniya ko'shimcha tadbir-choralar yaratishi kerakmi?

Bular kompaniyaning nima qilishi kerakligini ya'ni kichik tuzatishlar bilan joriy strategiyani amalga oshirish kerakligini ko'rsatadi. Strategiya kompaniyaning tashqi vaziyatiga va ichki holatiga qanchalik mos bo'lsa, shunchalik kam sonli o'zgarishlarni strategiyaga kiritish kerak bo'ladi. Strategiyani kelajakka mos kelmaslik darajasi oshib borgan sari, rahbarlikning yangi strategiyani yaratish ehtimoli ham oshib boradi.

Strategiyani yaratish shunday faoliyatki, bunda rahbarning faqat yaxshi niyati va ijodiy yondashuvi etarli emas. Strategiyani yaratish chuqur boshqaruv tahlilini talab qiladi. Strategiya tashqi va ichki omillarga to'liq mos kelmasa, uning amalga oshishi noma'lum bo'lib qolaveradi. Bunda asosan ikki omilga e'tibor berish lozim:

- 1) Tarmoqdagi raqobat vaziyati.
- 2) Kompaniyaning ichki shart-sharoiti va raqobat mavqe.

Rahbarlar kompaniyaning vaziyatini tahlil etmay turib, ya'ni tashqi muhitni va kompaniya imkoniyatlarini tahlil etmasdan rivojlanish yo'nalishini va strategiyani tanlay olmaydilar. Tarmoqlar bir-biridan iqtisodiy xususiyatlari, raqobat vaziyati va kelajak istiqboli bilan fark qiladi. Tarmoqda texnologiyani rivojlanishi – sekin yoki jadal, kapitalga bo'lgan ehtiyoj - past yoki yuqori, bozorlar - mahalliy yoki xalqaro, mahsulot - individuallashtirilgan yoki standart, raqobat-kuchli yoki kuchsiz, mahsulotning samaradorlik darajasi - past yoki yuqori, xizmat ko'rsatish va reklama - past yoki yuqori bo'lishi mumkin.

Tarmoqdagi vaziyat va raqobat tahlili quyidagi savollarga javob berish orqali amalga oshiriladi.

1. Tarmoqning asosiy iqtisodiy xususiyatlari qanaqa?
2. Tarmoqda qanaqa raqobat kuchlari harakat qiladi va ularning har birining qudrati qanday?
3. Tarmoqdagi o'zgarishlarni yuz berishiga nima majbur qiladi?
4. Qaysi kompaniyalar kuchli va kuchsiz raqobat mavqeiga ega?
5. Kimlar navbatdagi strategik harakatlarni amalga oshiradi va uning maqsadi nima?
6. Qanaqa asosiy omillar raqobat muvaffaqiyatini va mag'lubiyatini belgilaydi?
7. O'rtachadan yuqoriroq foyda olish nuqtai-nazaridan tarmoqning kelajakdagi jozibadorligi qanday?

1.2. Korxonaviy vaziyatni tahlil etish va strategiyasini ishlab chiqish

Korxonaviy vaziyatni tahlil qilish va strategiyasini baholash uchun to'rt xil analitik usullarni o'zlashtirish kerak: SWOT tahlili, xarajatlar zanjirini tahlili, xarajatlarni strategik tahlili va raqobatbardoshlikni baholash. Bularni quyida keltirib o'tamiz:

SWOT tahlili Kompaniyaning kuchli-kuchsiz tomonlari imkoniyatlari va xavf-xatari SWOT-tahlili orqali aniqlanadi.

Kuchli tarmoqlar – kompaniyani asosiy qobiliyatini belgilaydi. Kompaniya qaysi ishlarni yaxshi bajarsa, bu uning kuchli tomonidir. Kuchli tarmoqlar: yuqori malaka, muhim tajriba, turli tashkiliy resurslar yoki raqobat ustunligi, hamma tan oladigan savdo markasi, mukammal texnologiya, iste'molchilarga sifatli xizmat ko'rsatish va boshqalar bo'lishi mumkin.

Kuchsiz tarmoqlar – bu kompaniya yomon bajaradigan ishlar yoki uning zaif tomonlarini kuchaytiradigan xususiyatlardan iborat. (1- jadval)

(1-jadval)

Kompaniyaning kuchli-kuchsiz tomonlarini, imkoniyatlarini va xavf-xatarini aniqlaydigan omillar. (SWOT tahlili)

Potensial ichki kuchli tomonlar	Potensial ichki kuchsiz tomonlar
<ul style="list-style-type: none">- Tayanch tarmoqlardagi malaka;- Mos keladigan moliyaviy resurslar;- Iste'molchilar o'rtasida yuqori obro';- Bozorning tanilgan sardori;- Funktsional sohalarda puxta o'ylangan strategiya;- Masshtab samarasidan foydalanish;- Raqobat ta'qibidan himoyalanganlik;- Himoyalangan xususiy texnologiya;- Past xarajatlardagi ustunlik;- Eng yaxshi reklama;- Mahsulotni takomillashtirish qobiliyati;- Eng yaxshi boshqaruv;- Tajriba almashish yutuqlari;- Ishlab chiqarishning katta imkoniyatlari;- Katta texnologik tajriba;	<ul style="list-style-type: none">- Aniq strategik yo'nalishning mavjud emasligi;- Eskirgan asosiy fondlar;- Uzoqni ko'radigan sifatli boshqaruvning mavjud emasligi;- Aniq tajriba va bilimdonlikni mavjud emasligi;- Strategiyani sifatli tadbiq etilmasligi;- Ichki operativ muammolarni ko'pligi;- Ilmiy izlanishlarda orqada qolish;- Tor assortiment;- Bozorda obro'-e'tiborning pastligi;- Tovar tarqatishning yomon tashkil etilishi;- Marketingda tajribaning etishmasligi;- Strategik o'zgarishlar uchun moliyaviy resurslarni etishmasligi;

