

**Мавзу: Маҳсулотни ишлаб чиқариш ва уни сотишни
таҳлил қилиш**

Кириш

1. Маҳсулотни ишлаб чиқариш ва уни сотишни таҳлил қилишнинг вазифалари
2. Маҳсулот ишлаб чиқариш ва уни сотишга умумий таърифи.
3. Тузилган шартнома мажбурияти асосида маҳсулотни етказиб бериш бўйича сотиш режасининг бажарилишини таҳлил қилиш
4. Маҳсулотнинг сотиш бўйича бизнес-режанинг бажарилишига таъсир килувчи омилларни таҳлил қилиш.
5. Хўжалик шартномалари асосида ассортимент бўйича маҳсулот ишлаб чиқариш бизнес-режасининг бажарилишини таҳлил қилиш.
6. Ишлаб чиқарилган маҳсулот сифатини таҳлил қилиш.

Хулоса

Кириш

Ўзбекистон Республикасида иқтисодиётни экинлаштириш ва иқтисодий ислохатларни чуқурлаштириш босқичидаги энг долзарб масалалардан бири - режали иқтисодиёт шароитида шаклланган иқтисодий таҳлил усуллари мазмун жиҳатдан янгилаш ҳисобланади. Булар жумласига бошқарув ва молиявий таҳлили ҳам киради. Жаҳон тажрибасига кўра хўжалик фаолиятининг иқтисодий таҳлили икки турга бўлинган. Биринчиси бошқарув таҳлили, иккинчиси эса, молиявий таҳлилдир.

Бошқарув ва молиявий таҳлили корхоналарнинг хўжалик фаолиятини назорат ва раҳбарлик қилишда, тижорат ҳисобини мустаҳкамлашда, корхоналар ўз - ўзини тўла маблағ билан таъминлаш асосида энг замонавий хўжалик механизмини вужудга келтиришда, иқтисодий тежамни ўтказишда, техника тараққиётини янада жадаллаштиришда, илғор хорижий тажрибаларни тарқатишда, иш фаолиятида мавжуд бўлган камчиликларга барҳам беришда ва ички хўжалик резервларини аниқлашда ўта муҳим дастак сифатида қўлланилади. Шу сабабли корхоналарнинг хўжалик фаолиятини таҳлил қилиш усуллари чуқур ва ҳар томонлама яхши билиш нафақат иқтисодий олий ўқув юртлари талабалари, хўжалик ходимлари учунгина эмас, балки барча ижтимоий ташкилотларнинг ходимлари учун ҳам зарурдир.

1. Маҳсулотни ишлаб чиқариш ва уни сотишни таҳлил қилишнинг вазифалари

Жамият еҳтиёжини янада тўлароқ кондиритиш учун зарур бўлган моддий неъматларни ишлаб чиқариш асосан саноат корхоналарининг зиммасига тушади.

Саноат маҳсулоти ишлаб чиқаришни оғишмай ўсиши миллий даромад ҳажмини оширади, ишлаб чиқаришнинг ўсиш суръатларининг юксалиши учун қўшимча манбаларини яратади ва меҳнаткашларнинг моддий фаровонлик даражасини яна ҳам оширади. Бозор иқтисодиёти шароитида енг долзарб масалалар: фан-техника тараққиётини янада жадаллаштириш, ишлаб чиқаришни техника жиҳатдан замонавий зайлда қайта қуроллантириш ва қайтадан ускуналаш (реконструкциялаш), барпо етилган ишлаб чиқариш потенциалидан (имкониятидан) жадал (интенсив) фойдаланиш, бошқарув тизимини, хўжалик механизмини такомиллаштириш асосида бозор иқтисодиётига ўтиш суръатларини ва унинг самарадорлигини ошириш ҳамда шу асосда халқнинг фаровонлигини юксалтириш. Бинобарин, саноат олдидаги бош вазифа яна ҳам ижтимоий ишлаб чиқариш самарадорлигини оширишдан иборат. Бу дегани, ҳар бир меҳнат, моддий ва молия харажат бирлигига ишлаб чиқариш ҳажми ва миллий даромадни кескин тарзда оширишни тақозо қилади. Ана шундагина меҳнат унумдорлигини жадал оширишга еришиш мумкин.

Бозор иқтисодиёти корхона фаолиятининг енг замонавий хўжалик механизмини вужудга келтириш вазифасини ўртага қўйди. Бундай механизм корхонани ривожлантириш учун таъсирчан ички омилларни таъминаши керак. Истеъмолчи учун ишлашга, ресурсларни бутун чоралар билан тежашга, фан ва техника ютуқларини кенг қўллашга ундаши зарур. Бу механизм корхона манфаатини жамият манфаати билан уйғун ва чамбарчас боғлаб олиб бориши лозим.

Маҳсулотни ишлаб чиқариш ва сотишда таҳлилнинг асосий вазифалари қуйидагилардан иборат:

- маҳсулотни ишлаб чиқариш ва уни сотиш бўйича бизнес-режани асослигини ва тиғизлигини аниқлаш;
- корхоналарнинг маҳсулот ишлаб чиқариш бўйича ўсиш суръати, таркиби, номенклатура, ассортимент, сифати ва бир текисда ишлаб чиқаришга баҳо бериш;
- ўтган йилга нисбатан маҳсулот ҳажмининг ўсиши ва унинг сабабларини аниқлаш;
- тузилган шартнома мажбурияти асосида маҳсулотни етказиб бериш бўйича сотиш режасининг бажарилишига баҳо бериш;
- маҳсулотни ишлаб чиқариш ва уни сотишни ошириш бўйича резервларни аниқлаш ва унинг таркиби ҳамда сифатини яхшилаш кабилар.

Ишлаб чиқариш дастурини бажарилишини таҳлил қилишда бир қанча ахборот манбалари И-П сонли “Корхона (бирлашма)нинг маҳсулот бўйича йиллик ҳисоботи”. Бундан ташқари ойлик, квартал ҳисоботлари ҳам

қўлланилади, 5-С сонли “Корхоналар (ташкилотлар) маҳсулот ишлаб чиқариш, ишлар ва хизматлар харажатлари тўғрисида ҳисобот”, янги техникани жорий қилиш бўйича ҳисобот, маҳсулотнинг сифати ва сорти бўйича статистик маълумотлар ва ҳоказо.

