

(Қўлёзмадан кўчирма)

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС
ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

НАМАНГАН МУҲАНДИСЛИК-ТЕХНОЛОГИЯ ИНСТИТУТИ

«Маркетинг» кафедраси

Ҳимояга рухсат этилди
факультет декани

«__» _____ 2013 йил

«Маркетинг» таълим йўналиши бўйича битирувчи

Алиматова Шохсанамнинг

Корхонанинг бизнес-режасини ишлаб чиқиш ва бажарилиши жараёнини
бошқариш

(“Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамияти мисолида)

мавзусидаги

**БИТИРУВ МАЛАКАВИЙ
ИШИ**

Битирувчи: Шохсанам Алиматова

Илмий раҳбар: и.ф.н., доц. О.Казаков

Кафедра мудири: и.ф.н., доц. Ғ.Мадияров

Наманган - 2013 й.

Мундарижа

Кириш.

I-Боб. Корхона бозор фаолияти ва уни бошқаришнинг асослари.

1.1. Корхонанинг бозор фаолияти моҳияти ва ўзига хос хусусиятлари.

1.2. Режалаштириш ва бизнес-режалар тузишнинг назарий асослари.

1.3. Хиссадорлик жамиятлари тўғрисидаги Ўзбекистон Республикаси Қонуни моҳияти.

II-Боб. “Наманган қоғози” корхонасида бизнес-режа ишлаб чиқиш ва унинг таҳлили.

2.1. “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятининг ташкил этилиши ва умумий фаолияти тавсифи.

2.2. Корхонани бизнес-режасини ишлаб чиқиш жараёни ва уни асослаш.

2.3. Корхонада товарларни сотиш бўйича шартномавий муносабатлар ва уни бажарилиши.

III-Боб. Корхона бизнес-режасини бажариш жараёнини бошқаришни такомиллаштириш йўналишлари.

3.1. Корхона бизнес-режасини бажарилиши жараёни таҳлили.

3.2. Корхонанинг иқтисодий-молиявий кўрсаткичлари таҳлили.

3.3. Корхона маркетинг фаолиятини ривожлантириш омиллари.

Хулоса.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.

Кириш

Битирув-малакавий иши мавзусининг долзарблиги.

Мамлакатимиз иқтисодиёти 2012 йилда ҳам ўзининг барқарор ўсиш суръатларини сақлаб қолишга муваффақ бўлди. Бу ҳақда Президентимиз И.А. Каримов 2012 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ҳамда 2013 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаларида қуйидагиларни таъкидлаб ўтдилар:

“2012 йилда Ўзбекистон ўз иқтисодиётини барқарор суръатлар билан ривожлантиришни давом эттирди, аҳоли турмуш даражасини изчил юксалтиришни таъминлади, дунё бозоридаги ўз позициясини мустаҳкамлади.

Бу даврда мамлакатимиз ялпи ички маҳсулоти 8,2 фоизга ўсди, саноат ишлаб чиқариш ҳажми 7,7 фоизга, қишлоқ хўжалиги 7 фоизга, чакана савдо айланмаси ҳажми 13,9 фоизга ошди.

Макроиқтисодий барқарорлик ва иқтисодиётнинг мутаносиблиги таъминланди.

Экспорт ҳажми сезиларли равишда, яъни 11,6 фоизга ўсди, экспорт қилинаётган маҳсулотлар таркиби ва сифати яхшиланиб бормоқда. Бунинг натижасида хомашё бўлмаган тайёр товарларнинг улуши 70 фоиздан зиёдни ташкил этмоқда. Ташқи савдо айланмасидаги ижобий сальдо 1 миллиард 120 миллион доллардан ошди.”¹

Бу муваффақиятларга эришилишида бошқарув ва маркетинг фаолиятларини ҳаётга тўғри татбиқ этилиши муҳим роль ўйнади. Айниқса, режалаштириш функциясидан оқилона ва самарали фойдаланиш, режаларни тузишга тўғри ёндошиш, режаларни тузишда меъёрлар ва қонун-қоидаларга риоя қилинишининг аҳамияти ниҳоятда катта бўлди. Бунинг натижасида тузилган режаларнинг аксарияти реал, ҳаётий режалар бўлди ва уларнинг асосий қисми тўла бажарилди.

Иқтисодиётнинг изчил ва барқарор ривожланишини таъминлашда келгуси давр учун пухта ва ҳар томонлама асосланган чора-тадбирлар, муҳим вазифа ва йўналишлар, турли даражалардаги иқтисодий тараққиёт дастурларнинг ишлаб чиқилиши ва аниқ белгилаб олиниши муваффақият гарови ҳисобланади. Айни пайтда, босиб ўтилган йўл – олдинги даврдаги эришилган ютуқ ва натижаларни танқидий баҳолаш орқали тегишли хулосалар чиқариш, улар асосида ижтимоий-иқтисодий ривожланиш дастурларини янада такомиллаштириб бориш ҳам муҳим принципиал аҳамият касб этади.

Президентимиз И.А.Каримов жаҳон иқтисодиётида бўлаётган қийинчиликларга қарамасдан мамлакатимизда ривожланиш суръатлари сақланиб қолганлигини ўзларининг 2012 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ҳамда 2013 йилга мўлжалланган

¹ Каримов И.А. Бош мақсадимиз – кенг қўламли ислохотлар ва модернизация йўлини қатъият билан давом эттириш“ Халқ сўзи” 2013 йил 19 январь

иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаларида таъкидлаб ўтдилар ва 2013 йилга мўнжалланган режаларимиз тўғрисида қуйидагиларни белгилаб бердилар:

“Бугунги вазият ўтган йиллар мобайнида инқирозга қарши курашиш борасида тўплаган тажрибамизга суяниб, мамлакатимизни ривожлантириш, ислоҳ этиш ва янгилаш бўйича эришган суръатларни бой бермаслик учун мавжуд ресурс ва имкониятларни сафарбар этишни талаб қилмоқда.

Ана шу вазифадан келиб чиққан ҳолда, 2013 йилда изчил юқори ўсиш суръатларини, макроиқтисодий барқарорликни сақлаш ва иқтисодиётимиз рақобатдошлигини ошириш энг муҳим устувор йўналишимизга айланиши даркор.

Жорий йилда мамлакатимиз иқтисодиётини 8 фоизга, саноатни 8,4 фоизга, қишлоқ хўжалигини 6 фоизга, асосий капиталга киритилган инвестициялар ҳажмини 11 фоизга, хизмат кўрсатиш соҳасини қарийб 16 фоизга ошириш ва ялпи ички маҳсулотда унинг улуши 53 фоизгача ўсишини таъминлаш вазифаси қўйилмоқда.”¹

Мамлакатимиз иқтисодиёти олдига қўйилган бу каби вазифаларни бажарилиши ундаги иқтисодиёт субъектларининг иқтисодий-хўжалик фаолиятига боғлиқ. Бу фаолият эса ушбу субъектларда тузилаётган бизнес-режаларга ва уларнинг бажарилишига кўп жиҳатдан боғлиқ бўлади. Демак, корхона ва ташкилотларда бизнес-режаларни ишлаб чиқиш ва уларни бажариш жараёнини бошқариш масалалари иқтисодиёт ривожининг бугунги даражасида муҳим масалалардан ҳисобланади. Бизнес-режа ҳар қандай шароитда ривожлантириш масалаларини қамраб олади ва бизнес-режа самарадорлигини ва аниқлигини, объективлигини оширмасдан туриб иқтисодиёт самарадорлигига эришиб бўлмайди. Стратегик аҳамиятга эга бўлган лойиҳаларни тузишда ва амалга оширишда бизнес-режалаштиришнинг аҳамияти янада каттадир. Шунинг учун бизнес-режалар самарадорлигини ошириш масаласини битирув-малакавий ишига мавзу сифатида танлаб олинди.

Битирув-малака ишининг мақсади ва вазифалари. Ушбу битирув-малакавий ишининг асосий мақсади саноат корхоналарида бизнес-режаларни тузиш ва уларни бажарилиш жараёнини ўрганиш, ҳамда самарали бошқаришнинг илмий-асосланган йўналишларини ишлаб чиқиш ҳамда режалаштириш жараёнларини такомиллаштириш йўллари аниқлашдан иборат.

Қўйилган мақсадга эришиш учун битирув-малака ишида қуйидаги вазифалар белгиланди ва ҳал этилди:

– бошқарувнинг режалаштириш функцияси ва унинг ўзига хос хусусиятларини ўрганиш ва таҳлил қилиш;

¹ Каримов И.А. Бош мақсадимиз – кенг қўламли ислохотлар ва модернизация йўлини қатъият билан давом эттириш“ Халқ сўзи” 2013 йил 19 январь

- режалаштириш ва бизнес-режалар тузишнинг назарий асосларини ўрганиш;
- маркетинг фаолияти ва режалаштириш жараёнининг корхона самарадорлигига таъсирини аниқлаш;
- жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида корхоналарда бизнес-режаларни тузиш ва бажарилишини таъминлаш масалаларини таҳлил қилиш;
- “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятининг ташкил этилиши ва умумий фаолиятини таҳлил қилиш;
- корхона маркетинг фаолиятини ривожлантириш омилларини аниқлаш;
- бизнес-режаларнинг бажарилишини бошқаришни ривожлантириш йўналишларини белгилаш.

Битирув-малакавий ишининг объекти сифатида “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамияти олинди.

Тадиқотнинг предмети бўлиб корхонанинг бозор фаолиятини ташкил этиш ва бошқариш билан боғлиқ бўлган ижтимоий-иқтисодий жараёнлари ҳисобланади.

Тадиқотнинг амалий аҳамияти.

Битирув-малакавий ишининг натижалари асосида ишлаб чиқилган хулоса, таклиф ва тавсияларнинг амалиётда қўлланилиши орқали “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамияти корхонаси фаолиятини такомиллаштириш ва улардаги инқироз оқибатларини бартараф этишда фойдаланилиши мумкин.

Битирув-малакавий иши таркиби. Битирув-малака иши кириш, учта боб, хулоса ва таклифлар ҳамда фойдаланилган адабиётлар рўйхатидан иборат.

I-Боб. Корхона бозор фаолияти ва уни бошқаришнинг асослари.

1.1. Корхонанинг бозор фаолияти моҳияти ва ўзига хос хусусиятлари.

Мамлакатимиздаги саноат корхоналари 20-асрнинг сўнгги йилларида бозор шароити томон бурилдилар, Бозор иқтисодиётининг қонун-қоидалари амал қилаётган ҳолатда улар фаолиятида ҳам қатор ўзгаришлар содир бўлди. Бу ўзгаришлар 21-аср бошларида бошланган жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози таъсирида янада ўзига хос бўлган хусусиятларга эга бўла бошлади, турли мураккабликлар намоён бўла бошлади.

Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози барча соҳаларни ва фаолият турларини яна бир бор таҳлил қилишни, ривожлантиришнинг қўшимча имкониятларини аниқлашни ва такомиллаштиришнинг йўналишларини белгилашни талаб қилмоқда. Мамлакатимизда 2009-2012 йиллар давомида иқтисодиётни ривожлантириш ва инқироз таъирини пасайтириш бўйича қатор ишлар амалга оширилди. Инқироз оқибатларини бартараф этиш учун мамлакатимизда махсус дастур ишлаб чиқилди ва ишлар шу дастур асосида амалга оширилмоқда. Президентимиз И.А.Каримов бу амалга оширилган ишларнинг натижалари ҳақида 2012 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ҳамда 2013 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаларида қуйидагиларни таъкидладилар:

“Ўтган йил якунларини сарҳисоб қилар эканмиз, авваламбор шуни таъкидлашимиз керакки, глобал жаҳон иқтисодиётида ҳали-бери сақланиб қолаётган жиддий муаммоларга қарамасдан, 2012 йилда Ўзбекистон ўз иқтисодиётини барқарор суръатлар билан ривожлантиришни давом эттирди, аҳоли турмуш даражасини изчил юксалтиришни таъминлади, дунё бозоридаги ўз позициясини мустаҳкамлади.”¹

Бундай ижобий ҳолатга олиб келган муҳим сабаблардан бири – мустақиллик даврида саноат корхоналаримизни бозор томон силжиши ҳисобланади.

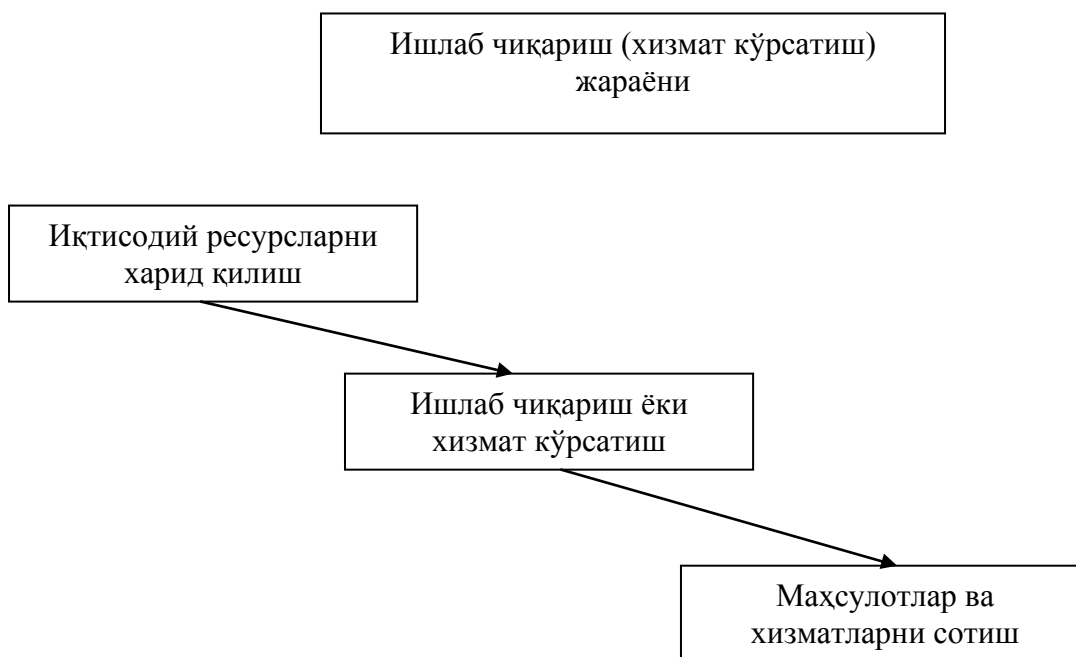
Мамлакат иқтисодиёти бозор муносабатлари сари бурилиши оқибатида асосий фаолият бозорлар орқали амалга оширилади. Бошқарув фаолияти ҳам бозорлар орқали тартибга солиб турилади. Бизга маълумки, иқтисодиёт ривожини таъминлайдиган муҳим ҳолатлардан бири – бу бозорларнинг мавжудлиги ва ривожланганлигидир. Мамлакатда ва унинг ҳудудларида бозорлар тараққий этиб, ривожланган бўлса, шу мамлакатнинг иқтисодиёти ҳам ривожланиб бораверади. Шу сабабли, мамлакатимиз раҳбарияти бозорларни ташкил этиш ва уларнинг фаолияти самарасини оширишга алоҳида эътибор бериб келмоқда. Кўплаб бозорлар ташкил этилмоқда.

¹ И.Каримов. Бош мақсадимиз – кенг қўламли ислохотлар ва модернизация йўлини қатъият билан давом эттириш. Тошкент, “Халқ сўзи”, 2013 йил, 19 январь сони.

Биргина Наманган вилоятининг ўзига бир нечта йирик бозорлар ташкил топди.

Иқтисодий назарияга биноан бозор товар ишлаб чиқаришнинг шартли компоненти ҳисобланади. Бозор иқтисодиёти шароитида бозорсиз товар ишлаб чиқариш бўлмайди. Ҳар қандай ишлаб чиқаришнинг мақсади маҳсулотлар ишлаб чиқариб ёки хизматларни юзага келтириб, уларни сотиш орқали даромад олиш ва ўз фаолиятини яна давом эттиришдан иборатдир. Бу фаолият эса фақатгина бозор орқали амалга оширилади. Ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш корхоналари ўз фаолиятини 3 босқичда амалга оширадilar(1-расм).

Дастлабки муомала соҳасида улар ўзлари учун зарур бўлган иқтисодий ресурсларни сотиб оладилар. Иккинчи босқичда маҳсулотлар ёки хизматлар тайёрланиб, учунчи босқичга, яъни бозорларга сотиш учун чиқарилади. Биринчи ва учинчи соҳалар муомала соҳалари ҳисобланади. Бу фаолият бозорда рўй беради. Демак, ҳар қандай ишлаб чиқариш фаолиятининг аввали ва охири бозорларда амалга ошади.



1-расм. Ишлаб чиқариш (хизмат кўрсатиш) жараёни босқичлари.

Бозор тушунчасининг мазмуни товар ишлаб чиқариш ривожланиши билан боғлиқ равишда кенгайиб борди.

Дастлаб у чакана савдо амалга ошадиган жойни, бозор майдонини ифодалар эди. Чунки, бозор пайдо бўлган ибтидоий жамиятда қабилалар ўртасидаги олди-сотди муайян пайтда ва муайян вақтда амалга ошар эди. Бу мазмун ҳунармандчиликнинг пайдо бўлиши ва шаҳар савдосининг вужудга келиши билан янада бойиди.

Ижтимоий меҳнат тақсимооти ва товар айирбошлашнинг янада ривожланиши бозор тушунчаси мазмунини янада кенгайтиради. Француз иқтисодчиси ва математиги Курно бозор тушунчасига тариф беришга ҳаракат

қилган олимлардан ҳисобланади. У «бозор» тушунчасини бирон бир жойни, майдонни эмас, балки ҳаридор ва сотувчилар ўртасидаги алоқалар эркин ташкил топадиган ва нарх тезда тенглашадиган бутун бир районни ифодалайди деган тушунчани берди. Ҳозирги даврда бозорни хўжалик юритувчи субъектлар орасидаги хўжалик алоқалари тури сифатида ҳам қаралмоқда. Хўжалик алоқаларининг икки тури мавжуд:

1. Моддий-буюм алоқалари.
2. Товар алоқалари.

Бозор воситаси билан амалга ошадиган товар муомаласида фақат тўғри (ишлаб чиқариш-бозор-истеъмол) эмас, балки, тескари (истеъмол-бозор-ишлаб чиқариш) муносабатлари ҳам муҳим роль ўйнайди. Демак, бозор хўжалик субъектлари орасида иқтисодий алоқаларни ташкил этиш ва амалга ошириш усули (ёки шаклидир). Бозор иқтисодий тушунча сифатида аниқ иқтисодий муносабатлар ва ҳаридор билан сотувчи, шунингдек савдо иштирокчилари ўртасидаги алоқалар мажмуидир.

Бугунги кунда бозорларнинг аҳамияти ниҳоятда ортиб кетади. Улар иқтисодиёт ривожланиши учун асосий омиллардан ҳисобланади. Бозорнинг иқтисодиёт ҳамда унинг корхоналари ва тармоқлари учун аҳамияти унинг функцияларида намоён бўлади (2-расм). Бозор функцияларига қуйидагиларни киритиш мумкин:

1. Ишлаб чиқаришни бошқариш. Бу функция ишлаб чиқариш билан истеъмол, шунингдек талаб ва таклифнинг миқдор ва нарх бўйича келишувини ифодалайди. Бозорларни ўрганиш асосида ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш фаолити амалга оширилади.