- Boshqalar;	- Raqobatchilarga nisbatan solishtirma xarajatlarning yuqoriligi; - ba'zi sabablarga ko'ra foydalilik darajasining pastligi; - Boshqalar;
Potentsial tashqi imkoniyatlar - Ko'shimcha iste'molchilar guruhiga xizmat ko'rsatish qobiliyati yoki yangi bozorlarga kirish; - Mahsulot assortimentini kengaytirish imkoniyati; - Texnologiyani yangi mahsulotga yoki biznesga o'tkazish qobiliyati; - Oldinga yoki orqaga integratsiya; - Jozibador chet el bozorlariga kirish to'siqlarini engish; - Raqobatchi firmalar bilan yaxshi munosabatlar; - Talab o'sgan paytda ishlab chiqarishni kengaytirish qobiliyati; - Yangi texnologiyalarni yaratish; - Boshqalar;	Potentsial tashqi xavf-xatar - Past xarajatli yangi raqobatchining paydo bo'lishi; - O'rinbosar tovarlarni sotilish hajmini oshishi; - Bozorni o'sish tezligining pasayishi; - Chet el valyutasi kursini va xorijiy mamlakatlarning tashqi savdodagi siyosatini noqulay o'zgarishi; - Yuqori xarajatli texnik talablarning paydo bo'lishi; - Iqtisodiy buhronlar paytidagi zaiflik; - Ta'minotchilarning va iste'molchilarning bozor hokimiyatini o'sishi; - Istemolchilarning talabi va xulqining o'zgarishi; - Noqulay demografik o'zgarishlar;

Bozor imkoniyatlari ya'ni, kompaniyaga aniq mos keladigan imkoniyatlar – bu kompaniyaning qulay raqobatbardoshlik potentsialiga va resurslariga ega bo'lishidir. Imkoniyatlar va xavf-xatar nafaqat kompaniya vaziyatini belgilaydi, balki harakat yo'nalishini ham ko'rsatadi. Strategiya kompaniyaga mos bo'lishi uchun:

- 1) Kompaniya vaziyatiga mos keladigan bozor imkoniyatlaridan foydalanishga yo'naltirilgan bo'lishi lozim;
- 2) Tashqi xavfdan himoyani ta'minlashi lozim. SHu sababli SWOT-tahlili yaratiladi.

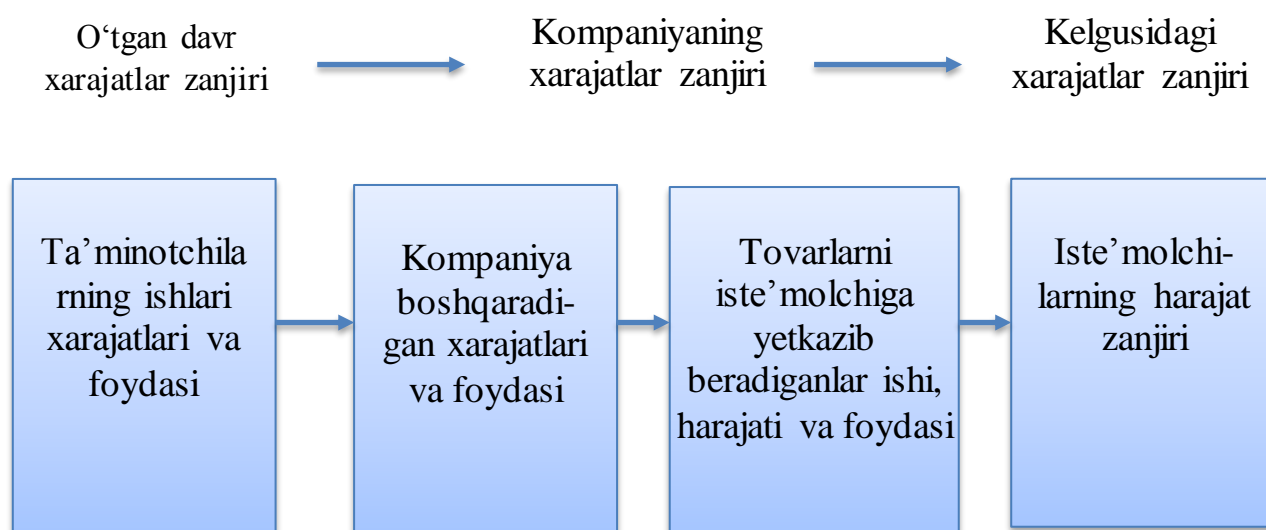
SWOT-tahlili yaratilgandan keyin quyidagi strategik savollarga javob beriladi.

1. Jozibador strategiyani yaratish uchun kompaniya qanaqa kuchli tomonlarga ega?
2. Kompaniyaning kuchsiz tomonlari bozor imkoniyatlaridan to'liq foydalanishga xalaqit beradimi? Strategiya kompaniyaning qanaqa zaif tomonlarini to'ldirishi kerak?

3. Kompaniya bozor imkoniyatlaridan to'liq foydalanishi uchun qanaqa resurslarga va malakaga ega bo'lishi lozim? Bozor imkoniyatlaridan qaysi biri «Eng yaxshi» hisoblanadi?
4. Ishonchli himoyani yaratish uchun tashqi xavflardan qaysi biri rahbarlarni tashvishga soladi va qanaqa strategik harakatlar ketma-ketligini amalga oshirgan ma'qul?

Rahbariyat kompaniyaning kuchli va kuchsiz tomonlarini aniq tasavvur etmaguncha, kompaniya vaziyatiga aniq mos keladigan strategiyani yaratishga tayyor bo'lmaydi.

Xarajatlarni va xarajatlar zanjirini strategik tahlil etish. Asosiy printsip. Xarajatlarni strategik tahlili xom-ashyo xarajatlaridan boshlab, iste'molchilar tovar uchun to'laydigan narxgacha amalga oshiriladi. Bunda kompaniyaning vaziyati raqobatchilar vaziyati bilan taqqoslanadi (1-ilova)



1-rasm. Xarajatlar zanjiri sistemasi.