2. Маҳсулот ишлаб чиқариш ва уни сотишга умумий таъриф

Ҳаҷм кўрсаткичлари орасида маҳсулотни реализация қилиш кўрсаткичи ўзига хос аҳамиятга эга бўлиб, у ишлаб чиқариш самарадорлиги аниқловчи сифат кўрсаткичларидан биридир.

Дарҳақиқат сотиш факти – ишлаб чиқарилган маҳсулотнинг ижтимоий истеъмол талаб ва еhtiёжларига жавоб бериши демакдир. Бундай шароитда корхоналар маҳсулот ассортименти кенгайтиришдан ва унинг сифатини яхшилашдан у ёки бу товарларга бўлган таклиф ва талабларни ўрганишдан манфаатдорлар, зеро ишлаб чиқариш сотиш факти билан тугалланади.

Лекин, корхоналарнинг иш юритиш тажрибаси – сотиш кўрсаткичларида жиддий нуқсонлар мавжудлигини кўрсатди. Гап шундаки, корхоналар сотиш режасини орттириб бажарганлари ҳолда, уларнинг айрим истеъмолчилар билан тузилган шартнома мажбуриятига асосан мол етказиб бермаслик ҳоллари кўпайди. Бу еса ўз навбатида халқ хўжалигига жуда катта зарар етказди. Шу сабабли корхоналарнинг хўжалик фаолиятига баҳо берувчи муҳим кўрсаткич (баҳо берувчи мезон) сотиш режасининг шартнома мажбуриятини ҳисобга олган ҳолда бажарилиши бўлиб қолди. Агар корхона ушбу кўрсаткич бўйича режанинг 100 фоизига бажарса, у ҳолда моддий рағбатлантириш фондининг ҳажми 15 фоизга ошар еди.

Дарвоқе, мазкур кўрсаткич бўйича режанинг бажарилиш даражаси 100 фоиздан ошмайди – энг мақбули 100 фоиздир. Бинобарин, ушбу кўрсаткич бўйича режанинг ҳар бир бажарилмаган фоизига еса моддий рағбатлантириш фондининг ҳажми 3 фоизга камаяр еди. Маҳсулотни реализация қилиш авваламбор товар маҳсулотини ишлаб чиқаришга боғлиқ.

Товар маҳсулоти деганда, барча ишлаб чиқариш босқичларини ўтаган, тўла бутланган, техника назорати бўлимидан ўтган ва омборга топширилган маҳсулот тушунилади.

Сотилган маҳсулот деганда, товарлар истеъмолчиларга юборилганда ёки унинг пули мол юбуровчиларнинг банкдаги ҳисоб-китоб счеига ўтказилиши тушунилади.

Саноат маҳсулоти ҳар хил баҳоларда ҳисобланади. Товар ва реализация қилинган маҳсулот бир хил баҳода яъни режада қабул қилинган улгуржи баҳода ҳисобланади. Бу еса ишлаб чиқарилган ва реализация қилинган маҳсулотни таққослаш учун имконият яратади. Бундан ташқари товар маҳсулоти ҳисоботда амалдаги улгуржи баҳо билан ҳам ҳисобланади. Бу еса ўз навбатида ишлаб чиқарилган маҳсулот ҳажмини таннарх, фойда каби кўрсаткичлар билан боғлаш учун имкон беради, чунки таннарх ва фойда кўрсаткичларини ўлчашда асос қилиб амалда ҳаракат қилувчи улгуржи баҳо олинади.

Товар маҳсулоти ўзгармас ва амалдаги улгуржи баҳода ҳисобланса, шартномавий (еркин) нархларда сотилади.

Товар ва реализация кўрсаткичлари бир-бири билан узвий равишда боғлиқ. Масалан, ҳисобот даврида реализация қилинмаган маҳсулот (тайёр маҳсулот, жўнатилган товарлар)нинг йил бошига бўлган қолдиғи қўшув ишлаб чиқарилган товар маҳсулоти минус реализация ҳажми тенг бўлади реализация қилинмаган маҳсулотларнинг йил охирига бўлган қолдиғи ва ҳоказо.

Соф маҳсулот товар маҳсулот билан уни ишлаб чиқаришга қилинган моддий сарфлар (шу жумладан асосий ишлаб чиқариш фондларининг амортизацияси) сўммаси ўртасидаги фарқ сифатида аниқланилади. Бу кўрсаткичдан фойдаланиш меҳнат жамоаларини буюмлашган меҳнатни кам сарфлаб маҳсулот ишлаб чиқаришни кўпайтиришдан манфаатдор қилади. Моддий ишлаб чиқаришда барча тармоқларининг соф маҳсулот сўммаси мамлакатда ҳосил қилинган миллий даромадни ташкил этади. Соф маҳсулот кўрсаткичидан фойдаланиш чиқимсиз хўжалик механизмини шакллантиришнинг йўналишларидан биридир.

Норматив соф маҳсулот ишлаб чиқаришдаги ишчиларнинг асосий ва қўшимча иш ҳақини, социал суғурта учун ажратмалар ва норматив фойдани жамлаш орқали аниқланади.

Соф маҳсулотда бўлганидек, НСМ нинг иқтисодий мазмунини янгидан ҳосил қилинган қиймат ташкил қилади.

НСМ., соф маҳсулот сингари чиқимсиз хўжалик механизмининг муҳим йўлларида бири бўлиб ҳисобланади. Лекин НСМ бир қанча нуқсонлардан ҳоли эмас. Уни қўллаш доираси жуда ҳам чекланган. У асосан меҳнат унумдорлигини ўсиш суръатларини аниқлаш ва иш ҳақи нормативларини белгилашда фойдаланилган. Бундан ташқри, у таннарх, фойда, рентабеллик, корхонанинг даромади сингари хўжалик ҳисобига доир кўрсаткичлари билан боғланмаган ва ниҳоят, НСМ кўрсаткичи маҳсулот таркибидаги структуравий ўзгариш таъсирига берилувчи бўлади: иккинчи даражали, аммо нисбатан кўп меҳнат талаб қиладиган маҳсулотларни кўпайтириш ҳисобига НСМ ни товар маҳсулотига нисбатан жадалроқ ўстиришни таъминлаш мумкин.