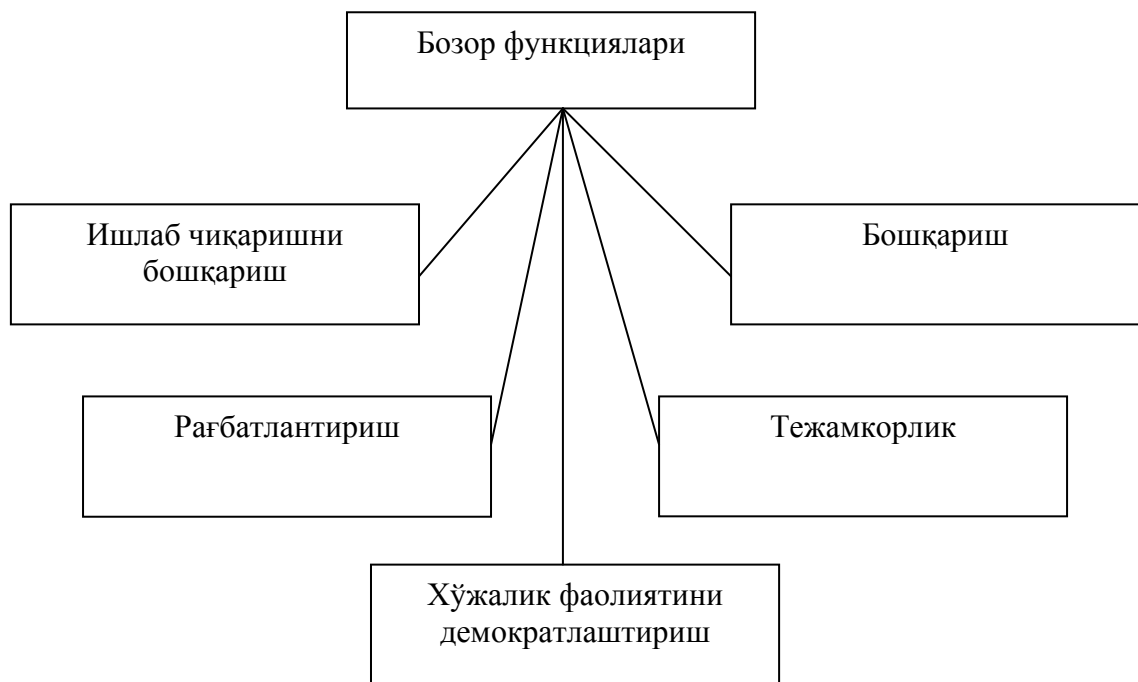
2. Рағбатлантириш функцияси. У максимал фойда олиш мақсадида товар бирлигига энг кам ҳаражат сарфлангани ҳолда ишлаб чиқарувчиларни янги товарлар яратишга ундайди.

3. Бошқариш функцияси ҳудудлар ва миллий иқтисодиёт соҳалари орасидаги ишлаб чиқариш ва айирбошлашдаги муайян мутаносибликни таъминлашни ифодалайди.

4. Тежамкорлик функцияси истеъмол соҳасида муомала ҳаражатларини ва ҳаражат ҳамда эҳтиёжларни ўлчашда ижтимоий «эталон»га нисбатан айрим ишлаб чиқарувчи иш ҳақи миқдорини қисқартиришни, шунингдек товарнинг қадрини аниқлашни ифодалайди.

5. Хўжалик фаолиятини демократлаштириш функцияси оқибатида рақобатчи товар ишлаб чиқарувчиларнинг табақаланишига олиб келувчи ҳаётини ўтаб бўлган элементларидан ижтимоий ишлаб чиқаришни тозалашда намоён бўлади.

Бозор муносабатлари бевосита ва билвосита амалга ошади. Бевосита муносабатларда олди-сотди ишлаб чиқарувчилар билан истеъмолчилар ўртасида амалга ошади. Билвосита муносабатларда эса ишлаб чиқарувчилар билан истеъмолчилар ўртасидаги алоқалар турли ўртачилар воситаси билан амалга ошади.



2-расм. Бозорнинг функциялари.

Олди-сотди натижасида ерга, уй-жойларга, корхоналарга, транспорт воситаларига, ишчи кучига, пул ресурсларига, умуман турли мулкларга эгалик шакли ўзгаради. Сотувчи ихтиёридан харидор ихтиёрига ўтади. Булар бозор объектларидир.

Корхона ва ташкилотлар бозорлардаги жараёнда қатнашадилар. Улар ўзлари учун зарур бўлган воситаларни ва буюмларни бозордан оладилар. Ишлаб чиқарган маҳсулотлари ва хизматларини бозорларда сотадилар. Уларнинг ишлаб чиқариш хўжалик фаолиятида бозорлар муҳим ўрин тутadi ва асосий омил бўлиб ҳисобланади. Улар бозорлардаги олди-сотди жараёнида қатнашиб бозор субъектларидан бири бўладилар. Ишлаб чиқарувчилар ёки сотувчилар бозордаги товар ва хизматларни таклиф этувчи корхоналар, яқка тартибдаги ишлаб чиқарувчилар ва давлат бўлиб, улар ўз товарларини эҳтиёжманд кишиларга берадилар. Харидорлар эса истеъмолчилар бўлиб, улар бозорга ўз талаб эҳтиёжи ва пул билан чиқадилад. Саноат корхоналари бир вақтнинг ўзида ҳам сотувчи, ҳам истеъмолчи бўлиб ҳисобланади. Харидорлар оддий истеъмолчи фуқаролар, ресурслар, сотиб олувчилар, иш кучини ёлловчи тадбиркорлар ва ҳоказолар.

Саноат корхоналари бозорларда самарали фаолият олиб боришлари учун бозордаги икки омилни яхши англаб олишлари зарур. Бу омиллар қуйидагилардир:

1. Рақобат, фойда, нарх, талаб, таклиф каби бозорнинг ўз механизми асосида;
2. Давлат буюртмаси, солиқлар ва ҳоказолар асосида давлат томонидан тўғридан-тўғри ва бевосита.

Корхоналар қатнашаётган бозорлар иқтисодий тартиблаштиришда ҳам иштирок этади. Иқтисодийнинг асосий масалаларидан ҳисобланган ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар турларини ва уларнинг ишлаб чиқариш

миқдорларини аниқлашда бозорларнинг аҳамияти ниҳоятда каттадир. Товарнинг бозорда серҳаридорлиги ёки камёблиги нархнинг қимматлашуви ёки арзонлашуви уларнинг жамиятга керак ёки ноқераклигини билдириб туради. Товарлар ва хизматлар чаккон сотилса улардан кўпроқ ишлаб чиқарилади, аксинча касод бўлсалар, ишлаб чиқарилиш тўхтатилади. Рақобат, нарх, талаб, таклиф, фойда каби механизмлар воситасида бозор ўзини-ўзи бошқаради.

Эркин ёки мукаммал рақобатли бозор иқтисодий фаолиятнинг атиги бир нечта соҳаларидагина мавжуд бўлади. Кўпчилик ташкилотлар харидорларни ўз товар ва хизматларининг афзал эканликларига қаноат ҳосил қилдиришга интиладилар. Кўпчилик корхоналар ўхшаш товарларни «янги такомиллашган» сифатга эга деб ифодалашга ҳаракат қиладилар ва шу йўл билан ўзларига мавқе яратишга эришадилар. Бундай бозор монопол рақобатли бозордир.

Монопол рақобатли бозор бозордаги шундай вазиятки, бунда катта бўлмаган нисбатан кўп сонли ишлаб чиқарувчилар айнан бўлмаган, лекин ўхшаш товар ва хизматларни таклиф этадилар. Юзлаб, минглаб фирмалар қатнашадиган эркин рақобатли бозордан монопол рақобатли бозорда бир неча ўнлаб фирмалар ўзаро рақобатлашадилар. Бундай шароитда бизни бир фирманинг афзалликка эришишда уриниши бошқалар фаолиятига таъсир этмайди.

Монопол рақобатли бозорнинг яна бир белгиси товарларнинг табақалашувидир. Бунда корхоналар бир товарни турли кўринишларда ишлаб чиқарадилар. Товарлар ўзаро сифатига, кўрсатиладиган хизматларга, жойлашувига, қадоқланишига кўра фарқ қиладилар.

Ҳар қандай бозор ўзининг ихтисослашган кичик қисмларига-сегментларига эга бўлади. Сегмент қуйидаги мезонлар орқали аниқланади:

- аҳолининг ҳарид қобилияти;
- яшаш шароити;
- ҳаридорнинг ёши ва жинси;
- ҳаридор диди, яъни қандай товарларни афзал кўриш;
- кишиларнинг меҳнат фаолияти;
- турмуш тарзи;
- инфляция даражаси;
- бозор инфраструктураси ҳолати.

Бозорга хилма-хил товар ва хизматлар чиқарилади, улар бозор объектини, аниқроғи у ердаги олди-сотди объектини ташкил этади

Миллий бозорнинг асосий вазифаси мамлакат истеъмолини тўла қоплаш, шу билан бирга ишлаб чиқарилган маҳсулотларни сотиб, даромадни таъминлаш, чунки бусиз истеъмомол учун реал талаб шаклланмайди. Агарда маҳаллий бозор иқтисодий алоқаларда асосан горизонтал тарзда амалга ошса, миллий бозор кўпроқ вертикал ҳаракатни ўзида ифодалайди. Бунда товарларнинг вилоятлар ва туманлар устидаги самарали ҳаракатлари таъминланади.

Ўзбекистон миллий бозори мустақиллик шарофати билан юзага келиб, жуда катта имкониятларга эгадир. У мамлакат иқтисодиёти, унинг бозор тизимига ўтиши билан боғланган тараққиёт имкониятларига асосланади. Бундан ташқари халқаро иқтисодий алоқаларнинг ривожланиши, жаҳон бозорида қатнашув миллий бозорнинг тезлик билан кенгайишига мамлакат халқи манфаатларини тўла таъминлашга олиб келади. Мамлакатимизнинг саноат корхоналари ўзларининг фаолиятларини маҳаллий бозорларда бошлайдилар ва аста-секинлик билан бошқа мамлакатлар бозорларига чиқишга ҳаракат қиладилар. Бу фаолиятда улар бошқарувнинг режалаштириш функциясидан кенг миқёсда фойдаланадилар.

1.2. Режалаштириш ва бизнес-режалар тузишнинг назарий асослари.

Саноат корхоналаридаги раҳбарлар ҳисобга оладиган кўп ўзгарувчилар келажакдаги шароитларга боғлиқ бўлади. Келажак устидан эса ҳеч қандай назорат ўрнатиб олмайди. Корхона раҳбарлари келажакдаги ҳолатларни ички ва ташқи шароитларни қанчалик яхши билса, тузилаётган режалар шунчалик самарали, ишончли бўлади.

Истиқболни белгилаш ўткан дарвларда тўпланган тажрибалардан фойдаланиб келажак тўғрисидаги фикрга келишдир. Агар истиқболни белгилаш аниқ амалга оширилган бўлса, натижада келажакдаги аниқ ҳолат кўриниши олинади. Ҳозирги вақтда фақатгина истиқболни белгилаш билан шуғиланаётган ташкиломлар мавжуд бўлиб, улар тегишли соҳаларга ўз тадқиқотлари натижасини бериб турадилар. Истиқболни белгилаш натижалари раҳбар томонилан аниқланиладиган ташкилот мақсадларига қўшилади.

Корхонага фойда келтириш учун бозор конъюнктурасида тўғри йўналишни танлаш, бозордаги ўз ўрнини тўғри ва аниқ белгилай олиш, дарҳол олинadиган фойдани эмас, балки узоқ истиқболдаги ривожланишни кўра билиш муҳим аҳамият касб этади. Шу ва шу каби вазифалар заминиди башорат қилиш ва унинг яқунловчи қисми бўлган режалаштириш ётади. У корхона мақсадларини шакллантириш, унга эришиш восита ва усулларини аниқлаш жараёнидан иборатдир. Режалаштириш натижаси режа, ҳатти ҳаракатларнинг мотивлаштирилган модели бўлиб, у иқтисодий муҳит ва қўйилган мақсадларни башорат қилиш асосида яратилади.

Бозор муносабатларига ўтишда режалаштириш деярли эсдан чиқиб қолай деди. Айрим олим ва мутахассислар, айниқса, бозор ва бозор муносабатлари тарафдорлари режалаштиришни бозор механизмига умуман тўғри келмайди ва бозорнинг ўзи ҳамма нарсани жой-жойига қўяди деб ҳисоблайдилар. Режалаштириш сифати ва мезонлар муҳим бўлиб, уларга кўра корхона фаолияти баҳоланади ва бозор шароитларида унинг барқарорлиги таъминланади. Шу сабабли, бозор режалаштиришни умуман тан олмайди дейиш нотўғри бўлар эди. Аксинча, рақобатли кураш шароитларида ишлаб чиқарувчилар ва таъминотчилар ўз фаолиятини синчиклаб режалаштиришлари зарур. Бозор механизми субъектив омиллар

асосий ролни ўйновчи ресурсларни марказлашган тарзда тақсимлашга қараганда қаттиқ ва жиддийроқ ҳисобланади.

Шу сабабли аввалги пайтларда турли хил буйруқлар, назорат рақамлари ва лимитларга асосланган режалаштиришни самарали ва оқилона фаолият кўрсатишнинг мажбурий воситаси бўлган режалаштириш билан адаштирмаслик керак. У хорижда ҳам тўлиқ бекор қилинмаган. Масалан, Италиянинг «Фиат» концерни 1970 йилдан бошлаб тасдиқланган 3 йиллик режалар бўйича, 1988 йилдан эса 5 йиллик режалар бўйича ишламоқда. Концерннинг беш йиллик режалари жорий ва оператив-ишлаб чиқариш режалари билан боғлиқ бўлиб, беш йиллик режанинг ҳар бир йили якунидан сўнг ўтган йил давомида эришилган амалий натижаларни ҳисобга олган ҳолда унга ўзгартиришлар киритилади.

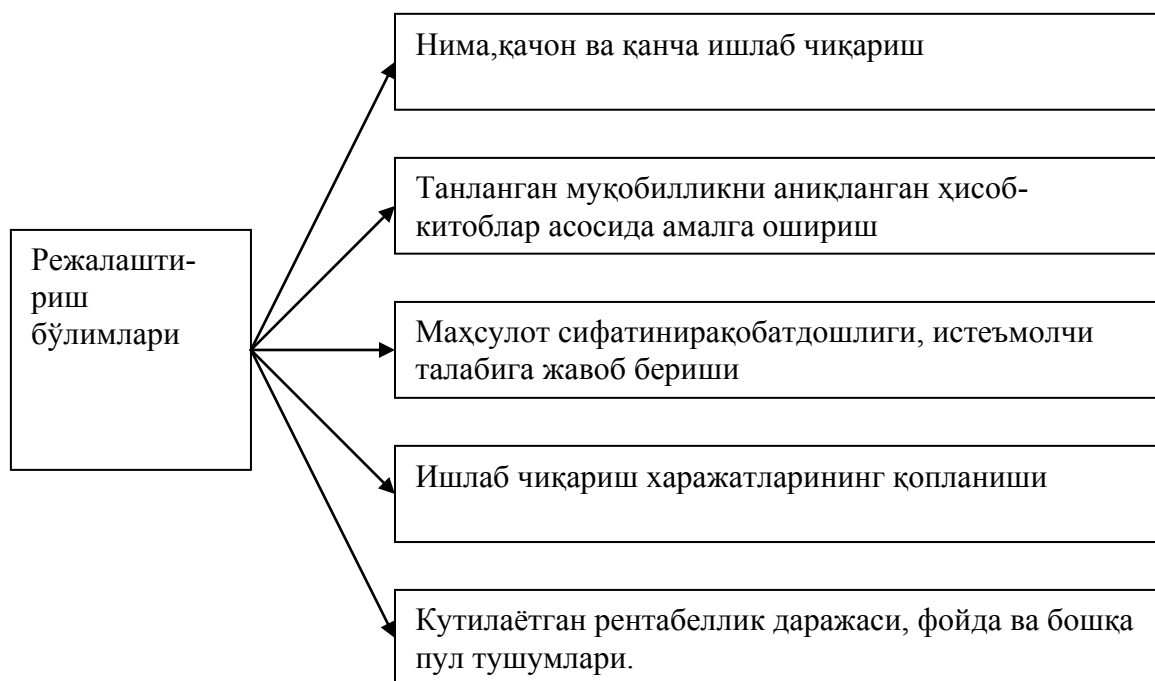
Чет эл тажрибаларининг ҳаммасидан ҳам мамлакатимизда фойдаланиш лозим бўлмасада, бироқ режалаштиришнинг роли муҳимлиги аслоҳида исбот талаб қилмайди. Айнан режалаштириш ва башорат қилиш нимани, қанча, қачон ва ким учун ишлаб чиқариш керак деган саволларга жавоб топади. Хусусан, кўплаб корхоналарнинг яратилиши ва фаолияти режалаштиришдан бошланади. Режалаштириш мавжуд ишлаб чиқариш қувватлари, рақобатли афзалликлардан максимал фойдаланиш, турли хато ва камчиликларнинг олдини олиш, иқтисодиётдаги янги тенденцияларни кузатиш ва улардан ишлаб чиқариш фаолиятида фойдаланиш, корхона фаолиятининг кучсиз томонларини аниқлаш ва бартараф қилиш ҳамда асосланмаган рискларнинг олдини олишга имкон беради.

Шундай қилиб, бозор иқтисодиёти режалаштиришни ҳам башорат қилишни ҳам инкор этмайди. Уларнинг иккаласи ҳам корхона, бирлашма ва бошқа ишлаб чиқариш структураларининг ўз кучи билан ёки бунинг учун махсус жалб қилинган илмий ташкилотлар, олий ўқув юрти мутахассислари ҳамда айрим олим ва мутахассислар ёрдамида амалга оширилиши мумкин. Бунда замонавий тенденцияларнинг келгусида экстраполяцияси, мантикий таҳлил, турли хилдаги иқтисодий-математик усуллар, эксперт баҳолаш усули ва вазият таҳлили каби бир қатор усуллар қўлланиши мумкин. У ёки бу усулдан фойдаланиш башорат қилинаётган объектнинг ўзига хосликлари, унинг ривожланишига доир ишончли маълумотларнинг мавжудлиги ва таҳлилчиларнинг малакасига боғлиқ бўлади.

Ишлаб чиқилган режа биринчидан, ишлаб чиқариш имкониятлари билан боғланган бўлса, иккинчидан, ундаги хато ва камчиликлар минимал бўлса, учинчидан эса, ишлаб чиқариш режалаштирилган маҳсулот истеъмол талабига эга бўлса, бу ҳолда режалаштиришни самарали деб ҳисоблаш мумкин бўлади. Корхона раҳбарияти тасдиқлаган режа буйруқ мақомига эга бўлиб, барча бажарувчилар учун мажбурий характерга эга бўлади.