Kompaniyaning xarajatlar zanjirini tahlili qaysi raqobatchi ustunlikka ega ekanligini aniq ko'rsatadi va qaysi xarajatlar ushbu ustunlikni ta'minlayotganini aks ettiradi. Xarajatlarda ustunlikni yaratish, noqulay xarajatlarni kamaytirish va strategiyani shakllantirish uchun yuqoridagi axborotlarga zaruriyat mavjud. Agar

raqobatbardoshlik muammosi ta'minotchilardan sotib olinadigan xom-ashyo va materiallar sarfi bilan bog'liq bo'lsa, kompaniya quyidagi strategik harakatlardan birini tanlashi mumkin.

Xarajatlar zanjirini tahlili katta hajmdagi axborotlarni qayta ishlashni taqozo etadi. Ushbu tahlilni amalga oshirishda har bir faoliyatning xarajatlar zanjiri alohida tahlil etiladi. Odatdagi buxgalterlik hisobotida oylik maosh, rag'batlantirishlar, ta'minotchilar bilan hisob-kitob, xizmat safarlari, amortizatsiya, ilmiy izlanishlar va boshqa doimiy to'lovlar tahlil qilinadi.

Kompaniyaning xarajatlar zanjirini tahlili qaysi raqobatchi ustunlikka ega ekanligini aniq ko'rsatadi va qaysi xarajatlar ushbu ustunlikni ta'minlayotganini aks ettiradi. Xarajatlarda ustunlikni yaratish, noqulay xarajatlarni kamaytirish va strategiyani shakllantirish uchun yuqoridagi axborotlarga zaruriyat mavjud. Agar raqobatbardoshlik muammosi ta'minotchilardan sotib olinadigan xom-ashyo va materiallar sarfi bilan bog'liq bo'lsa, kompaniya quyidagi strategik harakatlardan birini tanlashi mumkin.

- Ta'minotchilar bilan narxlarni pasaytirish mavzusida muzokaralar olib borish;

- Ta'minotchilar harakatlarini pasaytirish uchun yordam berish;

- Arzonroq o'rinbosar xom-ashyoni izlash;

- Ta'minotchilar bilan kompaniya xarajatlari zanjirini yaxshilash. Masalan: «Kan-ban» sistemasini qo'llash

- Bir xarajatlar zanjiridagi yo'qotishlarni boshqa xarajatlar hisobidan qoplash yo'llarini o'rganish.

Sotish bilan bog'liq harajatlar zanjiri muammolarini echishda quyidagi strategik xarakatlarni amalga oshirish mumkin:

- Distribyuterlar va boshqalar bilan ularning ustama xarajatlarni pasaytirish haqida muzokaralar olib borish.

- Tovarni tarqatish kanallarini jiddiy tahlil etish orqali xarajatlarni kamaytirish yo'llarini aniqlash.

-Tovar taqsimotida va uni sotishda tejamkor strategiyani yaratish, shu jumladan oldinga integratsiyani maqsad sifatida qarash.

Agar kompaniyaning noqulay vaziyati uni ichki faoliyati natijasi bo'lsa, quyidagi tavsiyalardan foydalanish mumkin:

1. Mehnat unumdorligini oshirish va ichki byudjetni qisqartirish harakatlarini qo'llash
2. Kompaniyani va ishlab chiqarish usullarini o'zgartirish
3. YUqori xarajatli faoliyatlarni boshqa geografik hududlarga ko'chirish orqali arzonlashtirish
4. Kompaniya ishlab chiqaradigan qimmatbaho detallarni va xizmatlarni chetdan arzonroq narxda sotib olish yo'llarini o'rganish.
5. Kapitalni tejamkor, texnologiyaga investitsiya qilish (avtomatlashtirish, robotlardan foydalanish, moslashuvchan ishlab chiqarish sistemalari, kompyuterlashgan boshqaruv sistemalari).
6. Ishlab chiqarishga yangi investitsiyalarni kiritishda yuqori xarajatli zvenolarni yangilash.
7. Konstruktsiya va materiallarni ishlab chiqarishni takomillashtirish
8. Noqulay ichki xarajatlarni takomillashtirish, tejamkorlikni oshirish, xarajatlarni zanjirini qayta tahlil etish orqali qo'shimcha zahiralarni aniqlash.

Kompaniyaning raqobatbardoshligini aniqlash uchun xarajatlarni zanjirini tahlili zaruriy shart hisoblanadi, ammo bu etarli emas. Raqobat mavqeini va uni mustahkamligini to'laqonli usullaridan foydalanish maqsadga muvofiq. Buning uchun hamma unsurlarni aniqlash lozim:

- 1) Kompaniya hozirgi raqobat mavqei qanchalik mustahkam?
- 2) Joriy strategiya natijasida kompaniyaning raqobat mavqei oshadimi yoki pasayadimi?
- 3) Kompaniyani asosiy raqobatchilar bilan taqqoslaganda qanday ko'rinish oladi?
- 4) Kompaniya raqobat ustunligiga egami yoki noqulay vaziyatdami?
- 5) Kompaniyaning himoyalani qobiliyati qanday?

II. Bob “Farg‘ona yog‘-moy” OAJ strategik tahlili

2.1. “Farg‘ona yog‘-moy” OAJ ni tashkiliy-huquqiy tuzilishi

“Farg‘ona yog‘-moy” OAJ 1930-yilda ishlab chiqarishga topshirilgan. 1931-yildan boshlab maxsulot ishlab chiqargan.

Birinchil o‘n yillikda 2 ta ishlab chiqarish – yog‘ ishlab chiqarish va sovun ishlab chiqarish yo‘lga qo‘yilgan bo‘lib: asosiy maxsulot o‘simlik yog‘i va xo‘jalik sovuni ishlab chiqarilgan.

1940-yilda kombinatda glitserin ishlab chiqarish yo‘lga qo‘yilgan. 1942-yilda atir sovuni ishlab chiqarilgan. Maxsulotning yangi turi bo‘lgan salomas – ishlab chiqarish uchun yog‘larni to‘yintirish uchastkasi ishga tushgan.