Шарли соф маҳсулот (Ш.С.М.) – бу соф маҳсулот қўшув асосий фондларнинг амортизациясидир.

3. Тузилган шартнома мажбурияти асосида маҳсулотни етказиб бериш бўйича сотиш режасининг бажарилишини таҳлил қилиш

Маҳсулот етказиб бериш шартномаси – корхоналар ўртасида тузиладиган битим, бунда маҳсулот етказиб берадиган корхона харидор-корхонага ўзаро келишилган ассортиментдаги, миқдор ва сифатдаги маҳсулотни муддатда топшириш мажбуриятини, харидор еса уни қабул қилиш ва ҳақини тўлаш мажбуриятини ўз зиммасига олади.

Шартнома уни бажаришнинг барча шарт-шароитлари: идишга – (тарага) қўйилган талаблар, нархлар, ҳисоб-китоблар тартиби, маҳсулотларни ўраб-жойлаш ва ташиш усуллари ва х.к. лар кўрсатилади.

Шартномадаги мажбуриятларга амал қилинмаса, маҳсулот етказиб берувчи корхона моддий жиҳатдан жавобгар бўлиб, истеъмолчи кўрадиган зарарни қоплайди. Шартнома бандлари бузилгани учун жарималар тўлаш, етказилган зарарни қоплаш корхонани буюртмачига маҳсулот етказиб бериш мажбуриятидан халос етмайди. Маҳсулот етказиб бериш интизомини корхоналарнинг ўзигагина боғлиқ бўлиб қолмасдан, балки моддий-техника таъминот идорадари, транспорт, бутун бошқариш бўғинлари ишига ҳам кўп жиҳатдан боғлиқдир. Шартнома интизомига риоя қилиш иқтисодиётнинг баланслашуви, халқ хўжалигининг нормал фаолият кўрсатиш, корхоналарнинг бир маромда ишлаши, унинг самарадорлигини оширишнинг зарур шартидир ва ниҳоят хўжалик механизмини такомиллаштиришнинг енг муҳим омилидир.

Жами сотиш ҳажмида шартнома мажбуриятларига риоя етмасликдан иборат салбий тенденция, республикамиз халқ хўжалигининг аксарият тармоқлари учун характерлидир. Жумҳуриятимиздаги корхоналарнинг ҳар тўрттасидан бири шартнома мажбуриятларига амал қилмаяпти. Маҳсулот етказиб берувчилардан баъзиларининг шартнома мажбуриятини бузиши ўз навбатида бошқаларнинг шу мажбуриятларни бажармаслигига олиб келадики, бу оқибатда ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришни пайсалга солади.

Сотиш ҳажмида шартнома мажбуриятларига риоя қилиш режасининг бажарилишини таҳлил қилиш учун керакли маълумотлар йиллик ҳисоботнинг 1-п сонли “Корхонанинг (бирлашманинг) маҳсулот ишлаб чиқариш бўйича йиллик ҳисоботи” шаклидан ҳамда бизнес-режадан олинади.

7-жадвал

Тузилган шартнома мажбурияти бўйича истеъмолчиларга мол етказиб бериш
(поставка) режасининг бажарилишини таҳлил қилиш
(минг сўм ҳисобида)

Давр	Бизнес режа бўйича сотиш ҳажми	Етказиб берилмаган маҳсулотнинг ўсиб бориши	Сотиш режасини шартнома мажбуриятини ҳисобга олган ҳолда бажарилиши
------	--	--	---

			Сўммаси (минг сўм)	Фоиз ҳисобида
1 чорак	210650	-2400	208200	98,8
2 чорак	210700	-2300	208400	
И-ярим йиллик	421350	-4700	416600	
ИИИ чорак	210600	-2600	208000	
ИВ чорак	310650	-3700	306950	
Жами	942600	-11000	931600	

7-жадвалдан кўринишича, сотиш ҳажми бўйича бизнес-режа 104,2 фоизга (982460х 100: 942600) бажарилгани ҳолда, тузилган шартнома мажбурияти бўйича режа еса 98,8 фоизга бажарилди.

Шартнома мажбурияти бўйича режанинг бажарилишини аниқлаш учун бизнес-режа ҳажмидаги сотиш сўммасидан етказиб берилмаган маҳсулотларнинг сўммаси чиқарилиб, сўнг сотиш ҳажмининг бизнес-режа даражасига бўлинади. Таҳлил қилинаётган корхона истеъмолчиларга маҳсулотларнинг айрим тури бўйича 11000 минг сўмга кам маҳсулот етказиб берди.

Демак, бу ҳолда шартнома мажбурияти режаси 98,8 фоизга бажарилди, яъни

$$\frac{942600 - 11000}{942600} = \frac{931600}{942600} \quad 98,8 \text{ фоиз}$$

4. Маҳсулотнинг сотиш бўйича бизнес-режанинг бажарилишига таъсир қилувчи омилларни таҳлил қилиш

Юқорида айтилганидек, корхоналарнинг ҳажм кўрсаткичларига сотилган, товар маҳсулоти ва соф маҳсулот киради. Бу кўрсаткичларни таҳлил қилиш учун керакли маълумотлар йиллик ҳисоботнинг 1-п: 1-Т сонли шаклларида олинади.