Бизнес қанчалик йирик, кўрсатилаётган хизматлар, бажарилаётган иш ва ишлаб чиқарилаётган маҳсулот ҳажми қанчалик кенг бўлса, корхона ҳажми ва йўналишига мос равишда режалаштириш жараёнида ҳал қилиниши лозим бўлган вазифалар доираси шунчалик кенгайди. Бироқ ҳар қандай ҳолатда ҳам режалаштириш қуйидаги саволларга жавоб бера олиши лозим (3-расм):

- биринчидан, нимани, қачон ва қанча ишлаб чиқариш;
- иккинчидан, танланган муқобилликни аниқланган ҳисоб-китоблар асосида амалга ошириш лозим;
- учинчидан, маҳсулот сифати, унинг рақобатбардошлиги қандай ва у истеъмолчилик талабига эга бўладими;
- тўртинчидан, маҳсулот чиқариш билан боғлиқ бўлган ишлаб чиқариш харажатлари ва бошқа сарф-харажатлар қопланадими;
- бешинчидан, кутилаётган рентабеллик даражаси, фойда ҳажми ва бошқа пул тушумлари таъминланадими.



3-расм. Режалаштириш босқичлари.

Режалаштириш олдига қўйилаётган бу каби саволларга жавоб топа олмаса режалаштириш оддий расмийликка айланиб, асосланмаган характерга эга бўлади, ишлаб чиқаришнинг келгуси ривожланиши издан чиқиб, корхонанинг ўзи молиявий қийинчиликларга дуч келади ва иқтисодий барқарорликни йўқотади. Шунинг учун ҳам режалаштириш ёки режани ишлаб чиқишга киришишдан олдин иқтисодий таҳлил ўтказиш муҳим ҳисобланади.

Режалаштириш доимо келажакка йўналтирилган бўлади. Бу ҳолат ун қай бир даражада башорат қилишга ўхшаш қилиб қўяди. Бироқ режалаштиришдан фарқли равишда башорат қилиш жараёнида белгиланган мақсадларга эришиш имкониятлари аниқланади. Башорат эҳтимолий характерга эга бўлади. Унда одатда келгусида турли ҳатти-ҳаракатлар ва ташқи (табiiй, иқлим, иқтисодий, илмiiй-техник ва ҳоказо) омиллар таъсири остида у ёки бу мақсадлардан четга чиқиш эҳтимоли даражаси баҳоланади.

Режа ва башорат корхона ривожланиши истикболларини аниқлашга иккита муқобил ёндашув эмас, балки ҳўжалик стратегиясини ишлаб чиқишнинг бир-бирини тўлдириб турувчи босқичлари бўлиб, бунда режа

корхона бошқарувининг асосий воситаси ҳисобланади. Шу сабабли ҳар бир ҳолатда башорат қилинган кўрсаткичлардан режалаштирилган кўрсаткичларга ўтиш таъминланиши лозим бўлади.

Иқтисодиётнинг бозор муносабатларига ўтиши билан корхоналарда ишлаб чиқилувчи олдинги техника-саноат режалари, қурилиш режалари, транспорт-молия режалари қайси тармоққа қарашли эканига қараб ўз ўрнини бизнес-режаларга бўшатиб берди. Бизнес-режада бизнес фалсафаси, корхонанинг жорий ва истиқболдаги стратегияси акс эттирилади.

Бизнес-режалар тўғрисида айрим муаллифлик фикр ва мулоҳазаларини келтириб ўтишга ҳаракат қиламиз.

Эдвард Блэквеллнинг «Қандай қилиб бизнес-режа тузиш» асарида кўрсатилишича: «Бизнес-режа банк ёки бошқа молиявий муассасалардан пул олиш керак бўлганда, шунингдек, акциялар эмиссиясида фойдаланилувчи режадир».

1998 йилда Грузинов В.П. муҳаррирлиги остида нашр қилинган «Корхона иқтисодиёти» дарслигида қайд этилишича: «бизнес-режа бирон-бир тижорат лойиҳасини амалга ошириш ёки янги корхона яратиш учун мўлжалланган асосланган ҳатти-ҳаракатлар йиғиндисини ифодаловчи ҳужжатдир»¹ деб таъриф берилади. 1996 йилда Горфинкель В. Л. ва Купрякова Е.М. муҳаррирлиги остида чиқарилган худди шундай китобда айтиладики «тадбиркорлик бизнесининг асосий мақсади фойда олишдир. Кўзда тутилган битимни режалаштиришда аввало қандай сумма олишга умид қилиш ва лойиҳа умуман кутилаётган миқдорда фойда келтиришга қодирлигига ишонч ҳосил қилиш лозим»².

Бизнес-режа қуйида келтирилган учта асосий функцияларни бажаришга боғлиқ деган фикр ҳам мавжуд:

- бизнес юритиш концепциясини ишлаб чиқиш;
- корхона фаолиятининг амалдаги натижаларини баҳолаш;
- пул маблағларини жалб қилиш зарурлигини асослаб бериш.

Юқорида келтирилган шарҳдан кўриниб турибдики, бизнес-режани тузиш зарурати айрим ҳолларда ўз бизнесини яратиш билан, иккинчи ҳолда банк ёки бошқа молиявий муассасадан пул олиш нияти билан, учинчидан эса тижорат лойиҳасини амалга ошириш, янги корхона яратиш зарурати билан асосланади.

Бизнес-режани тайёрлаш, унинг мақсад ва вазифаларида аниқлик бўлиши зарур. Бусиз юқорида эслаб ўтилган В.П. Грузиновнинг «Корхона иқтисодиёти» дарслигида кўрсатилган ҳолат келиб чиқиши мумкин: «Корхона бизнес-режаси – янги корхона яратишни кўзда тутувчи ҳужжатдир»³.

Бизнес-режа биринчидан, корхонанинг барча бўлим ва хизматлари

¹ Экономика предприятия. Под ред. проф. Грузинова В.П.- М.: «ЮНИТИ», 1998

² Экономика предприятия. Под ред. проф. Горфинкеля В.Я., Купрякова Е.М. –М.: «ЮНИТИ», 1996

³ Экономика предприятия. Под ред. проф. Грузинова В.П.- М.: «ЮНИТИ», 1998

мажбуриятлари ва жавобгарлигини аниқлашга имкон беради, иккинчидан, уларни корхона истикболи билан шуғулланиш ҳамда корхона мақсадларини ва уларга эришиш йўллари аниқлашга мажбур қилади, учинчидан, корхона фаолиятининг муҳим йўналишлари бўйича кўрсаткичларни белгилаб беради, тўртинчидан эса, корхонанинг бозордаги кутилмаган ўзгаришларга янада мослашувчан ва тайёр қилиб қўяди. Бизнес-режани ишлаб чиқиш биринчидан, қоғозда қолиб кетмасдан амалиётда қўлланиши, иккинчидан, экспертиза томонидан рад қилинмаслиги ва учинчидан фойданинг ўсиши ва корхонанинг умумий молиявий ҳолати яхшиланишига хизмат қилиши мақсадида ўзига алоҳида эътибор ва чуқур ўйлаб чиқилган ёндашув талаб қилади.

Бизнес-режанинг таркиби, тузилмаси, кўрсаткичлари ва бошқа жиҳатлари одатда корхонанинг ҳажми (қуввати), йўналиши, иқтисодий ва молиявий ҳолати, шунингдек, гап ўз ишини энди бошлаётган тадбиркорлик ёки мавжуд корхона ҳақида бораётганлигига боғлиқ бўлади. Агар гап барча ташвишлар ўз ишини бошлаш ва бунинг учун зарур бўлган бошланғич капитални, жумладан, банк кредитлари ҳисобига шакллантириш билан боғлиқ бўлган тадбиркорлик ҳақида борса, бизнес-режанинг мазмуни ва уни тайёрлаш босқичлари битта (умумий) кўринишга эга бўлиши, янгиликлар киритиш ёки банкрот ёқасида турган корхона ҳақида борадиган бўлса бошқа кўринишга эга бўлади. Шундай бўлсада, ҳар қандай бизнес-режада танланган бизнес концепцияси очиқ берилувчи, таклиф қилинаётган маҳсулот, иш ёки хизматларнинг ўзига хослиги тавсифланувчи, шунингдек, истикболда олиниши лозим бўлган фойда (даромад) ва бизнесни кенгайтириш акс эттирилувчи бўлимлар мавжуд бўлади.

Бизнесни режалаштириш икки босқичда амалга оширилади. Биринчи босқичда бизнес-режанинг лойиҳа варианты ишлаб чиқилиб, унда ўтган йилда эришилган натижалар таҳлили ва келгуси йиллар учун ўз имкониятларини баҳолаш ҳисобига дастлабки ҳисоб-китоблар амалга оширилади. Бизнес-режа барча ҳисоб-китобларда белгиланган технологик жараёнларга, ички захиралардан тўлиқ фойдаланишга асосланиши ҳамда зарур ҳолларда ташкилий ва техник-иқтисодий тадбирлар билан мустаҳкамланиши лозим.

Ушбу босқичда чиқариладиган маҳсулотга жамият эҳтиёжлари ва бозор талабини аниқлаш катта аҳамиятга эга. Жамиятнинг аниқланган эҳтиёжларидан ташқари истеъмолчилар маҳсулотни харид қилиш учун сарфловчи ва корхона ушбу эҳтиёжларни қондириш учун маҳсулот ишлаб чиқаришга сарфловчи ресурсларнинг чекланганлиги ҳам мавжуд. Шунинг учун «эҳтиёж - ресурслар» боғлиқлиги бизнес-режанинг асосий бўғини ҳисобланади. Эҳтиёжларни аниқлаш корхонани истеъмолчилик талабига эга бўлмаган маҳсулот чиқариш учун харажатлар сарфлашининг олдини олади, талаб қилинувчи ресурслар ҳисоб-китоби эса хато ва камчиликларга йўл қўймайди.

Иккинчи босқич бу бизнес-режани якуний ишлаб чиқиш ва уни корхонанинг расмий ҳужжати сифатида тасдиқлашдир. Айнан шу сифатда

бизнес-режа ҳуқуқий кучга эга бўлиб, турли идора ва муассасаларга, хусусан, банклардан молиявий ресурслар олиш учун тақдим этилиши мумкин. Агар уни ишлаб чиқиш ўз навбатида корхонанинг ишлаб чиқариш ва иқтисодий (молиявий) стратегиясини ишлаб чиқишга имкон берувчи маркетинг тадқиқотлари ва бозор таҳлилига асосланса тўғри бўлур эди.

Саноат корхоналарининг бизнес-режалари истеъмол бозорида ва умуман иқтисодиётда рўй бераётган ўзгаришларни ҳисобга олган ҳолда вазиятга кўра қайта кўриб чиқилиши, зарур ҳолларда ўзгартиришлар киритилиши мумкин. Энг асосийси у корхонанинг бозордаги улушини сақлаб қолишга кўмаклашиши, келгусида ишлаб чиқариш ва сотиш бизнес-режанинг асосий қисмидан ўрин эгалловчи маҳсулотнинг ҳаётийлик даврини узайтиришга хизмат қилиши лозим. Бозор ишлаб чиқаришни ташкил этиш ва режалаштиришда хатоларни, ўйланмай қилинган ҳатти-ҳаракатларни кечирмайди. Бизнес-режаларда якуний мақсаднинг битталигига қарамай, бизнес-режани ишлаб чиқишнинг ҳар бир босқичи бажариши лозим бўлган белгиланган вазифалар доираси мавжуд. Биринчи босқичда асосан корхонанинг истеъмолчиларга таклиф қилиши мўлжалланаётган товар ва хизматлар таркибини танлаш (янги маҳсулот, модификацияланган ёки анъанавий маҳсулот), ишлаб чиқариш дастурини бажарувчи бўйича тақсимлаш, талаб қилинадиган хом-ашё, материал ва бошқа зарур воситалар ҳажмини, шунингдек, тайёр маҳсулотни сотиш каналларини аниқлаш, маҳсулот таннархи, кутилаётган фойда ва ҳоказоларни ҳисоб-китоб қилиш вазифалари бажарилса, иккинчи босқичда барча дастлабки ҳисоб-китоблар бирлаштирилади ва корхона бизнес-режасини шакллантириш якунланади.

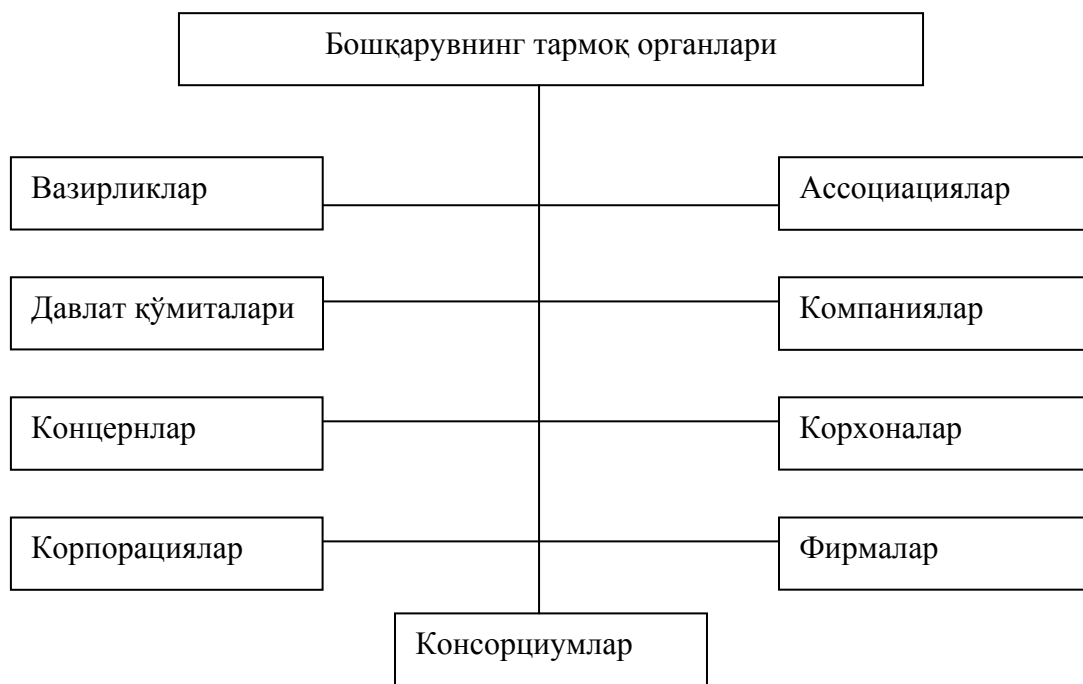
Бизнес-режани ишлаб чиқишнинг биринчи босқичидаги ҳисоб-китоблар қанчалик аниқ ва беҳато бажарилган бўлса, унинг бошқарув ҳужжати ва ҳўжалик юритиш воситаси сифатидаги ишончлилиги шунчалик юқори бўлади. Бизнес-режа босқичларини ишлаб чиқиш ўртасида узоқ танаффус бўлмаслиги ва ортиқча ахборот билан тўлдириб ташланмаслиги лозим. Тўлиқ бизнес-режанинг компьютерда терилган матни эллик варақдан ошмаслиги лозим. Бироқ сўнгги йилларда, хусусан, рақобат кучли бўлган соҳа ва тармоқларда қисқартирилган бизнес-режалар кенг қўлланаётган бўлиб, уларнинг ҳажми 10-15 варақдан ортмаяпти. Шундай бўлсада, бизнес-режа ҳар қандай вариантида корхона миссиясини бажариш ва унинг пировард мақсадларига эришишни таъминлашга хизмат қилиши лозим.

Бизнес-режа бу оддий бир ҳужжат эмас. У корхонанинг конституцион асосини ташкил этиб, унинг ишлаб чиқариш бизнесини, келгусида ривожланиш стратегиясини белгилаб беради. Корхона стратегияси эса, маълумки, турли хил бўлади: кимдир маҳсулдор, яъни ишлаб чиқариш стратегиясини афзал кўрса, бошқаларга молиявий стратегия кўпроқ тўғри келади. Бозорга янги маҳсулдор ғоя билан киришга ҳаракат қилаётган янги корхона ва фирмалар одатда молиявий стратегияга катта эътибор қаратадилар. Бозорда маълум маънода барқарор ўринга эга бўлган бошқа корхоналар эса асосий эътиборни ишлаб чиқариш стратегиясига қаратадилар.

1.3. Хиссдорлик жамиятлари тўғрисидаги Ўзбекистон Республикаси Қонуни моҳияти.

Мамлакатимизда “Хиссдорлик жамиятлари тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни қабул қилинган ва Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисида бу қонуннинг янги таҳрирдаги варианты қабул қилинди. Ушбу қонуннинг моҳиятини очиб беришдан олдин хиссдорлик жамиятларини ташкил этилиши асосларини кўриб чиқсак мақсадга мувофиқ бўлар эди..

Бошқарувнинг структураси тўғрисида фикр юритганда, авваламбор мамлакат иқтисодиётининг бошқарув тизимини ўрганиш лозим. Республикаимизда мустақил тармоқларнинг сони 18 тадан, корхоналарнинг сони эса 100 минггадан ортади. Уларнинг ҳар бирини ривожлантириш, бир-бирлари билан ўзаро мувофиқлаштириш, мамлакат ҳудудида жойлаштириш ва маҳсулот (хизмат)га бўлган талабни аниқлаш тармоқ бошқаруви тизими олдида турган жуда мураккаб, кенг қамровли масалалардир. Бошқарув тизими ва структураси мана шу асосий вазифани ҳал қилиш йўлида амалга оширилади. Ундан ташқари барча фаолиятнинг соҳалари ва турлари бўйича самарадорликни таъминлаш вазифасини ҳам амалга ошириш лозим.



4-расм. Мамлакатимиз иқтисодиёти бошқарувининг тармоқ органлари.

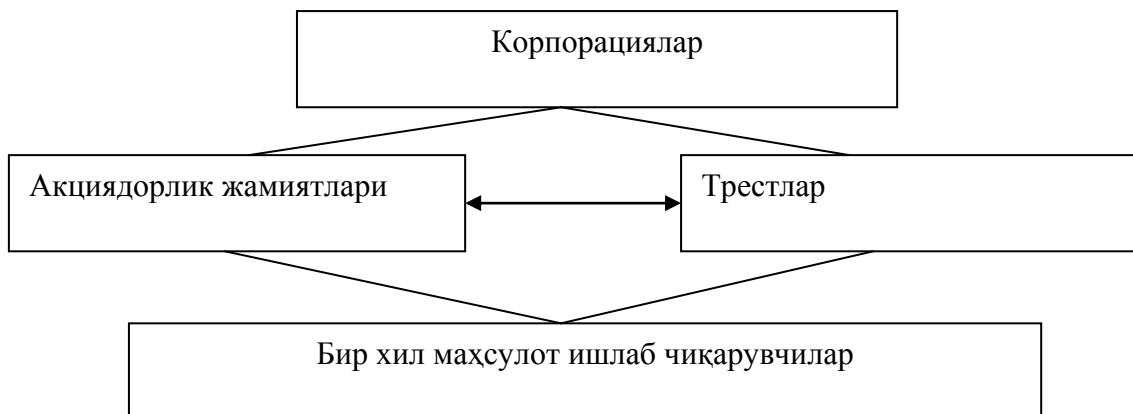
Мамлакатимиз иқтисодиёти олдида қўйилган ушбу масалаларни самарали ҳал қилиш учун бошқаришнинг қуйидаги тармоқ органлари мавжуд (4-расм):

- Вазирликлар;
- Давлат қўмиталари;
- Концернлар;
- Корпорациялар;
- Консорциумлар;

- Ассоциациялар;
- Компаниялар;
- Корхоналар;
- Фирмалар ва бошқа тадбиркорлик фаолияти субъектлари.