1960-yilda kombinatda yog‘ ekstraksiyasi sexi ishlab chiqarishga topshirilgan.

Kombinat hayotida eng muhim sanalardan biri 1963-yilda O‘zbekistonda birinchi bo‘lib, kam harorat bilan kristallizatsiyalash usuli bilan xidsizlantirilgan va qadoqlangan yog‘ ishlab chiqarish sexi ishga tushirilgan.

1964-yilda forpress sexida qayta qurish ishlari boshlanib, 1981-1984 yillarda Germaniya ishlab chiqarishning G-24 18 ta press qurilmasi bilan texnik qayta jihozlangan.

1970-yilda 1 yiliga 10 ming tonna korxonaga quvvatiga ega bo‘lgan sovun ishlab chiqarish yangi eksperimental liniyasi o‘rnatish ko‘zda tutilgan.

1986-yilda yog‘ kislotalarini tozalovchi sex (DJK) ishga tushirish bilan atir sovun retsepturasiga tozalangan xom ashy ova yog‘ kislotalari qo‘shish imkonini tug‘ildi.

1990-yilda Germaniyada ishlab chiqarilgan nemis qurilmasi liniyalari bilan jihozlangan yangi tayyorlov bo‘limi ishga tushdi.

Kombinat ishga tushgan yilda (1931-y) korxonaga sutkasiga 304,7 tonna chigitni qayta ishlash quvvatiga ega bo‘lgan. Hozirgi kunda sutkasiga 840 tonna chigitni qayta ishlash quvvatiga ega. Hozirgi kunda sutkasiga 840 tonna chigitni qayta ishlash quvvatiga ega. hozirda paxta chigitning yetishmasligi sababli, korxonaga quvvatidan foydalanish 30% ni tashkil qiladi.

Kombinat 3 ta katta ishlab chiqarish tizimidan iborat

1. Yogʻ ishlab chiqarish tizimi;
2. Sovun ishlab chiqarish tizimi;
3. Yogʻni qayta ishlash tizimi

Asosan 19 xil maxsulot ishlab chiqariladi: tozalangan oʻsimlik yogʻi, atir sovun va 70% li kir sovun, texnik va ozuqaviy salomas, 94 va 98 foizli glitsirin, distillangan soapstok yogʻ kislotasi, palmitin, suyultirilgan sovun, gudron, shelixa, kunjara (shrot) va boshqa yogʻ-moy maxsulotlari.

1994-yil iyun oyidan boshlab Fargʻona yogʻ-moy kombinati Davlat mulkchilik qoʻmitasining buyrugʻiga asosan ochiq turdagi “Fargʻona yogʻ-moy” hissadorlik jamiyatiga oʻtdi.

Oʻtish davrida ustav fondi 5 mln. 586,5 ming soʻm, nominal aksiya qiymati – 100 ming soʻmni tashkil qilgan.

Asosiy vositalarni qayta baholash munosabati bilan Davlat mulkchilik qoʻmitasining 12-iyul 1996-yil buyrugʻiga asosan Ustav fondi 59 mln. 762 ming soʻmni tashkil qildi.

Aksiyalar soni 597620 ta boʻlib, ulardan 591644 tasi oddiy va 1%-5976 tasi imtiyozli aksiyalardir.

Jamiyatning boshqaruv idoralari va aksiyadorlarning umumiy yigʻilishi jamiyatning boshqaruv idoralari boʻlib, saylab qoʻyiladigan va yakkaboshlik yoʻsinida ish olib boradigan quyidagi idoralar hisoblanadi.

- Aksiyadorlarning umumiy yigʻilishi;
- Kuzatuv kengashi;
- Boshqaruv.

Aksiyadorlarning umumiy yigʻilishi eng yuqori idora hisoblanadi. Har yili aksiyadorlarning umumiy yigʻilishi oʻtkazilishi shart.

Aksiyadorlarning umumiy yigʻilishi moliya yili tugagandan keyin koʻpi bilan olti oy ichida oʻtkaziladi. Aksiyadorlarning umumiy hisobot yigʻilishida jamiyatning hisoboti va auditorini tasdiqlash masalasi qarab chiqiladi. Aksiyadorlarning umumiy

yig'ilishi o'tkaziladigan sana va o'tkazish tartibi, yig'ilish o'tkazilishi haqida aksiyadorlarga xabar berish tartibi, aksiyadorlar umumiy yig'ilishini o'tkazishga tayyorgarlik vaqtida aksiyadorlarga beriladigan materiallar (axborotlar) ro'yxatini jamiyat kuzatuv kengashi belgilaydi.

“Farg‘ona yog‘-moy” OAJ korxonaga, tasdiqlangan ichki qonun va qoidalariga, hamda mehnat qonunchiligiga asosan faoliyat ko‘rsatmoqda. Korxonaning asosiy maqsadi aholini xalq iste‘mol mollariga bo‘lgan ehtiyojini qondirish, o‘simlik yog‘i, atir sovun hamda xo‘jalik sovuni ishlab chiqarishdir.

Xo‘jalik faoliyatidan olingan sof foydani jamiyat istiqboli hamda aksiyadorlar manfaati yo‘lida sarflash.

(2-jadval)

Qimmatli qog‘ozlarning taqsimlanishi

№	Aksioner nomi	Ulishi
1	Davlat ulishi	25%
2	Yuridik shaxslar	35.63%
	SP “MASK”	29.16%
	Riv.inv.fond	5.47%
	P.I.F. “Davron”	0.17%
	Ch.B.F “Fayz-Ko”	0.83%
3	Jismoniy shaxslar	39.37%
	Mehnat jamoasi	11.7%
	Erkin sotuv	27.67%

2.2. “Farg‘ona yog‘-moy” OAJni moliyaviy-iqtisodiy faoliyati tahlil

“Farg‘ona yog‘-moy” OAJ O‘zbekiston Respublikasidagi “Yog‘-moy va oziq ovqat sanoati” uyushmasi tarkibidagi yurtimizning eng yirik korxonalardan biri sifatida faoliyat yuritmoqda.