8-жадвал

Товар ва сотилган маҳсулот бўйича бизнес-режанинг бажарилиши ва ўсиш суръати (минг сўм)

№	Кўрсаткичлар	Ўган йилдаг и ҳақиқи й сўмма си	Жорий йилдаг и бизнес -режа сўмма си бўйича	Жорий йилдаг и ҳақиқи й сўмма	Бизнес- режага нисбата н мутлақ фарқ (+,-)	Бизнес- режанин г бажарил иши % ҳисобид а
1.	Сотиш ҳажмининг бизнес-режада берилган амалдаги улгуржи баҳоси.	896550	942600	982460	+39860	104,2

2.	Товар маҳсулотининг бизнес-режада берилган амалдаги улгуржи баҳоси	896550	942600	997970	+55370	105,9
3.	Товар маҳсулотининг ўзгармас (барқарор)корхона	898370	945000	1000910	+55910	106,0
4.	улгуржи баҳоси Соф маҳсулот	216200	238000	240350	+2350	101,0

Жадвалдан кўринишича, корхона жорий йилда ҳажм кўрсаткичлари бўйича бизнес-режани орттириб бажарди. Бунда ушбу кўрсаткичлар бўйича режанинг бажарилиши турлича. Агар соф маҳсулот бўйича режа фақат 1 фоизга ортиқ бажарилган бўлса, у ҳолда товар маҳсулоти бўйича еса 6 фоизга орти- бажарилди. Демак, корхона жорий йилда кўпроқ материал талаб маҳсулот ишлаб чиқарган.

Юқорида берилган 8-жадвалдан яна кўринишича, сотиш ҳажми бўйича режа 39860 минг сўмга ёки 4,2 фоизга орттириб бажарилди. Сотиш ҳажмининг мутлақ ўсишига икки омил таъсир кўрсатди:

1. Товар маҳсулотини режага нисбатан + 55370 минг сўмга (997970 – 942600) кўп ишлаб чиқарган;

2. Сотиш ҳажми бўйича ўсиш суръатининг ўзгариши. Бу омилнинг таъсири баланс усули билан аниқланади, яъни (39890 – 55370) = -15510 минг сўм. Демак, реализация суръати пасайган. Шундай қилиб, икки омилнинг таъсири (+55370) - (-15510) = +39860 минг сўм, яъни сотиш ҳажмида бўлган фарқга (39860 минг сўм) тенг.

Сотиш ҳажмининг ўсиш суръатига кўпгина кўрсаткичлар таъсир кўрсатади. Буларга маҳсулотнинг сифати, уни бир маромда ишлаб чиқариш ҳамда маҳсулотни ўз вақтида истеъмолчиларга жўнатиш ва унинг ҳақини тўлаш, сотилмаган маҳсулотларнинг йил бошига ва йил охирига бўлган қолдиғи каби омиллар киради. Ишлаб чиқарилган ва сотилган маҳсулотнинг бир-бирига боғлиқлигини текшириш учун товар балансини тузиш керак. Уни қуйидаги формула орқали ифода қилиш мумкин:

$$T_1 + M = P + T_2$$

Бу ерда:

T_1 – сотилмаган маҳсулотларнинг йил бошига бўлган қолдиғи;

M – жорий йилда ишлаб чиқарилган товар маҳсулотининг ҳажми;

P – жорий йилда сотилган маҳсулотнинг ҳажми;

T_2 – сотилмаган маҳсулотларнинг йил охирига бўлган қолдиғи.

Товар балансининг элементлари бир-бири билан узвий равишда боғлиқ. Агар режага нисбатан йил бошига бўлган қолдиқ кўп бўлса, у ҳолда шу фарқга сотиш ҳажми ошади. Аксинча, сотилмаган маҳсулотларнинг йил охирига бўлган қолдиғи камайса, у ҳолда сотиш ҳажми ошади.

Сотиш ҳажмининг ўзгаришига товар маҳсулотини ишлаб чиқариш ва сотилмаган маҳсулотларнинг ўзгариши таъсир қилар экан. Енди юқорида берилган тенгликдан сотиш жараёнини қуйидагича ифода этиш мумкин:

$$P = T_1 + M - T_2$$

Ушбу боғланишни таҳлил қилиш учун қуйидаги жадвални ҳавола қиламиз.

9-жадвал
(минг сўм) ҳисобида

Кўрсаткичлар	Бизнес-режа бўйича	Ҳақиқатда	Фарқи (+,-)	Сотиш ҳажмига таъсири (+,-)
1. Сотилмаган маҳсулотларнинг йил бошига бўлган қолдиғи	62470	62520	+50	+50
2. Сотилмаган маҳсулотларнинг йил охирига бўлган қолдиғи	62470	78030	+15560	-15560
3. Товар маҳсулоти	942600	997970	+55370	+55370
4. Сотилган маҳсулот ҳажми (1 қатор- 2 қатор + 3 қатор)	942600	982460	+39860	+39860

Шуни таъкидлаш керакки, товар маҳсулоти ҳақиқий улгуржи нархларини оғиши ҳукуматнинг қарори асосида ёки маҳсулот сифатининг яхшиланганлиги туфайли содир бўлган нарх ўзгаришининг натижаси бўлиши мумкин. Аксарият ҳолларда товар маҳсулоти ҳажминини кўпайиши нархларнинг кескин тарзда кўтарилиши ҳисобига содир бўлиб, амалда еса ишлаб чиқаришнинг табиий ҳажминини камайиши еҳтимолдан холи емас. Ушбу омилларнинг таъсирини аниқлаш учун қуйидаги жадвални ҳавола қиламиз.

10-жадвал

Маҳсулотнинг физик ҳажми ўзгаришига таъсир етувчи омилларни ҳисоб-китоби (минг сўм ҳисобида)

Кўрсаткичлар	2002 йил	2003 йил	Мутлақ фарқ (+,-)		
			жами	Шу жумладан омиллар ҳисобига	
				нархлар	Физик ҳажми
1. Товар маҳсулотининг амалдаги улгуржи баҳоси	896550	997970	+101420	+374240	- 272820
2. Товар маҳсулотининг солиштирма улгуржи баҳоси	896550	623730	-272820		
3. Нархлар индекси	1,0	1,6	+0,6		

Жадвалдан кўринишича, товар маҳсулоти ҳажми 2003 йили 2002йилга нисбатан 101420 минг сўмга ошган. Лекин бу кўпайиш нархларнинг 374240 минг сўмга ошиши (997970-623730) туфайли содир бўлди, ишлаб чиқаришнинг табиий ҳажми, яъни ишлаб чиқарилган маҳсулотнинг натурадаги миқдори ҳисобига еса 272820 минг сўмга (623730-896550) камайди. Агар маҳсулот нархи ўзгармай, 2002 йил даражасида қолганда, маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми фақат 623730 минг сўмни ташкил етар, яъни ишлаб чиқариш ҳажми 272820 минг сўмга камайган бўлар еди.