Ушбу ташкилотлар умумдавлат ва маҳаллий органлардан фарқли ўлароқ, бошқарув тизимида шунчаки ижрочи сифатидагина эмас, балки бошқарувчи тизимнинг иштирокчиси сифатида майдонга чиқади. Улар ичида корпорациялар муҳим ўрин тутди. Корпорацияларнинг таркиби 5-расмда кўрсатилган. Корпорациялар таркибида акциядорлик жамиятлари ва трестлар мавжуд бўлади.

Акциядорлик жамиятлари ташкил этишни зарур қилиб қўювчи биринчи сабаб пул капиталига эҳтиёждир. Кичикроқ корхонани ёки устaxonани ташкил этиш учун жуда катта миқдорда пул маблағлари талаб этилмайди. Лекин қайта ишлаш саноатида, айниқса замонавий технологиялар ва технологик линиялардан фойдаланишга асосланган корхоналарни ташкил этишда пул ресурсларига эҳтиёж жуда катта бўлади, асосий капиталга ва айланма маблағларга инвестициялаш учун молиявий ресурслар керак бўлади. Бундай шароитда корхонани акциядорлик жамияти кўринишида ташкил этишдан бошқа маъқулроқ йўл йўқ.



5-расм. Корпорациялар ва уларнинг тузилиши.

Бугунги кунда мамлакатимизда "Ўздонмаҳсулот" (20.06.1994), "Ўзбалик" (18.08.1994), "Маҳаллий саноат" каби корпорациялар фаолият кўрсатмоқда.

Корхона - бу ҳар қандай иқтисодий тазимда асосий ва бирламчи бўлин бўлиб ҳисобланади. Корхона тўғрисидаги қонунда корхона юридик шахс ҳуқуқларига эга бўлган ҳўжалик субъекти бўлиб, ўзига тегишли ёки тўлиқ

хўжалик ҳисобидаги мулкдан фойдаланиш асосида маҳсулот ишлаб чиқаради, сотади ёки ал-машади, ишлар бажаради, хизматлар кўрсатади, деб таъкидланган.

Улар ўз фаолиятларини амалдаги қонунчиликка мувофиқ равишда ўзаро рақобат ва мулкчиликнинг барча шакллари ва уларнинг тенг ҳуқуқлилиги шароитларида амалга оширади.

Жаҳон амалиётида корпоратив муносабатларни тартибга солишнинг бой тажрибаси тўпланган. Кўпгина ривожланган давлатларда ишбилармонлик ва ҳукумат доиралари миллий иқтисодиётида корпоратив бошқарув жараёнларини тартибга солувчи йиғма қоидалар, махсус тамойилларни ишлаб чиқдилар ва татбиқ этдилар. Бу йиғма қоидалар (корпоратив ҳуқ-атвор Кодекси) шундай тамойилларни акс эттирадики, уларга корхоналар корпоратив бошқарув соҳаларида риоя қилишлари зарурдир.

Улар таркибига Буюк Британияда молиявий ахборотлар бўйича кенгаш томонидан ва бухгалтерия хизматчилари касаба уюшмалари ҳамда Лондон биржаси томонидан 1991 йилда тайёрланган «Кэдбери Кодекси»ни, 2000 йил январидан корпоратив бошқарув бўйича Германия гуруҳи томонидан тайёрланган «Германия корпоратив бошқаруви учун энг яхши амалиёт Кодекси»ни; француз саноати Миллий Кенгаши гуруҳлари томонидан тайёрланган «М.Вьено раислигидаги корпоратив бошқарув бўйича қўмита тавсиялари» (1995 ва 1999 йиллардаги нашрида)ни киритиш мумкин.

Шуни айтиш керакки, корпоратив бошқарув Кодексининг ҳуқуқий мақоми турли мамлакатларда турличадир. Бир мамлакатда у корпорациялар ўзларининг қимматли қоғозлари биржадаги листингдан (баҳолаш) ўтиши учун мажбурий шартлар умумий пакетининг бир қисми ҳисобланади. Бунда қимматли қоғозлар эмитентига қўйилган талабларнинг мазмуни листингдан истисно хатари остида Кодексга мажбурий риоя қилишдан эмас, балки Кодекс томонидан тавсия этилган қоидаларга риоя қилмаслик сабаблари тўғрисида оммавий маълум қилиш мажбуриятидан иборат.

Ўзбекистонда ҳам янги, бозор иқтисодиётига хос бўлган корхоналарни корпоратив бошқарув тизимини шакллантириш ва шу орқали улар фаолиятининг самарадорлигини ошириш тадбирлари кўрилди. Хусусан, «Акциядорлик жамиятлари ва акциядорларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида»ги қонун (1996 йил апрел), қатор ҳукумат қарорлари ва Президент фармонлари орқали акциядорлик жамиятларини янгича асосда бошқарувнинг ҳуқуқий асослари яратилди. Акциядорлик жамиятларида икки бўғинли бошқарув ташкил этилиб, кузатув кенгашларига катта ҳуқуқ ва мажбуриятлар юклатилди.

Акциядорлик жамиятининг хўжалик юритиш субъекти ва мулкчилик муносабатлари шакли сифатидаги асосий хусусиятлари қуйидагиларда ифодаланади:

- акциядорлик жамиятининг мулкӣ, ҳуқуқӣ, иқтисодӣ ва ташкилий жиҳатлари алоҳида қонунчиликда белгилаб берилади. Бу қонунчилик, бир томондан, мулкдорлар, шу жумладан йирик

мулкдорларнинг мулкни тасарруф этишдаги устун мавқеини таъминласа, иккинчи томондан майда мулкдорлар (майда акциядорлар) ҳуқуқларини ва манфаатларини кафолатлаб қўяди;

- акциядорлик жамиятида мулкка эгалик билан мулкдан тадбиркорлик фаолияти мақсадларида фойдаланиш жараёнида содир бўладиган иқтисодий таваккалчилик бир-биридан ажратиб қўйилган. Корхона фаолияти натижалари учун мулкдор масъулияти унинг мулкдаги улуши билан чекланган;

- корхонага эгалик қилиш билан корхонани бошқариш жараёни алоҳидалаштирилган. Алоҳида олинган акциядорнинг корхонани бошқарув жараёнига аралашishi муайян тартиб-қоидалар доирасида юз бериши мумкин, холос. Акциядор корхонани жорий бошқариш жараёнига бевосита аралаша олмайди. Корхона маъмурияти алоҳида олинган акциядор манфаати учун эмас, балки барча акциядорлар умумий манфаати учун ишлай олади;

- корхона фаолияти акциядорлик жамиятида хўжалик субъектларини ташкил этиш бошқа шаклларига нисбатан мулк эгалари томонидан бир мунча батафсилроқ тартиблаштириб қўйилган бўлади. Акциядорлик жамияти уставида корхоналар бошқа турлари уставлари ёки Низомларидагига нисбатан корхонани бошқариш, бошқарув тўзилмалари ўзаро муносабатлари, молия-хўжалик фаолиятини тасарруф этиш ва бошқа қатор масалалар ҳал этилиши тартиби аниқ-равшан белгилаб қўйилади;

- корхона фаолияти ва унинг натижалари мулкчилик бошқа турларига нисбатан шаффофроқ ҳарактерда. Акциядорлик жамиятининг молиявий ҳисоботи ҳолис аудитор томонидан тасдиқланиши ва очиқ матбуотда эълон қилиниши лозим;

- акциядорлик жамияти уч поғонали бошқарув тизимига эга бўлади. Бошқаришнинг олий органи акциядорларнинг умумий йиғилиши бўлиб, у корхона тараққиётининг асосий стратегик йўналишларини белгилаб беради, мавжуд қонунчилик доирасида корхонани бошқаришнинг тартиб-қоидаларини ишлаб чиқади ёки тасдиқлайди. Акциядорлар умумий йиғилишлари оралиғида корхона фаолиятига умумий раҳбарлик ва назорат қўзатувчилар кенгаши зиммасида бўлади. Уни акциядорлар умумий йиғилиши сайлаб қўяди. Корхонани оператив, тактик бошқариш эса ижроия органи зиммасига юкланади. Бу орган турлича номланиши ёки тўзилиши мумкин (ижрочи директор ёки директорлар кенгаши), лекин унинг фаолияти бевосита қўзатув кенгаши томонидан назорат қилинади;

- хўжалик субъектларини ташкил этишнинг бошқа шаклларига нисбатан акциядорлик жамиятида бошқарув ижроия органининг корхона мулкни идора этишдаги реал ҳуқуқлари ва мавқеи бир мунча юқори бўлади. Расман, ҳар бир акциядор корпорациянинг ривожланишига таъсир кўрсатиши мумкин. Амалда эса акциядорларнинг анчагина қисми, айниқса, майда акциядорлар, бошқарув масалаларини ҳал этишда жуда сушт қатнашадилар. Акциядорлар кўпчилиги бошқарув масалаларини ҳал этишни ёлланма бошқарувчиларга юклашга мойил. Шунинг учун реал ҳокимият

сезиларли даражада акциядорлик жамиятининг ижроия органи қўлида тўпланади.

Акциядорлик жамиятлари очик турлик акциядорлик жамияти ёки ёпиқ турдаги акциядорлик жамияти сифатида ташкил этилиши мумкин. Очик турдаги акциядорлик жамияти акциядорлари ўзларига тегишли акциялардан бошқа акциядорлар розилигисиз эркин фойдаланишлари мумкин. Одатда очик турдаги акциядорлик жамиятининг акцияларига очик обуна ўтказилади ва эркин сотилади. Ўзбекистонда очик турдаги акциядорлик жамиятларининг акциядорлари минимал ва максимал сони чекланмаган.

Ёпиқ турдаги акциядорлик жамиятида акциялар фақатгина унинг таъсисчилари ёки жамиятнинг таъсис ҳужжатлари ёки уставида олдиндан белгилаб қўйилган шахслар орасида тарқатилади. Бундай жамият ўзи чиқараётган акцияларга очик обуна ўтказишга ёки бошқа йўл билан чекланмаган шахслар доирасига сотиш учун таклиф қилишга ҳақли эмас. Ўзбекистон Республикасида ёпиқ турдаги жамият акциядорлари сони эллик кишидан ортиб кетмаслиги керак. Акциядорлар сони бу миқдордан ортиб кетган тақдирда жамият бир йил ичида очик акциядорлик жамиятига айлантирилиши лозим. Шу муддат давомида мазкур шарт бажарилмаса, акциядорлик жамияти суд тартибида тугатилиши керак.

Мулкчилик акциядорлик шаклининг муҳим хусусияти шундаки, мулкка эгалик билан мулкдан тадбиркорлик мақсадларида фойдаланиш ва тадбиркорлик таваккалчилиги маълум даражада алоҳидалашган. Акциядорлик жамиятига хос бўлган афзалликлар уни ривожланган мамлакатларда бизнесни ташкил этишнинг етакчи шаклига айланишига сабаб бўлган. Бу афзалликларни қуйидагиларда кўриш мумкин:

1. Бизнесни ташкил этишнинг акциядорлик жамияти шаклида пул капиталини жалб этиш масаласи энг самарали ҳал этилади. Корпорацияни молиялашнинг бош манбаи акциялар ва облигациялар чиқариш ва сотишдир. Шу йўл билан уй хўжаликларининг жамғармалари тадбиркорлик мақсадларига сафарбар этилади. Акцияларнинг бозоргирлиги дивидендлар даражасига боғлиқ. Дивидендлар эса корхонанинг даромадлилиги билан белгиланади. Юқорида даромад келтираётган корхоналар акциялари тезроқ ва ўз номиналидан юқорироқ баҳоларда сотилади. Тегишли равишда корхона капитали тез суръатларда кенгайтирилиши мумкин ва бу имконият биринчи навбатда корхонанинг юқори рентабелли ишлаши туфайли вужудга келади.

2. Тадбиркорликни қимматли қоғозларни (шу жумладан акцияларни) сотиш орқали молиялаштирилганда инвесторлар ўз қўйилмаларини диверсификациялашлари ва шу билан таваккалчиликни пасайтиришлари мумкин. Алоҳида олинган шахс ўз маблағларига бир неча акциядорлик жамиятлари акцияларини сотиб олиши мумкин.

3. Бозор инфраструктураси (фонд биржалари ва бошқалар) қимматли қоғозларнинг харидорлар билан сотувчилар ўртасидаги ҳаракатини осонлаштиради. Тўловга қобилиятли корхона акциясини хоҳлаган пайтда қайта сотиш мумкин. Шунинг учун жамғармаларга эга бўлган кишилар корпорациялар қимматли қоғозларини сотиб олишга мойил бўладилар.

4. Акциядорлик жамиятида корхона молиявий фаолияти шаффофрок характерда, мулкчиликнинг бошқа шаклларига нисбатан жамоатчилик томонидан кучлироқ назорат қилинади. Шунинг учун мулкчилик бошқа шакллари корхоналарига нисбатан банклар уларни тезроқ кредитлайдилар.

5. Акциядорлик жамияти тақдирини алоҳида олинган акциядор (мулкдор) ҳал эта олмайди. Шериклик корхоналар фаолияти шериклар ўртасида низолар туфайли ҳеч қутилмаганда тўхтаб қолиши мумкин. Акциядорлик жамиятида эса мулкдорлар таркиби ўзгариши жуда осон тарзда амалга ошади ва бу корхона фаолияти йўналишлари ва корхона тақдирига бевосита таъсир этмайди. Шунинг учун акциядорлик жамияти ривожланиш истиқболини анча ўзоқ муддатга режалаштириш мумкин.

6. Корпорациянинг яна бир муҳим хусусияти мулкдорлар масъулиятининг чекланганлигидир. Акциядорлик жамияти эгалари акцияларни сотиб олган маблағлари сўммаси миқдоридагина таваккал қиладилар ҳолос. Корпорация банкротликка юз тўтган ҳолда ҳам, бу уларнинг шахсий активларига хавф солмайди. Кредиторлар акциядорлик жамиятига юридик шахсга нисбатан даъво қўзғатишлари мумкин, лекин жамиятнинг эгаларига нисбатан эмас, чунки жамиятнинг эгалари жамиятдан мустақил шахслар ҳисобланадилар. Масъулиятнинг чекланганлиги корпорацияга капитални жалб этишни енгиллаштиради.

7. Пул капиталини кўпайтира олиш борасидаги афзалликларига суянган ҳолда муваффақиятли иш олиб бораётган корпорация ўз операциялари ҳажмини ва кўламларини тез кенгайтира олади. Шу асосда капиталларни бирлаштириш натижасида эришилиши мумкин бўлган ютуқларни қўлга киритиш осонлашади, масалан, оммавий ишлаб чиқариш технологияларини қўллаш мумкин бўлади.

8. Акциядорлик жамиятида кўпчилик ҳолларда, ишлаб чиқаришнинг ёки бошқа иқтисодий фаолиятнинг катта кўламига таянган ҳолда, инсон ресурсларидан фойдаланишда юқори даражада ихтисослашишга эришилади. Бу фақат ишлаб чиқариш фаолиятининг ўзигагина эмас, балки корхонадаги бошқарув ва молиявий фаолиятга ҳам тааллуқлидир. Якка хусусий мулкчилик тадбиркорлигида кўп ҳолларда мулкдорнинг ўзи бошқарувчи сифатида ўз вақтини ишлаб чиқариш, бухгалтерия ҳисоби, бозор фаолияти ўртасида тақсимлашга мажбур бўлса, йирик корпорация бу йўналишларнинг ҳар бирида ихтисослашган кадрлардан фойдаланади ва яхшироқ натижаларга эришади.

II Боб. Корхоналарда бизнес-режа ишлаб чиқиш ва унинг таҳлили.

2.1. “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятининг ташкил этилиши ва умумий фаолияти таҳлили

Мамлакатимиз иқтисодиётини ривожлантириш ва зарур бўлган маҳсулотларни ишлаб чиқариш мақсадида турли мулк шаклидаги корхона ва ташкилотлар ташкил этилмоқда. Шундай мақсадда ташкил этилган корхоналардан бири “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятидир. Бу корхона вилоятимиз ва мамлакатимизнинг аҳолиси ва ташкилотларининг кундалик фаолиятларида муҳим ҳисобланган қоғоз ва картон маҳсулотларини ишлаб чиқаришга ихтисослашган бўлиб, у Наманган шаҳар ҳокимлиги ҳузуридаги “Тадбиркорлик субъектларини рўйхатдан ўтказиш инспекцияси”дан 2007 йил 29 январда 3392-рақам билан рўйхатдан ўтказилган “NAMANGAN QOGOZI” масъулияти чекланган жамияти Ўзбекистон Республикаси Ташқи иқтисодий фаолият миллий банкининг қарорига асосан ташкил этилган.

“NAMANGAN QOGOZI” масъулияти чекланган жамияти 1997 йили “Намбум ЛТД” номли Ўзбекистон-Германия қўшма корхонаси сифатида ташкил этилган. Бу вақтда таъсисчилар қаторида Германия, Россия, Буюк Британия ва Ўзбекистон томонлари бўлган. Корхонанинг ишлаб чиқариш қуввати йилига 5000 тонна қоғозни ташкил этган. Бир оз вақт ишлаб чиқариш фаолияти амалга оширилганидан сўнгра корхона кўп йил ўз фаолиятини тўхтатиб қўйди. Бунинг сабаблари айланма капитални етишмаслигида, таъсисчиларни ўз мажбуриятларини бажаришда сусткашлиги ҳисобланади. Корхона таназзулга юз тутди ва Наманган вилояти хўжалик судининг 2006 йил 29 августдаги қарорига кўра Ўзбекистон Республикаси ташқи иқтисодий фаолият Миллий банки балансига ўтказилди. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2008 йил 18 ноябрдаги фармонида кўра таназзулга юз тутган қўшма корхона базасида “NAMANGAN QOGOZI” масъулияти чекланган жамияти ташкил этилди. Миллий банк томонидан айланма воситалар учун ҳамда ишлаб чиқаришни тиклаш учун 1,2 млрд. сўм миқдорида маблағ ажратилди. 2009 йилнинг сентябрь ойида корхона тўла тикланди ва қоғознинг дастлабки партияси ишлаб чиқарилди.

“NAMANGAN QOGOZI” масъулияти чекланган жамияти юридик шахс ҳисобланади ва ўз фаолиятини Ўзбекистон Республикаси ҳудудида амал қилувчи қонунчилик ва ўзининг Устави асосида олиб боради.

Жамият ташкил этилган пайтдан бошлаб ўзининг мустақил балансига эга ва банк муассасаларида сўмда, хорижий валюталарда ҳисоб рақамларига эгадир.

“NAMANGAN QOGOZI” масъулияти чекланган жамияти тижорат ташкилоти ҳисобланади ва тадбиркорлик фаолияти давомида фойда олишни кўзлайди. Унинг асосий мақсади – вилоятимиз ва мамлакатимизнинг корхона, ташкилотлари ва фуқароларининг қоғоз маҳсулотларига бўлган эҳтиёжини қондиришдан иборатдир. Ушбу корхона қўйилган мақсадга эришиш учун қуйидаги фаолият турлари билан шуғулланади:

1. Канцелярия ва қадоклаш жихоз маҳсулотларини ишлаб чиқариш.
2. Офсет ва ёзув қоғозлари маҳсулотларини ишлаб чиқариш.
3. Қоғознинг хар хил турларини ишлаб чиқариш.
4. Ўзбекистон Республикаси ҳамда чет эл мамлакатларида фирма дўконларини ташкил этиш.