Jamiyatning asosiy maqsadi – davlat iqtisodiy manfaatlari, aholining maishiy, ijtimoiy-madaniy va boshqa ehtiyojlarini qondirish va aksiyadorlar hamda jamiyat

mehnat jamoasining manfaatini koʻzlab mehnat qilish yoʻli bilan foyda olishdan iborat boʻlib, oʻzini-oʻzi mablagʻ bilan taʼminlash yoʻli bilan jamoa va jamiyat aktsiyadorlarining moddiy va ijtimoiy talablarini qondirishga qaratilgan.

“Fargʻona yogʻ-moy” OAJda 2012 yilda ishlab chiqarish va moliyaviy hisob natijalari quyidagicha koʻrinishga ega boʻldi (1-jadval).

3- jadval

“Fargʻona yogʻ-moy” OAJda ishlab chiqarish va moliyaviy hisob natijalari

Koʻrsatkich nomi	2011 yil	2012 yil					
		Reja	Haqiqat	2012 yil		2011 yil	
				mutloq	foiz	mutloq	Foiz
Amaldagi narxlarda mahsulot ishlab chiqarish hajmi, ming soʻm.	13162651	16826486	20366655	3540169	121	7204004	154.7
Qiyosiy narxlarda mahsulot ishlab chiqarish hajmi, ming soʻm.	15489867	16326466	17854832	1528366	109.4	2364965	115.3
Xalq isteʼmoli mollari ishlab chiqarish, ming soʻm.	18776032	15883163	17889656	2006493	112.6	-886376	95.3
CHigitni qayta ishlash, t	1452	54400	43779	-10621	80.5	42327	3015.1
shu jumladan, paxta chigiti, t	1308	54400	43779	-10621	80.5	42327	3015.1
- kungaboqar doni, t	144	-	-	-	-	-	-
Qora yogʻ, t	261	10600	7918	-2682	74.7	7657	3033.7
shu jumladan, paxta yogʻi, t	218	10600	7918	-2682	74.7	7657	3033.7
- kungaboqar yogʻi, t	43	-	-	-	-	-	-
Oqlangan yogʻ	327	9433	6507	-2926	69	6180	1989.9
shu jumladan, paxta yogʻi, t	289	9433	6507	-2926	69	6180	1989.9
- kungaboqar yogʻi, t	38	-	-	-	-	-	-
- oqlangan oliy nav paxta yogʻi, t	29	1402	1133	-269	80.8	1104	3906.9
Salat yogʻi, t	-	-	-	-	-	-	-
Dogʻlangan yogʻ, t	961	4792	2619	-2173	54.7	1658	272.5

Qadoqlangan yog`, t	1152	4764	4519	-245	94.9	3367	392.3
“O`zbekiston” yog`i, t	-	-	-	-	-	-	-
Xo`jalik sovuni, t	6972	1800	2409	609	133.8	-4563	34.6
Atir sovuni, t	690	-	-	-	-	-	-
Salomas jami, t	4564	-	-	-	-	-	-
Tex.salomasdan JK, t	3753	-	-	-	-	-	-
Glitserin disterlangan, t	351	-	-	-	-	-	-
Paxta kunjarasi, t	651	25221	19631	-5590	77.8	18980	3015.5
shu jumladan, kungaboqar kunjarasi, t	75	-	-	-	-	-	-
SHeluxa	440	17204	13875	-3329	80.6	13435	3153.4

1- jadval ma'lumotlaridan ko`rinib turibdiki, “Farg`ona yog`-moy” OAJda 2012 yilda ishlab chiqarilgan mahsulot hajmi amaldagi narxlarda 16.8 mlrd.so`m rejalashtirilgan bo`lib, haqiqatda 20.4 mlrd.so`m yoki 121 foizga bajarilib, qiyosiy narxlarda esa 16.3 mlrd.so`m rejalashtirilgan bo`lib, haqiqatda 17.8 mlrd.so`m yoki 109.4 foizga, o`tgan 2011 yilga nisbatan 115.3 foizga bajarildi.

Xalq iste'moli mollari ishlab chiqarish hajmi 15.9 mlrd.so`m rejalashtirilgan bo`lib, haqiqatda 17.9 mlrd.so`mga yoki 112.6 foizga bajarildi. O`tgan 2011 yilga nisbatan xalq iste'moli mollari ishlab chiqarish 95.3 foizni tashkil etgan.

2012 yilda mahsulot ishlab chiqarish bo`yicha reja topshiriqlari texnik chigitni qayt ishlash, qora yog` va oqlangan yog` ishlab chiqarish rejasi korxonada boshqa joyga ko`chirilishi munosabati bilan 2012 yil 19 fevral kuni yangi manzilda ishga tushirildi. SHunga qaramay o`shish surati 115.3 foizga bajarildi va o`tgan yilga nisbatan 4563 tn xo`jalik sovuni kam ishlab chiqarildi. SHu sababli xalq iste'moli mollari o`shish surati hajmi bajarilmadi.

“Farg`ona yog`-moy” OAJning buxgalteriya balansining aktiv moddalarining tahlili (2011 yil holatiga)

Mol-mulkning tarkibi	Yil boshiga		Yil oxiriga		O`zgarishi (+,-)		
	Summa, ming so`m	Salmog`i, %	Summa, ming so`m	Salmog`i, %	Summa-dagi, ming so`m	Salmoq-dagi, %	Yil boshiga nisbatan o`sishi, %
1	2	3	4	5	6=4-2	7=5-3	8=6\2*100
1. Uzoq muddatli aktivlar	5167911	34,3	9398226	39,7	4230315	5,3	81,9
2. Joriy aktivlar	9878688	65,7	14284331	60,3	4405643	-5,3	44,6
SHu jumladan:							
A) Tovar-moddiy zaxiralari	5190880	34,5	6661637	28,1	1470757	-6,4	28,3
B) Pul mablag`lari va qisqa muddatli qo`yilmalar	2343598	15,6	896508	3,8	-1447090	-11,8	-61,7
V) Debitorlar	2326486	15,5	6697537	28,3	4371051	12,8	187,9
Balans aktivining jami	15046599	100	23682557	100	8635958	0	57,4

Shu nuqtai nazardan korxonaning moliyaviy - iqtisodiy faoliyati va barqarorlik hamda rentabellik darajalarini tahlil qilish zarurdir (2-jadval).