5. Хўжалик шартномалари асосида ассортимент бўйича маҳсулот ишлаб чиқариш бизнес-режасининг бажарилишини таҳлил қилиш.

Товар, реализация ва соф маҳсулот бўйича бизнес-режанинг бажарилиши корхона фаолиятидаги миқдорий кўрсаткичлардир. Сифат кўрсаткичларидан бири тузилган шартнома мажбуриятига асосан истеъмолчиларни зарур ассортимент бўйича товарлар билан таъминлаш ҳисобланади.

Халқ хўжалигида юзага келиши мумкин бўлган номутаносибсизликни олдини олиш учун корхоналар маҳсулот ишлаб чиқариш режасини нафақат қиймат (пул) ифодасида, балки белгиланган ассортимент бўйича бажарилиши зарур. Чунки маҳсулотлар турлича истеъмол хусусиятига егадирлар, шу сабабли айрим маҳсулотлар ишлаб чиқариш бўйича юзага келган танқисликни бошқа бир маҳсулотларни кўп ишлаб чиқариш билан тўлдириб бўлмайди.

Ассортимент ўз навбатида қуйидагиларга бўлинади. Тўлиқ ассортимент – барча маҳсулотларнинг тўла рўйхати. Туркумлашган ассортимент деганда, маҳсулотларнинг турдош туркумларга бирлашганлиги тушунилади. Туркум таркибига кирган маҳсулотлар еса туркум ичидаги ассортиментни ташкил етади.

Ассортимент бўйича бизнес-режанинг бажарилмаслиги истеъмолчиларнинг техникавий-иқтисодий кўрсаткичларига салбий таъсир кўрсатади: иш вақти ва дастгоҳлардан тўлиқ фойдаланмасликка, корхоналарни бир маромда ишламасликка, қурилиш объектларини ўз муддатида фойдаланишга топширмасликка олиб келади. Шунингдек, ассортимент бўйича бизнес-режанинг бажармаслик маҳсулот етказиб берувчи корхоналарда ҳам ортиқча харажатларнинг юзага келишига олиб келади. Ортиқча харажатнинг келиб чиқишига шартнома шартига риоя қилмаслик натижасида истеъмолчиларга тўланадиган жарима ва ўсимлар сабаб бўлади. Ассортимент бўйича бизнес-режанинг бажарилмаслигига объектив ва субъектив омиллар таъсир кўрсатади. Одатда, корхоналар зарур ва истеъмолчиларнинг талаб ҳамда еҳтиёжларига мос келадиган кам рентабеллик маҳсулотларни ишлаб чиқаришни камайтириш ҳисобига кўпроқ “фойда” берадиган маҳсулотларни ишлаб чиқаришдан моддий жиҳатдан манфаатдорлар. Кўпинча, ассортимент бўйича бизнес-режанинг бажарилмаслигига маҳсулотни ишлаб чиқариш учун зарур хомашё,

материаллар, қўшимча материаллар ва х.к.ларнинг етишмаслиги сабаб бўлади.

Таҳлил икки йўналишда олиб борилади. Биринчи йўналиш ассортимент бўйича бизнес-режанинг бажарилиши натура кўрсаткичларига (тонна, метр, дона кабилар) асосан баҳо берилади. Иккинчи йўналиш-ассортимент бўйича бизнес-режанинг бажарилиши қиймат (пул) ифодасида олиб борилиб, ассортимент бўйича бизнес-режанинг ўртача бажарилиш фоизи аниқланади.

Корхонанинг ишлаб чиқариш фаолиятининг характери ва уларнинг шарт-шароитларига қараб ассортимент бўйича бизнес-режанинг бажарилиши куйидаги усуллар билан амалга оширилади.

1. Маҳсулот ассортименти бўйича бизнес-режанинг ўртача бажарилиш фоизи режа бўйича ва режадан ортиқча бажарилган маҳсулотларнинг сонини корхонада ишлаб чиқариладиган барча маҳсулотлар сонига нисбати тариқасида аниқланади. Айтайлик, корхона ҳаммаси бўлиб 100 хил маҳсулот ишлаб чиқаради, шундан 89 хил маҳсулот бўйича режа бажарилган. У ҳолда маҳсулот ассортименти бўйича бизнес-режанинг ўртача бажарилиши 89 фоизга тенг бўлади:

$$\left(\frac{89}{100} \times 100\right)$$

Шуни айтиш керакки, бундай содда усулни ҳар ерда ҳам қўллаш мумкин эмас. Агар ишлаб чиқарилган алоҳида олинган маҳсулот турларининг салмоғи (улуши) умумий ишлаб чиқарилган маҳсулот ҳажмига нисбатан бир-биридан кескин тарзда фарқ қилса, у ҳолда ассортимент бўйича бизнес-режанинг бажарилиши тўғрисида нотўғри маълумот оламиз.

2. Маҳсулот ассортименти бўйича бизнес-режанинг ўртача бажарилиши фоизи сифатида маҳсулот турлари ишлаб чиқариш бўйича режанинг энг кам бажарилиши олинади. Айтайлик, А-102 %, Б-93%, В-81% бажарилган. Демак, ассортимент бўйича бизнес-режа 81 фоизга бажарилган. Лекин, бу усул ҳам биринчи усулга хос камчиликлардан ҳоли эмас.

3. Корхона фаолиятига тўғри баҳо беришда маҳсулотнинг ассортименти бўйича бизнес-режанинг бажарилишини аниқлашда энг кам сон миқдорини ҳисобга олиш усули қўлланилади. Ушбу усулнинг мазмуни ва моҳияти куйидагидан иборат. Ассортимент бўйича бизнес-режанинг бажарилиш даражасини аниқлаш учун аввало режа чегараси ичида ишлаб чиқарилган маҳсулот сўммасини аниқлаш керак. Бунинг учун режадан ортиқча ёки бизнес-режада кўрсатилмаган маҳсулотларни ишлаб чиқариш ассортимент бўйича бизнес режанинг бажарилишини аниқлашда ҳисобга кирмайди.