Корхона ўзининг мол-мулкидан фойдаланган ҳолда ишлаб чиқаришни ташкил этади ва мажбуриятлари юзасидан ўзига қарашли бўлган барча мол-мулк билан жавобгар бўлади.

Жамиятнинг Умумий йиғилиши ва корхона директори унинг бошқарув бўғинлари ҳисобланади. Жамият иштирокчиларининг умумий йиғилиши жамият бошқарувининг олий бўғини ҳисобланади.

Жамият иштирокчиларининг умумий йиғилишининг қуйидаги ваколатлари бор бўлиб, улар асосида фаолият олиб борилади:

1. Жамият фаолиятининг асосий йўналишларини белгилаш, шунингдек тижорат ташкилотларининг бошқа бирлашмаларида иштирок этиш тўғрисида қарор қабул қилиш.
2. Жамиятнинг устав фондининг миқдорини ўзгартириш.
3. Корхонанинг таъсис ҳужжатларига ўзгартиришлар ва қўшимчалар киритиш.
4. Жамиятнинг ижро этувчи бўғинларини тузиш, ижро органининг таркиби, сонини аниқлаш, жамият директорини тайинлаш, унинг ваколатларини муддатидан олдин тугатиш.
5. Жамиятнинг йиллик ҳисоботларини ва йиллик бухгалтерия балансларини тасдиқлаш.
6. Жамиятнинг соф фойдасини тақсимлаш тўғрисида қарор қабул қилиш
7. Жамият органлари фаолиятини тартибга солувчи турли ҳужжатларни қабул қилиш.
8. Аудиторлик текширувини ўтказиш тўғрисида қарор қабул қилиш.
9. Жамиятнинг асосий фондларини тасарруф этиш.
10. Амалдаги қонун ҳужжатларига мувофиқ йирик битимлар тузиш тўғрисида қарор қабул қилиш.
11. Жамиятнинг ижро этувчи бўғинлари фаолиятини бошқариш ва назорат қилиш.
12. Жамиятнинг ижро этувчи органларининг фаолиятини бошқариш ва назорат қилиш.

Жамият бир йилда бир-икки марта умумий йиғилиш ўтказади. Асосан бир марта, иккинчиси зарурат туғилган ҳолларда ўтказилади.

Жамиятнинг ишларини ташкил этиш ва амалга ошириш учун унинг директори сайланади ёки тайинланади. Ижро этувчи орган яккабошчилик асосида фаолият юритувчи директордан иборат бўлиб, жамиятнинг дорий фаолиятига раҳбарлик қилади. Ижро этувчи орган таркибига, иштирокчилар билан келишилган ҳолда сони ва шахсий таркиби директор томонидан тасдиқланган директор ўринбосарлари киритилиши мумкин. Директор иштирокчиларнинг умумий йиғилиши томонидан бир йил муддатга сайланади. У янги муддатга ўз ваколатини узайтириш имкониятига эга

бўлади. Директорни вазифасидан озод қилиш ҳам худди шу тартибда амалга оширилади. Жамиятнинг раҳбари шартнома асосида Устав билан белгиланган ваколатлар доирасида ҳаракат қилади ва жорий раҳбарликни амалга оширади.

Жамиятнинг директориға қуйидаги ваколатлар берилган:

1. Жамият номидан иш юритади.
2. Жамиятнинг манфаатларини ҳимоя қилади.
3. Битимлар тузади ва улар бажарилишини назорат қилади.
4. Жамият номидан вакиллик илиш ҳуқуқи учун ишончномалар беради.
5. Жамият ходимлари билан меҳнат шартномаларини тузади ва уларни бекор қилади.
6. Ходимларға нисбатан рағбатлантириш чораларини ва интизомий жазоларни қўллайди.

Жамиятнинг барча иштирокчилари ҳам ўзларининг ҳуқуқ ва мажбуриятларига эгадирлар. Уларнинг ҳуқуқлари қуйидагилардан иборатдир:

1. Белгиланган тартибда жамият ишларини бошқаришда иштирок этиш.
2. Жамият фаолияти тўғрисидаги ахборотларға эг бўлиш, бухгалтерия ҳисоб-китоблари билан танишиш.
3. Корхона фойдасини тақсимлашда иштирок этиш.
4. Исталган вақтда жамиятдан чиқиш.
5. Жамият тугатилган тақдирда, кредиторлар билан ҳисоб-китоб қилинганидан кейин қолган мол-мулкнинг бир қисмини ёки қийматини олиш.

Жамиятнинг иштирокчиси таъсис ҳужжатларида назарда тутилган тартибда ва миқдорда жамиятға ўз улушини қўшиши, Устав талабларига риоя қилиши, жамият ижро органлари томонидан чиқарилган қарорларни бажариши, жамиятға нисбатан олган ўзининг бошқа мажбуриятларини бажариши шарт. У жамият фаолияти тўғрисидаги сир тутилган ахборотни ошкор қилмаслиги, жамиятға ўз Устав фаолиятини амалга оширишида ёрдам кўрсатиши лозим.

“NAMANGAN QOGOZI” масъулияти чекланган жамияти ўзига тегишли бўлган мулкдан мустақил равишда фойдаланади. Унинг мулки қуйидагилардан ташкил топгандир:

- иштирокчилар улушлари;
- юридик ва жисмоний шахсларнинг ихтиёрий ажратмалари;
- беғараз ва хайрия бадаллар;
- жамиятнинг хўжалик фаолиятидан олинган мол-мулклар;
- амалдаги қонун ҳужжатларида таъқиқланмаган бошқа манбалардан олинган маблағлар.

Жамият ўз фаолияти давомида ишлаб чиқарилган маҳсулотларни реализация қилганидан сўнг олинган даромаддан солиқлар ва бошқа мажбурий тўловларни амалга оширади. Бундан кейин қолган маблағ жамиятнинг фойдасини ташкил этади.

Жамиятнинг Устав фондининг 15 фоизи миқдорида захира фонди

ташкил этилади. Захира фонди белгиланган миқдорга етгунича ҳар йили соф фойдадан 5 фоиздан ажратмалар ажратиб борилади. Молиявий йил якунига кўра соф фойда жамиятнинг умумий йиғилиши қарорига мувофиқ иштирокчилар улушларига мос равишда тақсимланади.

Корхона зарар кўрган тақдирда унинг зарари захира фондлари ҳисобидан қопланади. Агар захира фондидаги маблағлар етмаса, жамиятнинг уста фондини тегишли равишда камайтириш мумкин ёки иштирокчилар кўшимча равишда зарарни қоплаш учун улушлар киритишлари мумкин.

Жамиятни қайта ташкил этиш ва тугатиш Ўзбекистон республикаси фуқаролик кодекси ва “Масъулияти чекланган ҳамда кўшимча масъулиятли жамиятлар тўғрисида”ги қонунга мувофиқ амалга оширилади.

“NAMANGAN QOGOZI” масъулияти чекланган жамиятининг ташкилий тузилишига кўра директор муовини назарда тутилган. Унда бош мутахассислар: бош ҳисобчи, бош муҳандис, бош технолог, бош энергетик ва бош механик кўзда тутилган бўлиб уларнинг ўз бўлимлари бор. Корхонанинг қоғоз цехи ва иситиш цехлари бор бўлиб, уларда асосий жараён амалга оширилади. Корхона фаолиятининг самараси ушбу бўлимларда ишларни ташкил этилишига ва режалаштирилишига ҳамда бу режаларнинг бажарилишига боғлиқдир.

2.2. Корхонани бизнес-режасини ишлаб чиқиш жараёни ва уни асослаш.

Бозор муносабатларига ўтилиши муносабати билан корхоналарда ишлаб чиқилувчи олдинги техника-саноат режалари, қурилиш режалари, транспорт-молия режалари қайси тармоққа қарашли эканига қараб ўз ўрнини бизнес-режаларга бўшатиб бери. Бизнес-режада бизнес фалсафаси, корхонанинг жорий ва истиқболдаги стратегияси акс эттирилади.

Самарали ва реал шароитларга мос равишда ишлаб чиқилган бизнес-режа ишлаб чиқаришни фаол ривожлантириш ва шу билан бир пайтда унинг ўзгаришини назорат қилиш, инвесторлар, ҳамкорлар ва кредит ресурсларини жалб қилишни амалга оширади. Энг асосийси у ёки бу ишлаб чиқаришга пул киритиш жоизми, барча харажатларни қопловчи миқдорда даромад олинадими деган саволларга жавоб беради. Корхоналарнинг бизнес-режаси корхонадаги ишлаб чиқаришни ташкил қилиш, техника ва технологиялар, корхонанинг молиявий режалари билан боғлиқ муҳим масалаларни ҳал қилишга қаратилади.

Бизнес-режани ишлаб чиқишда корхонанинг кўплаб кўрсаткичларига ва ҳолатига эътибор қаратилади. “NAMANGAN QOGOZI” масъулияти чекланган жамиятида бизнес-режа тузиш жараёнида унинг таркиби, тузилмаси, кўрсаткичлари ва бошқа жиҳатлари “NAMANGAN QOGOZI” масъулияти чекланган жамиятининг ҳажми (қуввати), йўналиши, иқтисодий ва молиявий ҳолатига боғлиқ бўлади. Бу кўрсаткичлар ҳисобга олинади. “NAMANGAN QOGOZI” масъулияти чекланган жамиятида режалаштириш, ва хусусан бизнесни режалаштириш икки босқичда амалга оширилади.

Биринчи босқичда бизнес-режанинг лойиха варианты ишлаб чиқилиб, унда ўтган йилда эришилган натижалар таҳлили ва келгуси йиллар учун ўз имкониятларини баҳолаш ҳисобига дастлабки ҳисоб-китоблар амалга оширилади. Бизнес-режа барча ҳисоб-китобларда белгиланган технологик жараёнларга, ички захиралардан тўлиқ фойдаланишга асосланади ҳамда зарур ҳолларда ташкилий ва техник-иқтисодий тадбирлар билан мустаҳкамланади.

“NAMANGAN QOGOZI” масъулияти чекланган жамиятида бизнес-режа тузишнинг ушбу босқичида жамиятда ишлаб чиқариладиган маҳсулотга жамият эҳтиёжлари ва бозор талабини аниқлаш катта аҳамиятга эга. Гап шундаки, жамиятнинг аниқланган эҳтиёжларидан ташқари истеъмолчилар маҳсулотни харид қилиш учун сарфловчи ва корхона ушбу эҳтиёжларни кондиритиш учун маҳсулот ишлаб чиқаришга сарфловчи ресурсларнинг чекланганлиги ҳам мавжуд. Шунинг учун «эҳтиёж - ресурслар» боғлиқлиги бизнес-режанинг асосий бўғини ҳисобланади. Эҳтиёжларни аниқлаш корхонани истеъмолчилик талабига эга бўлмаган маҳсулот чиқариш учун харажатлар сарфлашининг олдини олади, талаб қилинувчи ресурслар ҳисоб-китоби эса хато ва камчиликларга йўл қўймайди.

“NAMANGAN QOGOZI” масъулияти чекланган жамиятида бизнес-режа тузишнинг иккинчи босқичида бу бизнес-режани якуний ҳолатга келтирилади ва уни корхонанинг расмий ҳужжати сифатида тасдиқланади. Айнан шу сифатда бизнес-режа ҳукуқий кучга эга бўлиб, турли идора ва муассасаларга, хусусан, банклардан молиявий ресурслар олиш учун тақдим этилиши мумкин. Агар уни ишлаб чиқиш ўз навбатида корхонанинг ишлаб чиқариш ва иқтисодий (молиявий) стратегиясини ишлаб чиқишга имкон берувчи маркетинг тадқиқотлари ва бозор таҳлилига асосланса тўғри бўлур эди.

Айрим мутахассислар битта бизнес-режанинг икки хил кўринишга эга бўлишини – ҳамкорлар, инвесторлар, акциядорларга тақдим этилувчи расмий бизнес-режа ва корхона раҳбарияти ва унинг командаси учун тузилган ишчи бизнес-режани тавсия қиладилар.

Бу корхонада ҳам худди шундай бизнес-режалар ишлаб чиқилади. Ишчи бизнес-режа худди расмий бизнес-режа каби тартибда ва худди шу бўлим ва номлардан иборат бўлиб, қуйидаги вазифаларни бажаришга хизмат қилади:

1. Расмий бизнес-режанинг муҳимлигини тушуниш.
2. Янги тадбиркорлик ишини бошлашдан анча аввал бажарилувчи хатти-ҳаракатлар дастурини аниқлаш.
3. Юзага келиши мумкин бўлган муаммолар вариантларини деталли кўриб чиқиш.
4. Ички ва ташқи рискларни баҳолаш.
5. Бозор муҳитидаги доимий ўзгаришларни ҳисобга олган ҳолда иш ҳолати назоратини амалга ошириш.

Корхона иккита (расмий ва ишчи) бизнес-режага эга бўлсада, бироқ муваффақиятга эришмаслиги ҳам мумкин. Битта, лекин корхона

фаолиятининг кучли ва заиф томонларини ҳисобга олувчи, мавжуд ишлаб чиқариш салоҳиятидан энг самарали фойдаланиш ва кутилаётган миқдорда фойда (даромад) олишга йўналтирилган реал бизнес-режа кўпроқ муваффақиятга эришиши мумкин.

“NAMANGAN QOGOZI” масъулияти чекланган жамиятида тузиладиган бизнес-режа истеъмол бозорида ва умуман иқтисодиётда рўй бераётган ўзгаришларни ҳисобга олган ҳолда вазиятга кўра қайта кўриб чиқилади, зарур ҳолларда ўзгартиришлар киритилади. Энг асосийси у корхонанинг бозордаги улушини сақлаб қолишга кўмаклашиши, келгусида ишлаб чиқариш ва сотиш бизнес-режанинг асосий қисмидан ўрин эгалловчи маҳсулотнинг ҳаётийлик даврини узайтиришга хизмат қилиши лозим.

Бизнес-режа тузишнинг биринчи босқичида асосан корхонанинг истеъмолчиларга таклиф қилиши мўлжалланаётган маҳсулотлари таркиби танланади, ишлаб чиқариш дастурини бажарувчи бўйича тақсимлаш, талаб қилинадиган хом-ашё, материал ва бошқа зарур воситалар ҳажмини, шунингдек, тайёр маҳсулотни сотиш каналларини аниқлаш, маҳсулот таннархи, кутилаётган фойда ва ҳоказоларни ҳисоб-китоб қилиш вазифалари бажарилади, иккинчи босқичда эса барча дастлабки ҳисоб-китоблар бирлаштирилади ва корхона бизнес-режасини шакллантириш якунланади.

“NAMANGAN QOGOZI” масъулияти чекланган жамиятида бизнес-режа тузиш жараёнида яна қуйидагиларга эътибор қаратилади:

1) корхона фаолиятининг муайян йўналишлари, мақсадли бозорлар ва корхонанинг улардаги ўрни аниқланади;

2) корхонанинг қисқа ва узоқ муддатли мақсадлари, шунингдек, уларга эришиш тактика ва стратегиялари белгиланади. Ҳар бир стратегия учун жавобгарлар белгиланади;

3) корхонанинг иқтисодий ҳолати ҳамда белгиланган мақсадларга эришиш учун зарур бўлган мос келувчи моддий, молиявий ва бошқа ресурслар ҳолати баҳоланади;

4) истеъмол бозорига чиқарилувчи маҳсулот (иш, хизмат) ҳажми ва номенклатурасини аниқлаш ҳамда бир вақтнинг ўзида уларни яратиш ва сотиш харажатлари аниқланади;

5) кадрларни танлаш, уларнинг белгиланган мақсад ва вазифаларни бажаришга мос келишини баҳолаш, мос келувчи ҳар бир участкада кадрлар меҳнати маҳсулдорлигини рағбатлантириш учун зарур шароитлар яратилади;

Корхона ва ташкилотларда бизнес-режани ишлаб чиқишда ушбу жараёнда корхона раҳбариятининг иштирок этиш даражаси муҳим аҳамият касб этади. Бизнес-режани тайёрлашда раҳбарнинг шахсан иштирок этиши жуда муҳим ҳолат ҳисобланади. “NAMANGAN QOGOZI” масъулияти чекланган жамиятида ҳам бизнес-режа тузиш жараёнида корхона директори шахсан қатнашади ва барча масалаларни ўрганиб, таҳлил қилиб боради. Бизнес-режа ва унинг бўлимлари одатда корхонанинг мос келувчи хизматлари ва мутахассислари томонидан тайёрлансада, раҳбариятнинг чуқур билимга эгалиги ва бизнес-режадаги кўрсаткичларни яхши билиши корхона муваффақиятли фаолиятининг асосий омили ҳисобланади.

Иқтисодийни модернизациялаш ва ишлаб чиқаришни техник-технологик жихатдан янгилаш шароитларида бизнес-режанинг асосланганлиги ва ишончлилигидан ташқари уни ишлаб чиқишнинг ўз вақтидалиги ҳам муҳим аҳамиятга эга. Бозор шароитларида, истеъмолчилик талаби тез-тез ўзгариб турган бир пайтда режалаштириш тизимида ўтмишдаги каби хатоларга йўл қўйиш мумкин эмас (корхоналар якуний режаси йил бошида эмас, йил ўртаси ва ҳатто охирига бориб тугалланган). Бундай режалар, табиийки, формал характерга эга бўлиб, корхона ривожланишининг белгиланган стратегиясини амалга оширишга хизмат қилмаган. Шу сабабли бизнес-режани ўз вақтида ишлаб чиқиш муҳим аҳамиятга эга бўлиб, корхонада бошқарув сифатининг баҳолаш кўрсаткич бўлиб хизмат қилади. Бизнес-режани ишлаб чиқиш муддатларининг чўзилиб кетиши ғоянинг эскириши, хомийлар ва кредиторларнинг кетиб қолиши, вақт ва ишлаб чиқариш қувватларининг йўқотилиши, ишлаб чиқаришнинг сусайишига олиб келади.

Корхонанинг ички ва ташқи бозорлардаги рақобатбардошлилигини ошириш, маҳсулот ишлаб чиқариш миқдорини юксалтириш ва сифатини яхшилаш, маҳсулот сотишнинг янги бозорларини эгаллаш мақсадида “NAMANGAN QOGOZI” масъулияти чекланган жамиятининг бизнес-режаси тузилмоқда.

Корхонанинг бизнес-режасида унинг ривожланишининг асосий стратегияси белгиланган бўлиб, бу стратегия қоғоз маҳсулотлари ишлаб чиқариш ва мамлакат ички бозорини қоғоз маҳсулотлари билан тўлдиришдан иборатдир.

Корхонада бизнес-режа тузиш жараёнида маркетинг тадқиқотлари олиб борилди ва целлюлоза-қоғоз бозорининг сегменти аниқланди. Унга кўра бу бозорда 41 фоиз целлюлоза-товари маҳсулотлари, 24 фоиз картон маҳсулотлари ва 35 фоиз қоғоз ташкил қилиши аниқланди.