2- jadval ma`lumotlaridan ko`rinadiki, jamiyatning balans tarkibida aktivlar strukturasi yil boshiga uzoq muddatli aktivlar uchun 34.3 foiz va joriy aktivlar uchun 65.7 foizga to`g`ri keladi. Aktivlarning bunday joylashuvi oziq-ovqat sanoati tarmog`i uchun maqbul taqsimot bo`lib, korxonadagi TMZlari jami aktivlarning 34.5 foizini, debitorlik qarzlari va pul mablag`lari mos ravishda 15.5, 15.6 foizlarni tashkil etgan.

Yil oxiriga aktivlarning tarkibi biroz o`zgargan bo`lib, bu ham maqbul vaziyatni yomonlashuvi sifatida ko`rilmaydi. Ammo debitorlik qarzlarning balans tarkibidagi ulushi 28.3 foizni tashkil etib yil boshiga nisbatan 12,8 foizga ortgan. Debitorlik qarzlarning o`zi 187.9 foizga oshgan. SHu bilan birga, korxonaning umumiy

aktivlari 57.4 foizga ko'paygan. Jami balansning ortishi aktivlarning barcha bo'limlariga birdek ta'sir ko'rsatgan. Ayniqsa, uzoq muddatli aktivlarni hisobiga jami balans 81.9 foizga ortgan.

Balansning bu kabi o'zgarishini passiv moddalar tahlilini tahlil qilish asosida o'rganiladi (3-jadval).

5-jadval

“Farg'ona yog`-moy” OAJningbuxgalteriya balansining passiv moddalari tahlili (2011 yil holatiga)

Mol-mulkni tashkil topish manbaining tarkibi	Yil boshiga		Yil oxiriga		O'zgarishi (+,-)		
	Summa, ming so'm	Salmog'i, %	Summa, ming so'm	Salmog'i, %	Summadagi, ming so'm	Salmoqdagi, %	Yil boshiga nisbatan o'sishi, %
1	2	3	4	5	6=4-2	7=5-3	8=6\2*100
1. O'z mablag`larining manbalari	12812213	85,2	15331930	64,7	2519717	-20,4	19,7
2. Majburiyatlar	2234386	14,8	8350627	35,3	6116241	20,4	273,7
Shu jumladan:							
a) uzoq muddatli majburiyatlar	0	0	0	0	0	0	0
b) joriy majburiyat	2234386	14,8	8350627	35,3	6116241	20,4	273,7
Balans passivining JAMI:	15046599	100	23682557	100	8635958	0	57,4

Oldingi jadvallar tahlilidan jami balansni 57.4 foizga ortganligi ma'lum. Ushbu mablag`lar jamiyatda joriy majburiyatlar hisobidan shakllangan. Passivlarning umumiy tarkibi yil boshiga o'z mablag`larining manbalari umumiy passivlar tarkibida 85.2 foizni va majburiyatlari 14.8 foizi majburiyatlar hisobiga shakllangan. Majburiyatlarning 100 foizi joriy majburiyatlar hisobiga to'g'ri keladi. Uzoq muddatli majburiyatlar korxonada yil boshi va oxiriga mavjud emas. Passivlarning ushbu taqsimoti korxonaning moliyaviy barqaror ekanligidan dalolat beradi. Yil oxiriga ushbu muvozanat kamaygan. Ya'ni o'z mablag`lari manbalari 64.7 foizga,

majburiyatlar esa 35.3 foizga teng bo'lgan. Yil boshiga nisbatan yil oxirida jami balansning o'sishi 273.7 foiz joriy majburiyatlarni o'sishi hisobiga shakllangan.

“Farg'ona yog'-moy” OAJda tovar moddiy zahiralarni qoplashga tegishli manbalar bilan ta'minlanganlik darajasini tahlil qilamiz (4-jadval).

6-jadval

“Farg'ona yog'-moy” OAJning tovar-moddiy zaxiralarni qoplashga tegishli manbalar bilan ta'minlanganligining tahlili

(2011 yil holatiga)

Ko'rsatkichlar	Yil boshiga	Yil oxiriga	Farqi (+,-)
1. O'z mablag'larining manbalari	12812213	15331930	2519717
2. Uzoq muddatli aktivlar	5167911	9398226	4230315
3. Tovar-moddiy zaxiralarni qoplashga tegishli o'z manbalari (1-2)	7644302	5933704	-1710598
4. Uzoq muddatli kredit va qarzlilar	0	0	0
5. Tovar-moddiy zaxiralarni qoplashga tegishli o'zlik va uzoq muddatli qarz manbalari (3+4)	7644302	5933704	-1710598
6. Qisqa muddatli kredit va qarzlilar	2234386	8350627	6116241
7. Tovar-moddiy zaxiralarni qoplashga tegishli jami manbalar (5+6)	9878688	14284331	4405643
8. Tovar-moddiy zaxiralarning jami	5190880	6661637	1470757
9. Tovar-moddiy zaxiralarni qoplashga o'z manbalari-ning etarliligi (+) yoki etishmasligi (-), (3-8)	2453422	-727933	-3181355
10. Tovar-moddiy zaxiralarni qoplashga o'z va uzoq muddatli qarz manbalarining etarliligi (+) yoki etishmasligi (-), (5-8)	2453422	-727933	-3181355
11. Tovar-moddiy zaxiralarni qoplashga jami manbalarning etarliligi (+) yoki etishmasligi (-) (7-8)	4687808	7622694	2934886

Mazkur jadval ma'lumotlaridan ko'rinadiki, biz taxlil qilayotgan aksiyadorlik jamiyatida hisobot yili boshiga nisbatan yil oxirida 2519717 ming so'mga o'z mablag'lari manbalari ko'paygan. Aksiyadorlik jamiyatining uzoq muddatli aktivlari esa yil boshiga nisbatan 4230315 ming so'mga ortgan. Lekin korxonada joriy yil oxiriga kelib tovar-moddiy zaxiralarni qoplashga tegishli o'zlik manbalari xajmi -