Шундай қилиб, ассортимент бўйича бизнес-режанинг ўртача бажарилиш фоизини аниқлаш учун режа ассортиментини ҳисобига ишлаб чиқарилган маҳсулот сўммасини жамлаб уни 100 га кўпайтириб, сўнг бизнес-режа бўйича ишлаб чиқарилган маҳсулот ҳажмига бўлиш керак.

Ассортимент бўйича бизнес-режанинг бажаришда таҳлилнинг вазифаси ҳар бир маҳсулот тури бўйича режанинг бажармаслик сабабларини аниқлашдан иборат. Ассортимент бўйича бизнес-режанинг энг юқори

бажарилиши 100 фоизга тенг бўлади, ундан ортиқ бўлиши мумкин эмас. Шунинг учун таҳлил қилиш жараёнида ҳамма маҳсулот турлари бўйича режанинг бажарилиши аниқланади. Корхонанинг ассортимент бўйича бизнес-режани бажарилиши ҳақидаги маълумотларни қуйидаги берилган 11-жадвалдан кўришимиз мумкин.

11-жадвалдан кўринишича, таҳлил қилинаётган корхона ассортимент бўйича бизнес-режани 100 фоизга бажарган.

$$\frac{(991340 \times 100)}{991340} = 100\%$$

Товар маҳсулот ишлаб чиқариш бўйича бизнес-режа 101 фоизга бажарилган. Лекин, болалар учун ички трикотаж маҳсулоти ишлаб чиқариш бўйича ассортимент режаси фақат 85,9 фоизга бажарилди ёки режага нисбатан 1770 минг дона кам. Спорт трикотажи маҳсулотлари ишлаб чиқариш бўйича ассортимент режаси 84 фоизга бажарилди. Аёллар учун устки трикотаж маҳсулоти ишлаб чиқариш бўйича еса ассортимент режаси фақат 73,1 фоизга бажарилди.

Ассортимент бўйича бизнес-режанинг бажарилмаслигига турли омиллар сабаб бўлади. Буларга юқорида айтилганидек у ёки бу маҳсулот ишлаб чиқариш учун зарур хомашё, материаллар ва кўшимча материалларнинг етишмаслиги. Одатда, корхоналар кам меҳнат талаб қиладиган, лекин кўпроқ “фойда” берадигна рентабеллик маҳсулотларни ишлаб чиқаришга интиладилар. Бизнинг мисолимизда болалар учун трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқаришдан кўра катталар учун трикотаж маҳсулотларини ишлаб чиқаришни кўпайтириш корхона учун “фойдалироқдир”.

11-жадвал

Маҳсулот ассортименти бўйича бизнес-режанинг бажарилишини таҳлил қилиш.

Маҳсулот турлар	Ишлаб чиқариш ҳажмининг натура бўйича ифодаси (м.дона) (минг. метр)			Товар маҳсулотнинг амалдаги улгуржи баҳоси (минг сўм)		
	Режа бўйи ча	Ўқи- катда	Режан и бажар илиши (% ҳёс.)	Бизнес -режа бўйича	ҳақиқатда	
					Жами	Берил. ассор. ҳисоб.
1. Ички трикотаж маҳсулотлари	1787	1787	100.0	229550	229550	229550
Жумладан:	0	0				
а) еркаklar трикотажи	513	606	118.13	12880	15220	12880
б) аёл трикотажи	4101	5883	143.45	60880	87340	60880
в) болалар трикотажи	4101	5883	85.95	138070	118670	118670
г) спорт трикотажи	1260	1083	84.0	9900	8320	8320
	0	0	10031	745650	747960	745650

2. Устки трикотаж	656	551				
Жумладан:	9304	9333	90.78	57680	52360	52360
а) еркактар трикотажи			73.06	210040	153460	15346
б) аёл трикотажи	488	443	105.78	316930	335250	31693
в) болалар трикотажи	1871	1367	123.89	166990	206890	166990
г) спорт трикотажи	5970	6315	100.0	230	230	230
3. Пайпоқ маҳсулотлари	975	1206	107.56	10910	11740	10910
4. Миёна астар	40	40	-	5000	11430	5000
5. Бошқа маҳсулотлар	1085	1167	-	991340	100091	991340
6. Жами	-	-			0	

6. Ишлаб чиқарилган маҳсулот сифатини таҳлил қилиш.

Халқ хўжалигининг ҳозирги ривожланиш босқичида, илмий-техника тараққиёти шароитида, ишлаб чиқаришни жадаллаштириш ва аҳолининг моддий фаровонлигини яна ҳам оширишда маҳсулот сифатини яхшилаш катта аҳамиятга эга.

Маҳсулот сифати деганда, унинг барча мўлжалланган мақсадда фойдаланишга яроқли хусусиятларининг мажмуаси тушунилади.

Юқори сифатли маҳсулот нафақат истеъмолчиларнинг еhtiёжларини тўла-тўқис қондирибгина қолмай, балки бундай маҳсулот кўп хизмат қилади, кам-кўстсиз, нуқсонсиз бўлади, кўриниши чиройли ва кишида естетик завқ туғдиради. Саноат маҳсулотининг сифати корхона фаолиятига баҳо берувчи энг муҳим сифат кўрсаткичларидан биридир. Вазирлар маҳкамасининг бир қатор қарор ва кўрсатмаларида маҳсулот сифатини ошириш, юқори унумли машина ва дастгоҳларни жорий этиш муҳимлиги қайд қилиб ўтилган. Бугунги кунда юксак сифат бўлмаса фан-техника тараққиётини жадаллаштиришнинг иложи йўқ.

Саноат тармоқларида ишлаб чиқариладиган маҳсулотнинг сифатини ифодалашда турли кўрсаткичлар қўлланилади. Сифат кўрсаткичлари маҳсулотнинг қандай тури учун мўлжалланганига боғлиқ. Масалан, машинасозлик корхоналарида маҳсулот сифатини ифодаловчи асосий кўрсаткич – ишлаб чиқарилган маҳсулотнинг давлат стандартлари (ГОСТ) тармоқ стандартлари (ОСТ) ва техникавий шартларга (ТУ) мос келиши ҳисобланади.