Бизнес-режа тузишнинг маркетинг тадқиқотлари жараёнида қоғозлар бозорининг структураси аниқланди. Унга кўра қоғозлар бозорида қуйидагича структура мавжуд бўлди:

1. Офислар учун қоғоз – 28 %
2. Газета учун қоғоз - 36 %
3. Офсет қоғози - 36 %

Бизга маълумки, қоғоз бозори асосан хорижда ишлаб чиқарилган маҳсулотлар билан тўлдирилган. Бозорга кириб бориш ва уни эгаллаш қоғоз маҳсулотларининг турли ассортиментларни яратиш орқали, рекламага эътибор қаратиш орқали амалга оширилиши мумкин эди. Шу билан бигаликда, қоғоз маҳсулотларининг сифатини сақлаб қолиш билан бирга унинг нархини туширишга ҳаракат қилиш лозим эди. Маркетинг-сотиш фаолиятининг самарадорлигини ва сифатини ошириб бориш керак эди. Фақат шу йўл билан бозорга кириб бориш мумкин эди. Корхонада бизнес-режа тузиш жараёнида маркетинг тадқиқотларининг натижалари муҳим роль ўйнади. Шу талабларни ҳисобга олган ҳолда бизнес-режа тузилди ва уни бажаришга киришилди.

2.3. Корхонада товарларни сотиш бўйича шартномавий муносабатлар ва уни бажарилиши таҳлили.

Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида ҳар бир саноат корхонаси ўз фаолиятида иқтисодиётнинг бошқа тармоқлари ва корхоналари билан ўзаро муносабатларга киришадилар. Биз таҳлил қилаётган “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамияти ҳам ўз фаолиятида турли шартномаларни тузиб, кўплаб корхона, ташкилотлар билан ўзаро муносабатларга киришади. Бу шартномалар ичида товарларни сотиш бўйича тузиладиган шартномаларнинг ўзига хос бўлган хусусиятлари мавжуд бўлиб, корхонадаги маркетинг фаолиятида бу хусусиятларни эътиборга олиш лозим бўлади.

Корхона турли ярмаркаларда ва кўргазмаларда қатнашиб ўзи ишлаб чиқарадиган маҳсулотларни реклама қилиб, турли ташкилотлар билан шартномалар тузмокда. 2012 йил фаолияти учун тузилган шартномалар рўйхати 2.3.1-жадвалда келтирилган.

2.3.1-жадвал

“Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятининг саноат ярмаркасида тузган шартномалари

№	Шартнома тузган корхона номи	Шартнома рақами ва санаси	Етказиб берилиши лозим бўлган маҳсулот тури	Шартнома суммаси, минг сўм	Маҳсулотни етказиб бериш муддати
1	ИПТД “Ўқитувчи”	№01/1 25.10.2011	қоғоз	1500000	Йил давомида
2	ИПТД “Ғофур Ғулом”	№01/2 25.10.2011	қоғоз	460000	Йил давомида
3	ЧП “Ширина”	№01/3 25.10.2011	қоғоз	14945	Йил давомида
4	“Оққўрғон Турон савдо” МЧЖ	№01/4 26.10.2011	қоғоз	24000	Йил давомида
5	Ўзбекистон нашриёт матбаа ижодий уйи	№01/7 28.10.2011	қоғоз	2372000	Йил давомида
6	“Имкон Бизнес Стил” МЧЖ	№01/8 28.10.2011	қоғоз	20000	Йил давомида
7	“Канс Глобус”ХК	№01/9 28.10.2011	қоғоз	12000	Йил давомида
	Жами:			4402945	Йил давомида

Изоҳ: Жадвал маълумотлари “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятининг материаллари асосида тайёрланди.

“Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамияти ўз фаолиятини режалаштириш мақсадида ва олдиндан ишлаб чиқарилиши лозим бўлган

маҳсулотларни аниқлаш мақсадида қатор ташкилотлар билан шартномалар тузди (2.3.1-жадвал). Улар қаторида “Ўқитувчи”, “Ғафур Ғулом” нашриётлари, масъулияти чекланган жамиятлар ва хусусий корхоналар бор. Энг катта суммадаги шартнома “Ўқитувчи”, “Ғафур Ғулом” нашриётлари билан тузилган бўлиб, улар мос равишда 1500000 минг сўм ва 460000 минг сўмлик шартномалардир. Корхона бу шартномаларни ўз вақтида ва сифатли бажариш йўлида тинимсиз ҳаракат олиб борди ва асосан бу шартномалар тўла бажарилди.

2.3.2-жадвал

“Наманган қоғози” АЖ нинг ишлаб чиқариш дастури

№	Кўрсаткичлар номи	2012 йилда ҳақиқатда	2013 йил режаси	Ўзгариши фоизи
1	Маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми, тн.	1100	1200	109,1
2	Ўртача сотиш нархи, минг сўм	4000	4000	100
3	Маҳсулот сотиш ҳажми, минг сўм	4400000	4800000	109,1

Изоҳ: Жадвал маълумотлари “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятининг материаллари асосида тайёрланди.

“Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамияти шартномавий мажбуриятларни бажариш мақсадида ишлаб чиқариш дастури тайёрлайди. Бу ишлаб чиқариш дастури 2.3.2-жадвалда келтирилган. Унга мувофиқ тарзда корхона 2012 йил давомида корхонада 1100 тонна қоғоз ишлаб чиқарилган эди. Унинг бир бирлигининг нархи 4000 минг сўмдан бўлиб, жами 4400000 сўмлик маҳсулот сотилди. 2013 йилга кўп ташкилотлар билан шартномалар тузилди.

2.3.2-жадвал

“Наманган қоғози” корхонасида 2013 йил ишлаб чиқариш дастурини бажарилиши таҳлили

№	Кўрсаткичлар номи	2013 йил режаси	2013 йил январь	2013 йил февраль	2013 йил март	2013 йил апрель
1	Маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми, тн.	1200	0	0	60	90
2	Ўртача сотиш нархи, минг сўм	4000	4000	4000	4000	4000
3	Маҳсулот сотиш ҳажми, минг сўм	4800000	-	-	240000	360000

Изоҳ: Жадвал маълумотлари “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятининг материаллари асосида тайёрланди.

Бу корхонанинг маҳсулотларига талаб ҳажми ортиб бораётганлигини кўрсатмоқда. 2013 йилга тузилган бизнес-режада 1200 тонна қоғоз маҳсулотлари ишлаб чиқариш режалаштирилди. Унинг ҳам бирлиги нинг

нархи 4000 минг сўмдан иборат бўлиб, жами нархи 4800000 минг сўмни ташкил этади.

Корхонада олиб борилган ишлар ўз самарасини бермоқда. 2013 йилнинг дастлабки 4 ойида қабул қилинган режалар тўлиқ бажарилди ва олдиндан тузилган шартномавий мажбуриятларнинг бажарилишига эришилди.

“Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятида 2013 йилнинг дастлабки икки ойида маҳсулот ишлаб чиқариш режалаштирилмаган. Шу сабабли, корхонада 2013 йилнинг январь ва февраль ойларида маҳсулот ишлаб чиқарилмади. Март ойидан бошлаб маҳсулот ишлаб чиқариш йўлга қўйилди. 2013 йилнинг март ойида 60 тонна маҳсулот ишлаб чиқарилди ва ҳар бир бирлигининг нархи 4000 сўмдан сотилди, шартномаларда кўзда тутилган корхоналарга етказиб берилди. Апрель ойида эса 90 тонна қоғоз маҳсулотлари ишлаб чиқарилди ва истеъмолчиларга шартномалар бўйича етказиб берилди.

2013 йилнинг кейинги ойларида корхонани бошқа истеъмолчилари билан тузган шартномавий муносабатларини бажариш ҳажми ортиб боради ва йил якунида уни бажаришга ҳаракат қилинади.

III-Боб. Корхона бизнес-режасини бажариш жараёини бошқаришни такомиллаштириш йўналишлари.

3.1. Корхона бизнес-режасини бажарилиши жараёни таҳлили.

Маҳсулот ишлаб чиқарувчи корхоналар ўз фаолиятлари самарасини ошириш йўлида ҳаракат қилар эканлар, улар ҳар бир қисқа давр учун ва йил учун тузилган бизнес-режаларни бажарилишини таъминлаб борадилар. Бизнес-режаларни бажарилиши жараёнида корхоналар томонидан муваффақиятга эришишнинг учта асосий омили мавжуд бўлиб, улар куйидагилардир:

- корхона ишлаб чиқараётган маҳсулотларнинг рақобатчилар товарларидан устунлиги ва унинг истеъмолчилар томонидан қабул қилиниши. Айниқса қоғоз ишлаб чиқариш ва уни сотишда бу масала ниҳоятда мураккаб ҳисобланади. Чунки, Россия ва бошқа Европа мамлакатлари томонидан мамлакатимиз бозорларида сотилаётган қоғоз маҳсулотларининг сифати нисбатан юқори бўлиб, уларга талаб ҳамма вақт ҳам мавжуддир;

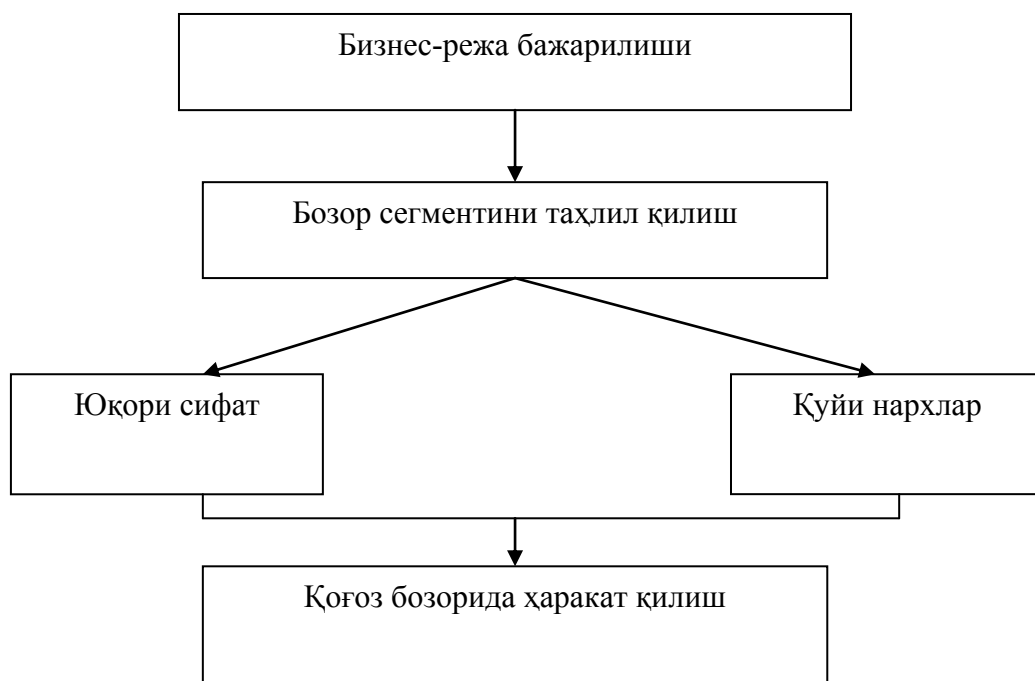
- корхонанинг маркетинг «ноу-хау»лари, яъни бозорни, харидорлар хулқ-атвори, янгиликларни қабул қилиш ва амалга ошириш сурати, товарнинг ҳаётийлик даври ва бошқаларни энг яхши тушуниши;

- корхонанинг технологик «ноу-хау»лари, яъни илмий-техникавий ва тажриба-конструкторлик ишлари ва ишлаб чиқаришда технологиянинг ролининг юқорилиги.

Шу билан биргаликда, ушбу учта омил орқалигина корхона бизнес-режасини бажариш жараёини яхшилаш мумкин эмас. Имконият реал воқеликка айланиши ҳамда бизнес-режалар корхоналар ҳаётида энг ҳаётий восита бўлиши учун аввало фан-техника тараққиёти билан ҳамнафас қадам ташловчи, юқори малакали ва ўз вақтида тўғри қарор қабул қилиши мумкин бўлган ишбилармон кишилар керак. Бюрократия ва формализмдан йироқ, ишлаб чиқаришни ривожлантириш манфаатларини миллий иқтисодиётнинг ривожланиши билан, жамоа мафаатларини ҳар бир меҳнаткаш манфаатлари билан боғлай олувчи мутахассис ва раҳбарлар керак бўлади. Айнан шундай кишилар бизнес-режалар тайёрлашнинг асосланганлиги, ишончилиши ва ўз вақтидалигини таъминлашга эришадилар ва ўз навбатида бизнесни режалаштириш фаолияти учун кенг имкониятлар очадилар. Фақатгина илмий жиҳатдан асосланган ва корхонанинг реал ҳолатига мос келадиган бизнес-режаларгина бажарилиши ва самара келтириши мумкин.

Бизнес-режани ишлаб чиқишнинг дастлабки босқичларидаги ҳисоб-китоблар қанчалик аниқ ва беҳато бажарилган бўлса, унинг бошқарув ҳужжати ва ҳўжалик юритиш воситаси сифатидаги ишончилиги шунчалик юқори бўлади ва бажарилиши томон дастлабки қадам ташланган бўлади. Бизнес-режа босқичларини ишлаб чиқиш ўртасида узоқ танаффус бўлмаслиги ва ортиқча ахборот билан тўлдириб ташланмаслиги лозим. амалиётнинг кўрсатишича, катта ҳажмдѣ тузилган бизнес-режа ҳали тўлиқлик ва юқори сифатлиликни англатмайди.

“Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамияти ўзининг бизнес-режасини бажарилишини таъминлаш мақсадида ҳамда муваффақиятга эришиш йўлида целлюлоза қоғоз бозорини ва қоғоз бозорини сегментини ўрганишга қарор қилди. Бу бозорда рақобат кучлилигини ва унда муваффақиятли равишда ҳаракат қилиш учун “юқори сифат-қуйи нархлар” мақсадида ҳаракат қилиш зарурлигини белгилаб олди (6-расм).



6-расм. “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятида бизнес-режани бажариш йўлида ҳаракат.

“Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятининг бизнес-режасини бажаришда қоғоз маҳсулотлари билан савдо қилувчи дўконлар фаолияти муҳим ўрин тутади. Уларнинг фаолиятида биринчи даражали эътибор маҳсулотлар сифатига қаратилади. Кейин шу сифатдаги маҳсулотни етказиб берилади ва нархлар белгиланади. “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятида бизнес-режани бажариш жараёнида маҳсулотларнинг янги турларини яратиш ва уларни реклама ёрдамида истеъмолчиларга таништириш стратегияси қабул қилинди.

Корхонада бизнес-режани ишлаб чиқишда ва уни амалга оширишда қуйидаги кўрсаткичларга алоҳида эътибор қаратилади. биринчидан корхонанинг ихтисослашуви - “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамияти ёзув қоғози, оффсет қоғозлар, енгил картон ишлаб чиқаришга ихтисослашгандир.

“Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятининг бизнес-режасида унинг Низом жамғармаси эълон қилинади. Унинг Низом жамғармаси - 3 633 283 472 сўмни ташкил этади. Корхонанинг йиллик ишлаб чиқариш куввати — 5 000 тн. қоғоз маҳсулотларидан иборат.

“Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамияти эгаллаб турган майдони – 1,69 гектарни ташкил этади бино ва иншоотлар шу жумладан 0,51 гектарни ташкил этади.

Ишлаб чиқаришни тиклаш учун мўлжалланган инвестиция миқдори – 1 200 000 000 сўмга тенг бўлиб, уни тўла киритишга ҳаракат қилиниши оқибатида корхонада иш ўринлари сони ортиб борди. Бизнес-режа бўйича 99 та иш ўрни очиш керак эди. Ҳақиқатда эса 50 та иш ўрни яратилди.

“Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамияти 2012 йилги бизнес-режани бажарилиши жараёни қуйидагилардан иборат бўлди.

2.1.1-жадвал

“Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятида товар маҳсулоти ишлаб чиқариш бўйича режани бажарилиши таҳлили

№	Маҳсулотлар номи	Ўлчов бирлиги	Режа 2012 й.	Факт 2012 й.	Бажарилиши фоизи
1	Қоғоз	Тонна	1112	290	26,0
2	Қоғоз	Млн.сўм	2940,3	772,1	26,0

Изоҳ: Жадвал маълумотлари “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятининг ҳисоботлари асосида тайёрланди.

2.1.1-жадвалда “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятида товар маҳсулоти ишлаб чиқариш бўйича режани бажарилиши таҳлили келтирилган. 2012 йил давомида корхонада 1112 тонна қоғоз маҳсулотлари ишлаб чиқариш режалаштирилган эди. Ҳақиқатда эса 290 тонна қоғоз маҳсулотлари ишлаб чиқарилди. Бу белгиланган режа топшириқларининг 26 фоизини ташкил этади. Корхонада товар маҳсулоти ишлаб чиқариш 2940,3 млн.сўм этиб белгиланган эди, ҳақиқатда эса 772,1 млн.сўмлик қоғоз маҳсулотлари ишлаб чиқарилди. Бу кўрсаткич бўйича ҳам режа топшириқлари бажарилмади, унинг бажарилиш фоизи 26 фоизга тенг бўлди.

2.1.2-жадвалда корхонанинг бизнес режасидаги энг муҳим бўлимлардан бири ҳисобланган корхонада ишлаб чиқарилган тайёр маҳсулотни сотиш бўйича кўрсаткичлар таҳлил қилинган.

2.1.2-жадвал

“Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятида 2012 йилда ишлаб чиқарилган ва сотиш бўйича режани бажарилиши таҳлили

№	Маҳсулотлар номи	Ўлчов бирлиги	Режа 2012 й.	Факт 2012 й.	Бажарилиши фоизи
1	Қоғоз	Тонна	1112	278	25,0
2	Қоғоз	Млн.сўм	2940,3	575	19,5

Изоҳ: Жадвал маълумотлари “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятининг ҳисоботлари асосида тайёрланди.

“Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятида 2012 йилда тайёр маҳсулоти сотиш бўйича режани бажарилиши кўрсаткичлари (2.1.3-жадвал) ҳам бу соҳада белгиланган режа топшириқлари бажарилмаганлигини

кўрсатди. 2012 йилда сотилиши белгиланган 1112 тонна қоғоз маҳсулотлари ўрнига 278 тонна қоғоз маҳсулотлари сотилди ёки режага нисбатан олганда 25 фоиз маҳсулотлар сотилишига эришилди. бу корхонада маркетинг соҳасида тадқиқотлар етарли даражада олиб борилмаётганини кўрсатмоқда. Корхонада 2012 йилда сотилиши режалаштирилган 2940,3 млн.сўмлик маҳсулотлар ўрнига фақатгина 575 млн.сўмлик маҳсулотлар сотилди холос ёки режага нисбатан 19,5 фоиз бажарилди. Бу ҳам корхонада маркетинг ва бошқарув соҳасида ҳали кўп ишларни амалга оширилишини тақозо этади.