1710598 ming so`mga kamaygan. O`zlik manbalarning ko`payishini ijobiy xolat sifatida baholamoq lozim. Aktsiyadorlik jamiyatida joriy yil boshida va oxirida uzoq muddatli majburiyatlari bo`lmagan. Qisqa muddatli majburiyatlari esa yil boshida 2234386 ming so`m bo`lgan bo`lsa, yil oxiriga kelib 8350627 ming so`mni tashkil etgan, ya`ni qisqa muddatli majburiyatlari 6116241 ming so`mga ko`paygan. Bunday xolat esa korxonaning tovar-moddiy zaxiralarini qoplashga tegishli manbalarini ko`payishiga ta`sir etgan. Mazkur aktsiyadorlik jamiyatida tovar-moddiy zaxiralari xajmi birmuncha yuqori bo`lganligi uchun joriy yil boshida xam, yil oxirida xam tovar-moddiy zaxiralaini qoplashga o`z manbalari xamda o`z va uzoq muddatli qarz manbalari -3181355 ming so`mga etarli bo`lmagan. Bundan ko`rinadiki, korxonaning moliyaviy barqarorligi joriy yilning boshida barqaror holatda bo`lib, yil oxirida nobarqaror xolatda bo`lgan. Bunday natijalar bozor iqtisodiyoti sharoitida unchalik yaxshi natija deb xisoblanilmaydi. SHu sababli xam, korxonada ma`muriyati moliyaviy barqarorlikni mustaxkamlash uchun tegishli chora-tadbirlar ko`rishi maqsadga muvofiq xisoblanadi.

III.Bob. Strategik tahlil usullaridan foydalanish korxonaning samaradorligini oshirish omili sifatida

3.1. Tahlil usullaridan foydalangan holda korxonaning samaradorligini oshirish va strategiyasini ishlab chiqish

Korxonani strategiyasini ishlab chiqish va samaradorligini oshirishda uni oldin har tomonlama tahlil qilish maqsadga muvofiqdir.

Bugungi kunda korxonaning eski quvvatini tiklash ishlari bosqichma-bosqich amalga oshirib kelinmoqda. Shu vaziyatdan foydalangan holda korxonada tashqi iqtisodiy aloqalarni rivojlantirish va uning eksport salohiyatini rivojlantirish tadbirlarini takomillashtirish zarur. Buning uchun korxonada bu ishlarni tizimli ishlashi va bunga korxonada iqtisodiy salohiyatining etarlilik darajasini o'rganish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Tashqi bozorga mustaqil chiqish va horijiy sheriklarni jalb etish korxonalar uchun mahalliy iqtisodiyot o'sishining qo'shimcha manbasi hisoblanadi. Bu narsa ayniqsa, korxonalarining iqtisodiy barqarorligini ta'minlash va markaziy hukumatdan moliyaviy tushumlar asosida korxonaning o'z ishlab chiqarishini qo'llab - quvvatlash, kredit mablag'larini jalb etishning haddan ziyod ortib ketishini oldini olishga qaratilgan korxonada siyosatini olib borishda ayniqsa, katta ahamiyatga ega bo'ladi. Bu masalada korxonalar o'z mahsulotlarining ham mahalliy, ham jahon bozorida raqobatbardoshligini ta'minlashda sifatning o'rni beqiyosdir. Agar korxonadan chetga chiqqan va bozorga kelib tushgan nuqsonli buyumlarni ta'mirlash yoki almashtirib berish xarajatlari bilan birgalikda, past darajadagi sifat oqibatida sarflanadigan umumiy xarajatlar ishlab chiqarish xarajatlarining 30 va undan ko'p foizini tashkil qiladi. AQSHning ko'plab mutaxassislari past sifatni Amerika mahsuloti uchun mehnat unumdorligi va uning raqobatbardoshligi o'sishining asosiy to'sig'i deb baholashgan.

Tashqi iqtisodiy faoliyatda eksportga yo'naltirilgan mahsulotlar sifatining muntazam ravishda yaxshilab borish muhim siyosiy va iqtisodiy ahamiyatga ega

boʻlgan vaziyatdir. Bu vaziyatning tinmay amalga oshirilib borishi moddiy-texnika bazasi yaratilishiga munosib hissa qoʻshish demakdir. Bugungi kunda sifat muammosi xoʻjalik faoliyatini barcha jihatlarini qamrab olmoqda. Yuqori sifat mehnat va moddiy resurslarni tejash, eksport imkoniyatlarini oshirish, pirovard natijada esa jamiyatning ehtiyojlarini yanada yaxshiroq va toʻlaroq qondirish demakdir (2-ilova)

Ilovada aks ettirilgan har bir pogʻonadagi samaradorlik 1%dan ortib borsa, umumiy samaradorlik 28-30 %ni tashkil qiladi. Bunday xulosaga mualliflar, AQSH, Yaponiya va boshqa iqtisodiy jihatdan taraqqiy etgan mamlakatlar tajribasini Rossiyada olib borilayotgan islohotlar bilan taqqoslab koʻrish natijasida kelganlar. Demak, har bir tovar ishlab chiqaruvchi jumladan, “Fargʻona yogʻ moy” OAJ maʼmuriyati oʻzlarining ishlab chiqarish tizimini rejalashtirish jarayonida oʻz oldiga ISO sistemasi darajasidagi sertifikatni olishga intilishi zarur deb hisoblaymiz. Bu esa korxonaning halqaro iqtisodiy munosabatlarni shakllantirib, oʻz mahsulotlarini eksport qilishga imkon berish bilan birga, umumiy samaradorlikni oshirish imkoniyatiga ham ega boʻladi. Buning uchun korxonada quyidagilar: ishchilarni motivatsiyalash; sifat toʻgaraklari; statistik nazorat qilish usullari; xizmat-chilar va boshqaruvchilarning tafakkurini yuksaltirish; sifat xarajatlarini hisobga olish; sifatni oshirish dasturlari; moddiy ragʻbatlantirishni rivojlantirish qaror qilishi, rahbarlarning tafakkurini keskin oʻzgartirish, korporativ madaniyatni toʻliq qayta koʻrib chiqish va mahsulot sifatini uzluksiz oshirish yoʻllarini izlashga tashkilotning barcha pogʻonalarini doimiy safarbar qilishi kerak. Mashhur Amerika mutaxassisi A. Feygenbaumning taʼrifiga koʻra, “sifat-evangelizm emas, oqilonlashtirish taklifimas va shior ham emas, u hayot tarzidir”. Demak, korxonada maʼmuriyati sifatni boshqarish ular faoliyatining ajralmas qismiga aylantira olishi kerak.