Қурилиш материаллари саноатида – оҳак ва ганчнинг сифати уларнинг боғловчилик (ёпишқоқлик) қобилятига, кўмир саноатида ёқилғининг сифати еса уларнинг иссиқлик бериш қобилятига қараб аниқланади. мора ва рангли металлургия, кимё ва технологик жараёнлар аппаратлар ёрдамида олиб бориладиган корхоналарда маҳсулотнинг сифати асосий технологик жараёнларга риоя қилишга қараб аниқланади. Енгил ва тўқимачилик саноатида маҳсулот сифатини аниқлашда сортлар қўлланилади ва ҳ.к.

Маҳсулот сифатини таҳлил қилишда фойдаланиладиган асосий кўрсаткичлар билан бир қаторда сифатсиз маҳсулот учун истеъмолчиларга тўланадиган жарималар, маҳсулотни кафолатли таъмир қилувчи

устахоналарга сарфланадиган харажатлар каби кўрсаткичлар ҳам қўлланилади.

Шундай қилиб, маҳсулотнинг сифатини таҳлил қилиш усуллари таҳлил қилинаётган корхонанинг қайси тармоқга мансуб эканлигига боғлиқ экан.

Юқорида айтилганидек, енгил ва озиқ-овқат саноати маҳсулотларининг сифатига сортлар орқали (пойафзал, идиш-товоқлар, ун ва ҳ.к.) баҳо берилади. Бинобарин, маҳсулот сифати қанча яхши бўлса унинг сорти ва нархи шунча юқори бўлади ва аксинча. Халқ истеъмоллари ишлаб чиқарадиган корхоналар ҳар йил чораги 1-п (сорт бўйича) сонли “Саноат маҳсулотларининг сортлари” бўйича ҳисобот берадилар.

Маҳсулот сифатига сортларга қараб баҳо беришда умумлашган тушунча ўртача сорт орқали ифодаланиб у уч хил усул билан ҳисобланилади.

1. Ўртача тортилган сортни аниқлаш. Бу усулда ҳар бир сорт бўйича ишлаб чиқарилган маҳсулотнинг миқдорини айнан шу сорт белгисига кўпайтириб, сўнгра ҳосил бўлган сўмма ҳамма сортлар бўйича ишлаб чиқарилган жами маҳсулотларнинг миқдорига тақсимлаш керак.

12-жадвал

Маҳсулот сифати бўйича режанинг бажарилиши.

а) ўртача тортилган сорт.

СОРТ	ўлчов бирлиги	МИҚДОР	
		Режа бўйича	Хақиқатда
1-сорт	Минг дона	22890	28620
2-сорт	Минг дона	12210	9875
3-сорт	Минг дона	5210	3750
ЖАМИ	Минг дона	40310	42245

Жадвалда берилган рақамларга кўра, сортлилик коэффициенти

$$\text{а) режа бўйича} = \frac{22890 \times 1 + 12210 \times 2 + 5210 \times 3}{40310} = 1,56$$

$$\text{б) ҳақиқатда} = \frac{28620 \times 1 + 9875 \times 2 + 3750 \times 3}{42245} = 1,41$$

Ҳисобдан кўринишича, сортлилик коэффициенти режа бўйича 1,56, ҳақиқатда еса, 1,41 ни ташкил етди. Демак сортлилик коэффициенти 0,15 бандга кўпайган. Сортлилик коэффициенти қанчалик бирга яқинлашса, шунчага сорт юқори бўлади. Агар сортлилик коэффициенти бирга тенг бўлса, у ҳолда ҳамма маҳсулот биринчи сорт билан ишлаб чиқарилганлигини билдиради.

2. Ўртача сорлилик коэффициенти. Уни аниқлаш учун аввал ҳар бир сортнинг баҳосини биринчи сорт баҳосига нисбати орқали шартли равишда биринчи сортга ўтказиш коэффициенти аниқланади, сўнгра бу коэффициентларни ҳар бир сорт бўйича бўлган маҳсулот миқдорига кўпайтирилиб, жами ишлаб чиқарилган маҳсулот миқдорига бўлинади.

13-жадвал

б) ўртача сортлилик коэффициенти

СОРТ	Бир дона-	Ўтказиш	МИҚДОР
------	-----------	---------	--------

	нинг улгуржи баҳоси (сўм)	коэффицие нти	Режа бўйича	Ҳақиқатда
1-сорт	690	1,0	22890	28620
2-сорт	675	0,978	12210	9785
3-сорт	625	0,906	5210	3750
ЖАМИ	-	-	40310	42245

Жадвалдаги рақамларга кўра, ўртача сортлилиқ коэффициенти

а) режа бўйича = $\frac{1 \times 22890 + 0,978 \times 12210 + 0,906 \times 5210}{40310} = 0,981$

б) ҳақиқатда = $\frac{1 \times 28620 + 0,978 \times 9785 + 0,906 \times 3750}{42245} = 0,987$

Демак, ўртача сортлилиқ коэффициенти режага нисбатан 0,006 бандга ошган. Бу еса маҳсулот сифатини яхшиланганлигидан далолат беради.

3. Ўртача сортни ўртача тортилган баҳога асосан аниқлаш. Бу усулда ҳар бир сорт бўйича маҳсулот миқдорини айнан шу сортлар баҳосига кўпайтирилиб, сўнга ҳосил бўлган қийматни ишлаб чиқарилган маҳсулотларнинг жами миқдорига бўлинади.

14-жадвал

в) ўртача сортни ўртача тортилган баҳоси

СОРТ	Маҳсулот бирлигининг улгуржи баҳоси (сўм ҳисобида)	Маҳсулот ҳажми			
		Режа бўйича		Ҳақиқатда	
		Минг дона	Минг сўм	Минг дона	Минг сўм
1-сорт	17	130	2210	145	2465
2-сорт	14	28	392	25	350
3-сорт	12	11	132	5	60
ЖАМИ	-	169	2734	175	2875

Жадвалда берилган маълумотларга кўра маҳсулот бирлигининг ўртача тортилган баҳоси.

а) режа бўйича = $\frac{2734}{169} = 16$ сўм 18 тийин

б) ҳақиқатда = $\frac{2875}{175} = 16$ сўм 43 тийин

Демак, ҳақиқатда ўртача тортилган баҳо режага нисбатан 25 тийинга ошган ёки сортнинг ортиши натижасида ҳар бир маҳсулот ўрта ҳисобда кўшимча 25 тийин берар экан. Енди бу фарқни ҳақиқатда ишлаб чиқарилган жами маҳсулот миқдорига кўпайтирсак, у ҳолда маҳсулотнинг сифати ошиши натижасида кўшимча ишлаб чиқарилган маҳсулот ҳажми аниқланади. яъни $(25 \times 175) = 43$ минг 750 сўм.

Айрим саноат корхоналарида маҳсулотнинг сифати баллар бўйича ҳам баҳоланади. Масалан, олий даражадаги сифатга – 5 балл, биринчисига – 4 балл, иккинчисига – 1 балл. қўйилган баллар ва маҳсулотнинг миқдорига асосан ўртача тортилган балл аниқланади. Бинобарин, қўйилган балл қанча юқори бўлса, маҳсулот сифати ҳам шунча юқори бўлади.

Ишлаб чиқарилган маҳсулотнинг сифатига яна истеъмолчилар томонидан тушадиган даъволарга қараб ҳам баҳо бериш мумкин. Уларда қайси хил товарларда қандай нуқсонлар бор, келтирилган даъво сўммаси ва ҳ.к.лар ўз аксини топади. Агар бу каби даъволар сони ўтган йилларга нисбатан камайса, у ҳолда маҳсулот сифати ҳам ошади.

Техника тараққиёти маҳсулот ассортиментини муттасил янгилаб туришни, ескириб қолганларини ишлаб чиқаришдан олишни ва янги хил маҳсулотлар ишлаб чиқаришни тақозо қилади. Бу каби чора ва тадбирлар маҳсулот сифатининг яхшилаш билан узвий равишда боғлиқ бўлиб, моддий ва маънавий жиҳатдан рағбатлантирилади.

Маҳсулот сифатини белгиловчи энг муҳим кўрсаткичлардан бири ишлаб чиқаришда йўл қўйилган яроқсиз маҳсулотнинг даражаси ҳисобланиб, у бракка чиқарилган маҳсулот сўммасини товар маҳсулотнинг ишлаб чиқариш таннархига нисбатан орқали аниқланади.

Брак маҳсулот деганда, тасдиқланган андоза ва техника шартларга мос келмайдиган маҳсулот тушунилади. Брак-ишлаб чиқаришдаги офатдир. Брак маҳсулоти ишлаб чиқарилиши корхонада ишлаб чиқариши етарли даражада ташкил қилинмаганлигидан далолат бериб у ўз навбатида тайёр маҳсулот ҳажмини камайтиради, маҳсулот таннархини оширади ва ҳ.к.

Брак маҳсулотини таҳлил қилиш икки асосий йўналишда олиб борилади, яъни тузатиб бўладиган брак ва тузатиб бўлмайдиган брак. Тузатиб бўладиган брак маҳсулотлари бўйича йўқотишлар уларни тузатишга сарф етилган харажатлар билан белгиланади. Тузатиб бўлмайдиган брак деганда, бутунлай ва узил-кесил яроқсиз қилинган маҳсулотнинг қиймати тушунилади.

Одатда, брак режалаштирилмайди, лекин қаерда техникавий воситалар технологик жараёнларни назорат қила олмаса, шу ерда брак режалаштирилади. Масалан, қуйма буюмлар ва ойнасозлик саноатида режалаштирилади. Брак маҳсулоти ишлаб чиқаришдан юзага келган йўқотишларни таҳлил қилишда жорий йилдаги маълумотлар ўтган йил маълумотлари билан таққосланади.

15-жадвал

Кўрсаткичлар	Ўтган йилда	Жорий йилда	Фарқи (+,-)
1. Бутунлай брак қилинган маҳсулотларнинг таннархи	400	240	-160
2. Бракни тузатишга сарф етилган харажатлар	200	180	-20
Жами	600	420	-180
3. Товар маҳсулотининг ишлаб	735810	791140	+55330

чиқариш таннари			
4. Брак маҳсулотининг даражаси (фоиз ҳисобида)	0,082	0,051	-0,031

Жорий йилда бракка чиқарилган маҳсулотнинг мутлақ сўммаси ўтган йилга нисбатан 180 минг сўмга камайди. Бунинг натижасида брак маҳсулотнинг товар маҳсулотининг ишлаб чиқариш таннаридаги салмоғи 0,031 фоизга камайди. Демак, бундан корхона маҳсулот сифатини ошириш борасида маълум чора ва тадбирлар кўряпти, деган хулосага келиш мумкин.

Хулоса

Хулоса қилиб айтганда Маҳсулотни ишлаб чиқариш ва уни сотишни таҳлил қилиш, Саноат маҳсулоти ишлаб чиқаришни оғишмай ўсиши миллий даромад ҳажмини оширади, ишлаб чиқаришнинг ўсиш суръатларининг юксалиши учун қўшимча манбаларини яратади ва меҳнаткашларнинг моддий фаровонлик даражасини яна ҳам оширади. Бозор иқтисодиёти шароитида енг долзарб масалалар: фан-техника тараққиётини янада жадаллаштириш, ишлаб чиқаришни техника жиҳатдан замонавий зайлда қайта қуроллантириш ва қайтадан ускуналаш (реконструкциялаш), барпо етилган ишлаб чиқариш потенциалидан (имкониятидан) жадал (интенсив) фойдаланиш, бошқарув тизимини, хўжалик механизмини такомиллаштириш асосида бозор иқтисодиётига ўтиш суръатларини ва унинг самарадорлигини ошириш ҳамда шу асосда халқнинг фаровонлигини юксалтириш. Бинобарин, саноат олдидаги бош вазифа яна ҳам ижтимоий ишлаб чиқариш самарадорлигини оширишдан иборат. Бу дегани, ҳар бир меҳнат, моддий ва молия харажат бирлигига ишлаб чиқариш ҳажми ва миллий даромадни кескин тарзда оширишни тақозо қилади. Ана шундагина меҳнат унумдорлигини жадал оширишга еришиш мумкин.