Xulosa

Men mavzuni o'rganib, undagi elementlarni tahlil qilgan holda uni "Farg'ona yog'-moy" OAJ misolida ko'rib chiqdim. Mavzuni o'rganishda ma'lum bo'ldiki korxonani istiqbolini belgilovchi strategiyani ishlab chiqishdan oldin. Uni har tomonlama strategik tahlil qilish zarur. Strategik tahlil usullaridan SWOT tahlili korxonaning zaif hamda korxonaga solib turgan xavf-xatarni bartaraf etish uchun zarur hisoblanadi. Yana tahlil usullaridan biri bo'lgan xarajatlar zanjirini strategik tahlil etish esa bizning korxonamizning raqobatdoshligini oshirishga ya'ni uni xarajatlarni kamaytirib, tannarxini kamaytirishga yordam beradi. Tahlil usullaridan foydalanish jarayonida bizga qo'yilgan asosiy vazifa korxonaning ayni vaziyatini to'liq tahlil etish va shu bilan birgalikda korxonaning samaradorligini oshirish strategiyasini ishlab chiqish.

Ilmiy-texnik taraqqiyotning hozirgi rivojlanish bosqichida mahsulotning sifati milliy iqtisodiyotlar rivojlanishining asosiy muammolariga aylanmoqda. Barcha sanoati rivojlangan mamlakatlarda jahon bozorida mahsulotning sifati, raqobatbardoshligini oshirish muammosini hal qilish yo'llari faol izlanmoqda.

Shunday ekan "Farg'ona yog'-moy" OAJ korxonasida mahsulotning sifat darajasini yanada oshirish strategiyalarini ishlab chiqish zarur. Buning uchun korxonada quyidagi asosiy yo'nalishlarni amalga oshirishi zarur.

1. Sifatni yaxshilash bo'yicha boshqaruv kengashini tashkil qilish.
2. Butun boshqaruv jamoasini jalb qilish.
3. Sifatni oshirishda jamoa ishtirokini ta'minlash.
4. Sifatni oshirishda shaxsiy ishtirokni ta'minlash.
5. Tizimlarni takomillashtirish, jarayonlarni tartibga solish guruhini tashkil qilish.
6. Ta'minotchilarni sifat uchun kurashga yanada ko'proq jalb qilish.
7. Boshqaruv tizimlari faoliyatining sifatini oshirish tadbirlari.
8. Ishni yaxshilashning qisqa muddatli rejalari va uzoq muddatli strategiyasi.
9. Xizmatlarni tan olish tizimini yaratish.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. – T.: “O'zbekiston”, 2013.
2. O'zbekiston Respublikasining “Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida”gi Qonuni.
3. O'zbekiston Respublikasi “Aholini ish bilan ta'minlash to'g'risida”gi Qonuni.
4. 2014-yil yuqori o'sish sur'atlari bilan rivojlanish, barcha mavjud imkoniyatlarni safarbar etish, o'zini oqlagan islohotlar strategiyasini izchil davom ettirish yili bo'ladi. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimovning mamlakatimizni 2013-yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2014-yilga mo'ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining yildagi “To'g'ridan-to'g'ri xususiy xorijiy investitsiyalarni jalb etishni rag'batlantirish borasidagi qo'shimcha choratadbirlar to'g'risida”gi farmoni
6. Karimov I.A. Jaxon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O'zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo'llari va choralari. –T.: “O'zbekiston”, 2009.
7. Abduraxmonov K. Mehnat iqtisodiyoti.T.: TDIU, 1996.
8. Boltaboev M.A., Qosimova M.S., Ergashxo'jaev SH.J., Samadov A.N. Kichik biznes va tadbirkorlik. -T.: Noshir, 2011.
9. Zaynutdinov SH. N. Menejment asoslari. – T.: “Moliya”, 2001.
10. Xamroev X. Tadbirkorlik asoslari. -T.: Noshir, 2012.
11. SHarifxo'jaev M, Abdullaev Y. Menejment. – T.: “O'qituvchi”, 2002.
12. O'lmasov A. va boshqalar. Iqtisodiyoti nazariyasi. – T.: “Mexnat”, 1995.
13. O'lmasov A. Iqtisodiyoti asoslari. – T.: “O'zbekiston” 1997.
14. Xakimova M. Makroiqtisodiyoti. – T.: “Mexnat” ,1997.
15. O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika Qo'mitasi ma'lumotlari.
16. O'zbekiston Respublikasi Mehnat va aholini muhofaza qilish vazirligi ma'lumotlari.

17. Farg‘ona viloyat mehnat va aholini ijtimoiy muhofazalash bosh boshqarmasi ma’lumotlari.

18. Farg‘ona viloyat davlat statistika boshqarmasi ma’lumotlari.

Internet saytlari

<http://lex.uz> – O‘zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi.

<http://www.cbu.uz> – O‘zbekiston Respublikasi Markaziy Bankning rasmiy sayti

<http://www.gov.uz> – O‘zbekiston Respublikasining Xukumat portali.

<http://www.prezident.uz> – O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining matbuot xizmati.

<http://www.ziyonet.uz> – Axborot ta’lim tarmog‘i.

www.economyfaculty.uz