2.1.3-жадвал

“Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятида 2012 йилда меҳнат ва иш ҳақи бўйича кўрсаткичларни бажарилиши таҳлили

№	Кўрсаткичлар номи	Ўлчов бирлиги	2012 йилги режа	2012 йилги ҳақиқатдаги ҳолат	Бажарилиши фоизи
1.	Товар маҳсулот ҳажми.	Млн.сўм	2940,3	772,1	26,0
2.	Ходимлар сони	киши	99	88	89,0
3.	Иш ҳақи фонди	Млн.сўм	145,2	113,3	78,0
4.	1 ходимга тенг бўлган ишлаб чиқариш ҳажми	Млн.сўм	29,7	9,1	30,6
5.	Ўртача иш ҳақи кўрсаткичи	Минг сўм	244	215	88,0

Изоҳ: Жадвал маълумотлари “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятининг ҳисоботлари асосида тайёрланди.

Корхонада 2012 йил давомида 99 киши фаолият олиб бориши лозим эди. Ҳақиқатда эса корхонада шу йили 88 киши фаолият олиб борди. Бу белгиланган режа топшириқларини 86 фоизга бажарилганини билдиради. Бу ходимлардан 23 киши маъмурий бошқарув персонали ходимлари эди.

Иш ҳақи бўйича режа топшириғи 2012 йил учун 145,2 млн.сўм миқдорида белгиланган бўлишига қарамасдан, ҳақиқатда эса 113,3 млн.сўмни ташкил этди. Бу эса режа топшириғига қараганда 78 фоизни ташкил этади..

Бир киши учун ўртача ишлаб чиқариш ҳажми 2012 йилда 29,7 минг сўмга тенг қилиб белгиланган эди. Ҳақиқатда эса бу кўрсаткич 6,8 минг сўмга бажарилди. Бу режа топшириғининг 22 фоизини ташкил этади (3.2.4-жадвал).

“Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятида бизнес-режани бажариш жараёнини самарали равишда бошқариш мақсадида ва корхонанинг

ривожланиш стратегиясини амалга ошириш мақсадида қуйидаги ишларни амалга оширилиши лозим:

1. Маҳсулот ишлаб чиқаришнинг ички аниқ имкониятларидан самарали фойдаланиш.
2. Корхонада рентабелликни муқим сақлаб турган ҳолда маҳсулот нархларини ўзгартирмасдан ушлаб туриш.
3. Ишлаб чиқариладиган маҳсулотга истеъмолчи истагини шакллантириш.
4. Мамлакатимизда ва ундан ташқарида мижозлар миқдорини кенгайтириш.
5. Мижозлар билан аниқ алоқаларни ташкил этиш.
6. Реклама воситаларидан фойдаланган ҳолда маҳсулотни ҳаракатини таъминлаш.
7. Бозорда нархларнинг рақобат жиҳатдан устунлигини, сифатни ва муқобилликни ривожланиш динамикасини таъминлаш.
8. Янги маҳсулот турларини яратиш асосида маҳсулот диверсификациясини таъминлаш.

Корхонада бизнес-режани бажариш жараёнида SWOT – таҳлил усулини қўллаш зарур. Бу усулнинг асосий мақсади ўзгариб турган ички ва ташқи муҳитга мослашиши имкониятини баҳолаш мақсадида корхонанинг кучли ва кучсиз томонларини аниқлашдан иборатдир. Бу усулда олинган натижалар асосида корхонанинг стратегик мақсадлари ва вазифалари шакллантирилади.

“Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятида олиб борилган SWOT – таҳлил усулида унинг қуйидаги кучли ва кучсиз томонлари аниқланди (3.1.1-жадвал).

3.1.1-жадвал

Кучли томонлар	Кучсиз томонлар
Ходимлар: Ишлаб чиқариш жараёни юқои малакали мутахассисларни талаб қилади. Корхонани бошқариш бўйича амалий тажрибаларга эга бўлиш. Дастгоҳларни қайта такомиллаштириш бўйича ходимларнинг мавжудлиги.	Маркетинг: Юқори рақобат Истеъмолчилар орасида унчалик таниш эмасли. Корхонани тўла қувватларда ишлашини таъминлаш учун зарур бўлган сифатли ва таннархи бўйича арзон хом ашёнинг етарли эмаслиги.
Имкониятлар: Ассортиментни тез ўзгартириш имкониятининг мавжудлиги. Юқори унумдорлик. Чиқиндисиз технологияни ташкил этиш.	Хавфлар: Мижозларнинг тўлов қобилиятининг пастлиги.
Бозордаги иқтисодий ҳолат: Мамлакатдаги иқтисодий барқарорлик. Саноат корхоналарини Тошкент ва Янгийўл шаҳарларида тўпланганлиги. Маҳсулотга бўлган талабни пасайиши бўйича хавфнинг йўқлиги.	Олдиндан мавжуд бўлган ишлаб чиқарувчилар билан рақобат. Республикага кўплаб қоғоз маҳсулотларини четдан келтирилиши.
Мижозлар, ҳамкасабалар: Кафе, ресторан ҳамда аҳоли мижоз бўлиши	

мумкин.	
Маҳсулотлар: Маҳсулот ассортиментларини кенгайтириш ва бозорни улар билан тўлдириш.	

Изоҳ: Жадвал маълумотлари “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятида олиб борилган SWOT – таҳлил натижалари асосида тайёрланди.

Корхонани бир маромда ишлаши учун таъсир этувчи хавфлар қуйидагилардан иборатдир:

1. Хом ашёга бўлган ўзгарувчи нархлар. Янги маҳсулот турларини ишлаб чиқариш ва рақобат нархини сақлаб туришга салбий таъсир кўрсатади.
2. Энергия турларига бўлган нархларнинг ўзгариб туриши.
3. Электр энергияси ва сув таъминотида режадан ташқари узилишларнинг мавжудлиги.
4. Амортизация ажратмаларининг юқорилиги. Ушбулар ҳаммаси маҳсулот таннархига таъсир кўрсатиши мумкин.

Корхонанинг имкониятлари қуйидагилардан иборатдир:

1. Ишлаб чиқариш технологиясини ўзгартириш мумкинлиги, янги маҳсулот турларини яратишнинг қулайлиги.
2. Ассортиментни кенгайтириш имкониятлари.
3. Маиший мақсадлар учун ишлатиладиган қоғоз маҳсулотларини ишлаб чиқариш бўйича қўшимча ишлаб чиқариш линияларини ташкил этилиши.
4. Қоғоз ишлаб чиқаришда фойдаланиладиган сувдан қайта фойдаланишни ташкил этилиши.

Корхонада ушбу тадбирларни амалга оширилиши натижасида унинг бизнес-режасининг бажарилиши таъминланади.

3.2. Корхонанинг иқтисодий-молиявий кўрсаткичлари таҳлили.

“Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамияти фаолиятини таҳлил қилишда унинг иқтисодий кўрсаткичлари муҳим ўрин тутди. Асосий иқтисодий кўрсаткичлардан ҳисобланган корхона фойдаси ўтган йилларда қуйидагича ўзгариб борди (3.2.1-жадвал).

3.2.1-жадвал

“Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятининг фойда ва зарарлари таҳлили

№	Кўрсаткичлар номи	2011 йил	2012 йил	Фарқи	
				абсолют	фоизда
1	Маҳсулотни сотишдан соф тушум	1780,2	575	-1205,2	32,3
2	Сотилган маҳсулотларнинг	1477,5	491	-986,5	33,2

	таннархи				
3	Маҳсулот сотишдан олинган ялпи фойда	302,7	84	-218,7	7,7
4	Умумхўжалик фаолиятининг фойдаси	159,7	45,4	-114,3	28,4
5	Соф фойда	31,6	5,1	-26,5	16,1

Изоҳ: Жадвал маълумотлари “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятининг ҳисоботлари асосида тайёрланди.

3.2.1-жадвал маълумотларидан корхона кейинги йилларда фойда олиб фаолият юритаётганлиги маълум бўлди. “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамияти 2012 йилда 575 млн. сўмлик маҳсулотни сотиб 84 млн. сўмлик маҳсулот сотишдан олинган ялпи фойдага эга бўлди. Бундан давр харажатларини, маъмурий харажатларни, бошқа операцион харажатларни олиб ташлаб, асосий фаолиятнинг бошқа даромадларини қўшганимизда умумхўжалик фаолиятининг фойдаси аниқ бўлади. Корхонада 2012 йилда умумхўжалик фаолиятининг фойдаси 45400 минг сўмга тенг бўлди ва бундан турли солиқларни тўланганидан сўнг корхонанинг 5100 минг сўм ҳажмидаги соф фойдаси қолади. Демак, корхона 2012 йилда фойда олиб ўз фаолиятини даавом эттирди. Шу билан биргаликда, корхонанинг ушбу молиявий кўрсаткичларини 2011 йил кўрсаткичларига солиштирганимизда бир оз пасайиш борлиги кузатилди. Корхона 2011 йилда 1780260 минг сўмлик маҳсулот сотиб, 302740 минг сўмлик маҳсулот сотишдан ялпи тушумга эга бўлди ва 31690 минг сўмлик соф фойда олинди. Бу кўрсаткичларни 2012 йил билан солиштирганда қуйидагилар аниқ бўлди. Корхона 2012 йилда 2011 йилга қараганда 1205200 минг сўмлик маҳсулотларни кам миқдорда сотди ёки 2012 йил 2011 йилга қараганда 32,3 фоиз камроқ маҳсулотларни сотишга эришилди. Корхона оладиган фойда миқдори 2012 йили 2011 йилга нисбатан олганда 218700 минг сўмга камни ташкил этди. 2012 йили 2011 йилга қараганда 92,3 фоиз кам миқдорда фойда олинди. Корхона оладиган соф фойда 2012 йили 2011 йилга нисбатан 26,5 млн. сўмга камни ташкил этди ёки ўтган йилги даражанинг 16,1 фоизини ташкил этди. Бу кўрсаткичлар корхонада фойдаланилмаётган имкониятлар мавжудлигини ва улардан мохирлик билан фойдаланиш лозимлигини кўрсатди.

3.2.2-жадвал

“Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятида 2012 йилда молиявий фаолият натижалари кўрсаткичларининг таҳлили

№	Кўрсаткичлар номи	Режа 2012 й.	Факт 2012 й.	Фарқи
1	Маҳсулот сотишдан ялпи даромад	2940,3	575	2365
2	Ишлаб чиқариш таннархи	2312,8	491	1822
3	Ялпи фойда	435,2	84	351
4	Давр харажатлари	121,3	31	90
5	Бошқа операцион	-	7,6	7,6

	даромадлар			
6	Асосий фаолият фойдаси	488,7	45,4	443,3
7	Молиявий фаолият даромадлари	-	-	-
8	Молиявий фаолият харажатлари	-	-	-
9	Солиқ тўлагунга қадар фойда	-	-	-
10	Фойдадан солиқлар	-	-	-
11	Бошқа солиқлар	205,8	40,3	165,6
12	Соф фойда	282,9	5,1	277,8

Изох: Жадвал маълумотлари “Наманган қўғози” масъулияти чекланган жамиятининг ҳисоботлари асосида тайёрланди.

3.2.2-жадвалда “Наманган қўғози” масъулияти чекланган жамиятида молиявий фаолият кўрсаткичларининг бажарилиши бўйича таҳлил келтирилган. “Наманган қўғози” масъулияти чекланган жамиятида 2012 йилда молиявий фаолият натижалари кўрсаткичларининг таҳлили кўрсатишича корхонада маҳсулот сотишдан ялпи даромад 2940,3 млн.сўм миқдорида белгиланган эди, ҳақиқатда эса 575 млн.сўмлик ялпи даромад олинди. Шу йили ишлаб чиқариш таннархи 491 млн.сўмни ташкил этди ва ялпи фойда 84 млн.сўмга тенг бўлди. Режа бўйича ялпи фойда 435,2 млн.сўмга тенг бўлиши лозим эди. Бунинг асосий сабаби корхонада ишлаб чиқарилиши лозим бўлган маҳсулотни кам миқдорда ишлаб чиқарилгани бўлди. Солиқлар тўланганидан сўнгги фойда 5,1 млн.сўмга тенг бўлди. Бу режа бўйича белгиланганидан 277,8 млн.сўмга камдир. Шу кўрсаткичлар корхонада режалаштириш жараёнида камчиликлар мавжудлигини ва имкониятларни тўла ҳисобга олинмаётганлигини кўрсатмоқда.

Корхонадаги фаолият натижаларини аниқлаш мақсадида ишлаб чиқарилаётган маҳсулотнинг таннархини таҳлил қилиш керак бўлади. 3.2.3-жадвалда “Наманган қўғози” масъулияти чекланган жамиятида ишлаб чиқарилаётган маҳсулотнинг таннархи бўйича кўрсаткичлар келтирилган.

3.2.3-жадвал

“Наманган қўғози” масъулияти чекланган жамиятида ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларнинг таннархи калькуляцияси

№	Харажатлар моддалари	Ўлчов бирлиги	Бир тонна.маҳсулотга сарф меъёри	Бир тонна маҳсулотга харажатлар, сўмда
1	Хом ашё, шу жумладан:			
2	Ёғоч целлюлоза	Тн.	0,98	959170,1
3	РОЗИН клей пастаси	Тн.	0,01	3708,6
4	Алюминий мосламалар	Тн.	0,04	43484,0
5	Каолин	Тн.	0,25	50000
6	Крахмал	Тн.	0,025	50000
7	Метил фиолет	кг	0,200	12000
8	Технологик иссиқлик	г/кл	2,6	28600
9	Титанум диоксид	Кг.	0,100	153,1

10	Оптик оқловчи моддалар	тн	0,007	112000
11	Сув	М ³	85	34000
12	Канализация	М ³	74,8	5565,12
13	Технологик мақсадларда иссиқлик	Гкал	2,6	30680.0
14	Электроэнергия	Квт/соат	1800	97200
15	Қутилаш материаллари	дона	-	-
16	Транспорт харажатлари	дона	1,00	65000
17	Иш ҳақи фонди	сўм	-	77760
18	Иш ҳақидан ажратмалар	Сўм	-	18662
19	Амортизация	сўм	-	73000
20	Дастгохлар иш ҳолтини сақлаш, мойлаш в қўшимча қисмлар	сўм	-	30308,65
21	Дастгохларни тиклаш харажатлари	сўм	258455,7	
22	Маҳсулот таннархи			1884745,57
Бошқа харажатлар				
23	Маъмурий бошқарув персонали иш ҳақи фонди	сўм	-	18600
24	Ажратмалар	сўм	-	4464
25	Бошқа ходимлар иш ҳақи фонди	сўм	-	2760
26	Ажратмалар, 24 %	сўм	-	662,4
27	Бошқа харажатлар	сўм	-	3240
28	Ошхона харажатлари	сўм	-	9000
29	Реклама ва маркетинг	сўм	-	2000
30	Сафар харажатлари	сўм	-	4800
31	Маҳсулотларни сотиш харажатлари	сўм	-	2400
32	Алоқа харажатлари	сўм	-	1200
33	Ходимларни ўқитиш	сўм	-	7200
34	Аудитор ва банк хизматлари	сўм	-	3000
35	Бошқа харажатлар жами	сўм	-	59326,4
36	Жами харажатлар	сўм	-	1944071,97

Изоҳ: Жадвал маълумотлари “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятининг ҳисоботлари асосида тайёрланди.

Корхонада маҳсулотлар ишлаб чиқариш учун қатор харажатлар амалга оширилади. Қоғоз ишлаб чиқариш корхонасида ҳам ашё харажатларини аниқлаш мушкул ишлардандир. Бу корхонада ҳам ашё харажатлари таркиби мураккаб ҳисобланади. Уларнинг таркибига Ёғоч целлюлоза, РОЗИН клей пастаси, алюминий мосламалар, Каолин, Крахмал, метил фиолет, технологик мақсадларга ишлатиладиган иссиқлик, титанум диоксид, оптик оқловчи моддалар ва сувдан фойдаланилади. Бу харажатларни қанчалик тежаб-тергаб фойдаланилса, маҳсулот таннархи шунчалик пасайиб бораверади.

3.3. Корхона маркетинг фаолиятини ривожлантириш омиллари.

“Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамияти ўз олдига қўйган мақсад ва вазифаларини бажариш йўлида тинимсиз ҳаракат қилиб бормоқда. Бугунги кундаги иқтисодий вазиятда саноат корхоналари тинимсиз изланишлари ва янги маҳсулот турларини ишлаб чиқаришга ҳаракат қилишлари, улар билан бозорларга кириб боришлари ва бозор хиссаларини ошириб боришлари талаб этилади. Тинимсиз равишда изланиш олиб бормаётган, ўзгаришларга мослаша олмаётган саноат корхоналари ўз фаолиятларини тўхтатишга мажбур бўладилар. Шу нуқтаи назардан олганда “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамияти ўз фаолиятида маркетинг фаолиятини янада ривожлантириши ва унинг омилларидан самарали равишда фойдаланиши талаб этилади.

Корхонада маркетинг фаолиятини ривожлантириш учун авваламбор маркетинг фаолиятини режалаштиришга эътибор қаратилиши лозим. Маркетинг фаолиятини режалаштириш корхона маҳсулотларига бўлган эҳтиёжни аниқлашни, барча мавжуд моддий ресурсларни аниқлашни, талаб ва таклифни режалаштиришни ва товарларни истеъмолчиларга ўз вақтида ва тўлиқ етказиб беришни, моддий ресурслардан тўла ва тежаб-тергаб фойдаланишни ўз ичига олади. Корхона маҳсулоти ҳисобланган қоғоз маҳсулотларига бўлган эҳтиёжини режалаштириш ўз навбатида иш турига доир айрим материалларнинг керакли миқдорини ҳисоблаш, уларга бўлган эҳтиёжни техникавий-иқтисодий жиҳатдан асослаб бериш, товарларга бўлган эҳтиёж режаларини тузиб, тегишли корхоналар ва савдо ташкилотларига топшириш, бу режаларни ҳимоя қилиш кабиларни ўз ичига олади. Эҳтиёж режалари маҳсулот бирлигига материал сарф қилиш меъёрлари асосида тузилади. “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятининг маркетинг бўлими ва унинг ходимлари режалаштириш билан шуғулланувчи бўлимлар билан, биргаликда моддий ресурсларни аниқлашлари ва ҳисобга олишлари керак бўлади.

“Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятида ишлаб чиқарилган маҳсулотларни истеъмолчиларга сотиш режалаштирилаётганда истеъмол қилинмай қолган материаллар, давлат буюртмалари, ички имкониятлардан фойдаланиш тўғрисида топшириқлар ва материалларга берилган талабномалар ҳисобга олиниши лозим. Товарлар “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятидан истеъмолчиларга ўз вақтида ва тўла етиб боришини режалаштириш махсус талабномаларни солиштиришни, уларни бажариш учун товарларни етказиб берувчиларига топширишни, материаллар етказиб бериш ҳажми ва муддатларни белгилашни, қандай транспорт воситалари билан ташишни ва сотиш шакллари белгилашни ҳамда товарларни омборларга келтиришни ўз ичига олади. Товарларни тўғри ва тежаб-тергаб сарфлашни режалаштириш хом-ашё, материаллари ва ёқилғи сарфини нормаллаштиришни, ускуналар, дастгоҳлар ва механизмлардан фойдаланиш кўрсаткичларини белгилашни талаб қилади.

“Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятининг маркетинг фаолиятида бизнес-режаларни тузиш жараёнида унинг илмий-техника жиҳатдан асосланганлик тамойилига кўпроқ риоя қилиш лозим. Бу тамойил объектив иқтисодий қонунларни билишни, иқтисодиётни янада ривожлантириш учун талаб ва эҳтиёжларни ҳисобга ола билишни тақозо қилади. Маркетинг бизнес-режалари реал бўлишни, техника янгиликлари, прогрессив нормалар қўллашни талаб қилади. Маркетинг бизнес-режалари ҳозирги даврнинг иқтисодий қонунлари асосида тузилиши лозим. Маркетинг бизнес-режаларининг илмий асосланганлиги кўп жиҳатдан уларнинг иқтисодий-математик моделлар ва усуллар ҳамда компьютер, ҳисоблаш техникаларидан фойдаланиб тузилишига боғлиқдир.

“Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятининг маркетинг фаолиятида корхонада ишлаб чиқарилган маҳсулотларни истеъмолчиларга етказиб беришда қўлланиладиган транспортнинг аҳамияти жуда каттадир. Шунинг учун ҳам маркетинг бўлимлари ишлаб чиқарилган маҳсулотларни истеъмолчиларга ташишни ташкил этишда ташиш тартиби ва қоидалари ҳақида муфассал билимга эга бўлмоқлари лозим. Улар "Ўзбекистон темир йўллари Устави", "Ички сув транспорти Устави" да ва бошқа ҳужжатларда ўз аксини топгандир. Бу ҳужжатларда юкларни ташиш, ортиш-тушириш, багажга бериш, шунингдек, темир йўл Уставидан яхшироқ фойдаланиш, юк ташиш масофасини қисқартириш, юкларни сифатли ва кўрсатилган муддатларда етказиб бериш, юк ташишнинг прогрессив усулларини қўлланиш каби тадбирлар ҳам ўз аксини топган. Маҳсулотни етказиб беришни режалаштиришда уларнинг транспортда ташиш усуллари танлаш алоҳида аҳамиятга эгадир. Бу борада етказиб бериш, транзит ва буюртма нормаларнинг даражаси албатта эътиборга олиниши лозим.

Маҳсулотлар ва товарлар етказиб берувчининг истеъмолчига етказиб бериши лозим бўлган маҳсулотларининг энг оз миқдори етказиб бериш меъёри дейилади. Етказиб бериш меъёри қанчалик кўп миқдорда бўлса, товарлар шунчалик қисқа муддат ичида келиб тушиши лозим бўлади ва, демак, у товарларнинг захира миқдори ҳам кўп бўлади ва аксинча, етказиб бериш меъёри қанчалик кам миқдорда бўлса, товарларни шунчалик тез-тез етказиб бериш ва захирани оз ушлаш лозим бўлади.

Корхонада маркетинг фаолиятини амалга оширишда бозорларни тадқиқ қилишнинг аҳамияти каттадир. Бизга маълумки, маркетингда тадқиқотлар маркетинг фаолиятининг барча жабҳаларини ўз ичига олади ва улар бўйича қарорлар қабул қилиш билан боғлиқдир. Улар маркетинг комплекси ва унинг ташқи муҳит унсурларига ҳам тегишлидир. Маркетинг тадқиқотларининг асосий йўналишлари ушбулардан иборатдир: Бозорни ва сотишни тадқиқ қилиш, маҳсулотни тадқиқ қилиш, баҳони тадқиқ қилиш, маҳсулот ҳаракатини тадқиқ қилиш, маҳсулотни харидорларга етказиш. Ушбу йўналишлар ичида бозорни тадқиқ қилишнинг аҳамияти каттадир. У ўз ичига қуйидагиларни олади:

Бозорни ва сотишни тадқиқ қилиш:

а) бозор сиғимини баҳолаш;

- б) бозор ва унинг сегментлари характеристикасини аниқлаш;
- в) бозордаги ўзгаришлар тенденциясини таҳлил қилиш;
- г) сотиш ҳажмини истикболлаш;
- д) мавжуд ва мумкин бўлган истеъмолчилар тўғрисида ахборот олиш;
- е) истеъмолчилар ҳохишини аниқлаш;
- ж) рақобатчилар тўғрисида ахборот олиш.

Кенг истеъмол буюми ҳисобланган қоғоз маҳсулотларини сотишнинг ўзига хос хусусиятлари бордир. Шу сабабли, қоғоз маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналар ўзларининг маркетинг фаолиятларида маҳсулотларни харидорларга етказиб беришни такоимллаштириб боришлари лозим. Бу йўналиш ўз ичига қуйидагиларни олади:

- а) омборлар жойлашишини тадқиқ қилиш;
- б) чакана савдо нуқталари жойлашишини тадқиқ қилиш;
- в) сервис хизмати жойлашишини тадқиқ қилиш.

“Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятининг маркетинг фаолиятини такомиллаштиришнинг муҳим йўналишларидан яна бири бозор сегментациясига кўпроқ эътибор қаратишдир. Ушбу корхонада бозор сегментацияси устида маълум даражада ишлар олиб борилмоқда. Аммо, уни янада такомиллаштиришни таклиф қиламиз. Корхоналар бозор сегментацияси орқали маркетинг йўналишларидан энг муҳим бўлган - харидор эҳтиёжларини ва талабларини аниқлаш тадбирини амалга оширадилар. Харидорнинг талаби, ҳохиши, эҳтиёжи, турмуш тарзи, товар сотиб олишдаги хулқ-атвори ҳақидаги маълумотлар самарали маркетинг тадбирларини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш имкониятларини вужудга келтиради. Яъни, бозор сегментацияси харидорларни талабига мувофиқ товарни таклиф этилишини ва товарга талабни қатъийлигини таъминлайди. Бозорда харидорларнинг маълум бир товарга бўлган талаблари хилма-хилдир, ҳар бир харидорнинг ўзини диди бор. Юқорида айтиб ўтилган хусусиятлар товарни сотиб олишда ҳал қилувчи аҳамиятга эга бўлади. Бу ҳолат “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятининг маркетинг фаолиятида қатнашувчи мутахассисларидан бозорни харидорларнинг хусусиятларига қараб гуруҳларга ажратишни талаб этади.

Бозорни сегментлаш, бозорни ўрганишнинг асосий усулидир. Унинг ёрдамида бозор сегментларга бўлинади. Бозор сегменти - бу истеъмолчилар, товарлар, рақобатчиларнинг шундай ажратилган қисмики, улар учун умумий хусусиятлар ҳосдир. Бозорни тўғри сегментлаш, шу сегментнинг специфик эҳтиёжларига қатъий риоя қилинган ҳолда кам харажатлар билан товар етказиб беришни тўғри ташкил қилиш, ишлаб чиқариш ва сотиш усулини аниқлашда фирма ўзининг кучли ва заиф томонларини аниқлашни, фирма максимал имкониятларига эга бўлган соҳаларда ресурслар концентрациясини таъминлаш ва рақобатда муваффақиятга эришишни таъминлашни ҳал этади. Бозорни сегментлаш турли омил, кўп хусусиятларни ҳисобга олиб турли йўллар билан амалга оширилиши мумкин.

Корхонадаги маркетинг фаолиятини ривожлантириш учун корхонанинг реклама фаолиятини, сотувни ва маҳсулотлардан фойдаланишга доир

тавсиялар бериш каби турларини янада такомиллаштириш лозим. бу ишларни тўғри ва сифатли равишда амалга оширилиши корхонага катта иқтисодий самара беради ва рентабеллик даражасини янада юксалтиришга олиб боради.

Хулоса

Саноат корхоналарининг муваффақиятининг асоси улар томонидан ишлаб чиқарилган ва бажарилаётган бизнес-режаларда ифодаланади. “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятининг иқтисодий-хўжалик фаолиятини ўрганиш ва таҳлил қилиш натижасида шу корхонада бизнес-режалар муҳим ўрин эгаллаётганини ва уларга алоҳида эътибор қаратилаётганини кўрдик. Самарадорликка эришиш учун корхонанинг бизнес-режасини ишлаб чиқиш ва бажариш жараёнини оптимал равишда бошқариш талаб этилади. Бу ишларни амалга ошириш учун қуйидаги йўналишларни амалга оширишни таклиф қиламиз:

1. Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида режалаштиришнинг роли муҳимлиги аслоҳида исбот талаб қилмайди. Айнан режалаштириш ва башорат қилиш нимани, қанча, қачон ва ким учун ишлаб чиқариш керак деган саволларга жавоб топади. Хусусан, кўплаб корхоналарнинг яратилиши ва фаолияти режалаштиришдан бошланади. Режалаштириш мавжуд ишлаб чиқариш қувватлари, рақобатли афзалликлардан максимал фойдаланиш, турли хато ва камчиликларнинг олдини олиш, иқтисодиётдаги янги тенденцияларни кузатиш ва улардан ишлаб чиқариш фаолиятида фойдаланиш, корхона фаолиятининг кучсиз томонларини аниқлаш ва бартараф қилиш ҳамда асосланмаган рискларнинг олдини олишга имкон беради.

2. Саноат корхоналарида бизнес-режани бажариш жараёнини яхшилаш учун бир қатор омиллар зарур бўлади. Бу омиллар ичида бошқарув билан боғлиқ омиллар ҳам мавжуд. Имконият реал воқеликка айланиши ҳамда бизнес-режалар корхоналар ҳаётида энг ҳаётий восита бўлиши учун аввало фан-техника тараққиёти билан ҳамнафас қадам ташловчи, юқори малакали ва ўз вақтида тўғри қарор қабул қилиши мумкин бўлган ишбилармон кишилар керак. Бюрократия ва формализмдан йироқ, ишлаб чиқаришни ривожлантириш манфаатларини миллий иқтисодиётнинг ривожланиши билан, жамоа мафаатларини ҳар бир меҳнаткаш манфаатлари билан боғлай олувчи мутахассис ва раҳбарлар керак бўлади. Айнан шундай кишилар бизнес-режалар тайёрлашнинг асосланганлиги, ишончилиши ва ўз вақтидалигини таъминлашга эришадилар ва ўз навбатида бизнесни режалаштириш фаолияти учун кенг имкониятлар очадилар. Фақатгина илмий жиҳатдан асосланган ва корхонанинг реал ҳолатига мос келадиган бизнес-режаларгина бажарилиши ва самара келтириши мумкин.

3. Маҳсулот ишлаб чиқарувчи корхоналар ўз фаолиятлари самарасини ошириш йўлида ҳаракат қилар эканлар, улар ҳар бир қисқа давр учун ва йил учун тузилган бизнес-режаларни бажарилишини таъминлаб борадилар. Бизнес-режаларни бажарилиши жараёнида корхоналар томонидан муваффақиятга эришишнинг учта асосий омили мавжуд бўлиб, улар қуйидагилардир:

- корхона ишлаб чиқараётган маҳсулотларнинг рақобатчилар товарларидан устунлиги ва унинг истеъмолчилар томонидан қабул

килиниши. Айниқса қоғоз ишлаб чиқариш ва уни сотишда бу масала ниҳоятда мураккаб ҳисобланади. Чунки, Россия ва бошқа Европа мамлакатлари томонидан мамлакатимиз бозорларида сотилаётган қоғоз маҳсулотларининг сифати нисбатан юқори бўлиб, уларга талаб ҳамма вақт ҳам мавжуддир;

- корхонанинг маркетинг «ноу-хау»лари, яъни бозорни, харидорлар хулқ-атвори, янгиликларни қабул қилиш ва амалга ошириш сурати, товарнинг ҳаётийлик даври ва бошқаларни энг яхши тушуниши;

- корхонанинг технологик «ноу-хау»лари, яъни илмий-техникавий ва тажриба-конструкторлик ишлари ва ишлаб чиқаришда технологиянинг ролининг юқорилиги.

4. Бизнес-режани ишлаб чиқишнинг дастлабки босқичларидаги ҳисоб-китоблар қанчалик аниқ ва беҳато бажарилган бўлса, унинг бошқарув ҳужжати ва ҳўжалик юритиш воситаси сифатидаги ишончлилиги шунчалик юқори бўлади ва бажарилиши томон дастлабки қадам ташланган бўлади. Бизнес-режа босқичларини ишлаб чиқиш ўртасида узоқ танаффус бўлмаслиги ва ортиқча ахборот билан тўлдириб ташланмаслиги лозим. амалиётнинг кўрсатишича, катта ҳажмди тузилган бизнес-режа ҳали тўлиқлик ва юқори сифатлиликини англатмайди.

5. Корхоналар томонидан ишлаб чиқилган режа биринчидан, ишлаб чиқариш имкониятлари билан боғланган бўлиши, иккинчидан, ундаги хато ва камчиликлар минимал бўлиши, учинчидан эса, ишлаб чиқариш режалаштирилган маҳсулот истеъмол талабига эга бўлиши лозим. Шундагина режалаштиришни самарали деб ҳисоблаш мумкин бўлади. Корхона раҳбарияти тасдиқлаган режа буйруқ мақомига эга бўлиб, барча бажарувчилар учун мажбурий характерга эга бўлиши талаб қилинади.

6. Саноат корхоналарининг бизнес-режалари истеъмол бозорида ва умуман иқтисодиётда рўй бераётган ўзгаришларни ҳисобга олган ҳолда вазиятга кўра мунтазам равишда қайта кўриб чиқилиши, зарур ҳолларда ўзгартиришлар киритилиши зарур деб ҳисоблаймиз. Энг асосийси у корхонанинг бозордаги улушини сақлаб қолишга кўмаклашиши, келгусида ишлаб чиқариш ва сотиш бизнес-режанинг асосий қисмидан ўрин эгалловчи маҳсулотнинг ҳаётийлик даврини узайтиришга хизмат қилиши лозим. Бозор ишлаб чиқаришни ташкил этиш ва режалаштиришда хатоларни, ўйланмай қилинган ҳатти-ҳаракатларни кечирмайди. Бизнес-режаларда якуний мақсаднинг битталигига қарамай, бизнес-режани ишлаб чиқишнинг ҳар бир босқичи бажариши лозим бўлган белгиланган вазифалар доираси мавжуд. Биринчи босқичда асосан корхонанинг истеъмолчиларга таклиф қилиши мўлжалланаётган маҳсулотлар таркибини танлаш, ишлаб чиқариш дастурини бажарувчи бўйича тақсимлаш, талаб қилинадиган хом-ашё, материал ва бошқа зарур воситалар ҳажмини, шунингдек, тайёр маҳсулотни сотиш каналларини аниқлаш, маҳсулот таннархи, кутилаётган фойда ва хоказоларни ҳисоб-китоб қилиш вазифалари бажарилса, иккинчи босқичда барча дастлабки ҳисоб-китоблар бирлаштирилади ва корхона бизнес-режасини шакллантириш якунланади.

7. “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятида бизнес-режани бажариш жараёнини самарали равишда бошқариш мақсадида ва корхонанинг ривожланиш стратегиясини амалга ошириш мақсадида қуйидаги ишларни амалга оширилиши лозим:

9. Маҳсулот ишлаб чиқаришнинг ички аниқ имкониятларидан самарали фойдаланиш.

10. Корхонада рентабелликни муқим сақлаб турган ҳолда маҳсулот нархларини ўзгартирмасдан ушлаб туриш.

11. Ишлаб чиқариладиган маҳсулотга истеъмолчи истагини шакллантириш.

12. Мамлакатимизда ва ундан ташқарида мижозлар миқдорини кенгайтириш.

13. Мижозлар билан аниқ алоқаларни ташкил этиш.

14. Реклама воситаларидан фойдаланган ҳолда маҳсулотни ҳаракатини таъминлаш.

15. Бозорда нархларнинг рақобат жиҳатдан устунлигини, сифатни ва муқобилликни ривожланиш динамикасини таъминлаш.

16. Янги маҳсулот турларини яратиш асосида маҳсулот диверсификациясини таъминлаш.

8. Иқтисодийни модернизациялаш, ишлаб чиқаришни техник ва технологик жиҳатдан янгилаш шароитида саноат корхоналари тинимсиз изланишлари ва янги маҳсулот турларини ишлаб чиқаришга ҳаракат қилишлари, улар билан бозорларга кириб боришлари ва бозор хиссаларини ошириб боришлари талаб этилади. Тинимсиз равишда изланиш олиб бормаётган, ўзгаришларга мослаша олмаётган саноат корхоналари ўз фаолиятларини тўхтатишга мажбур бўладилар. Шу нуқтаи назардан олганда “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамияти ўз фаолиятида маркетинг фаолиятини янада ривожлантириши ва унинг омилларидан самарали равишда фойдаланиши талаб этилади.

9. “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятида ишлаб чиқарилган маҳсулотларни истеъмолчиларга сотиш режалаштирилаётганда истеъмол қилинмай қолган материаллар, давлат буюртмалари, ички имкониятлардан фойдаланиш тўғрисида топшириқлар ва материалларга берилган талабномалар ҳисобга олиниши лозим. Товарлар “Наманган қоғози” масъулияти чекланган жамиятидан истеъмолчиларга ўз вақтида ва тўла етиб боришини режалаштириш махсус талабномаларни солиштиришни, уларни бажариш учун товарларни етказиб берувчиларига топширишни, материаллар етказиб бериш ҳажми ва муддатларни белгилашни, қандай транспорт воситалари билан ташишни ва сотиш шакллари белгилашни ҳамда товарларни омборларга келтиришни ўз ичига олади. Товарларни тўғри ва тежаб-тергаб сарфлашни режалаштириш хом-ашё, материаллари ва ёқилғи сарфини нормаллаштиришни, ускуналар, дастгоҳлар ва механизмлардан фойдаланиш кўрсаткичларини белгилашни талаб қилади.

10. Кенг истеъмол буюми ҳисобланган қоғоз маҳсулотларини сотишнинг ўзига хос хусусиятлари бордир. Шу сабабли, қоғоз маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналар ўзларининг маркетинг фаолиятларида маҳсулотларни

харидорларга етказиб беришни такоимллаштириб боришлари лозим. Бу йўналиш ўз ичига қуйидагиларни олади:

- а) омборлар жойлашишини тадқиқ қилиш;
- б) чакана савдо нуқталари жойлашишини тадқиқ қилиш;
- в) сервис хизмати жойлашишини тадқиқ қилиш.

Ушбу йўналишларни самарали равишда корхонада қўллаш унинг иқтисодий кўрсаткичларини яхшилашга ва ўз фаолиятини янада ривожлантириб боришга имкон беради.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.

I. Ўзбекистон Республикаси Қонунлари, Вазирлари Маҳкамаси қарорлари, Президент фармонлари ва асарлари.

1. Ўзбекистон Республикасининг “Қорхоналар тўғрисида”ги Қонуни. 1993 йил.
2. Ўзбекистон Республикасининг “Тадбиркорлик фаолияти эркинлигининг кафолатлари тўғрисида”ги Қонуни. 2012 йил.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Тадбиркорлик субъектларини ҳуқуқий ҳимоя қилиш тизимини янада такомиллаштириш чора – тадбирлари тўғрисида»ги Фармони. «Халқ сўзи» газетаси, 2005 йил 16 июн сони.
4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Микрофирмалар ва кичик қорхоналарни ривожлантириш борасидаги қўшимча чора тадбирлар тўғрисида»ги Фармони. «Халқ сўзи» газетаси 2005 йил 25 июн сони.
5. Каримов И.А. Ўзбекистон иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш йўлида. Тошкент, «Ўзбекистон», 1995 йил.
6. Каримов И.А. Бош мақсадимиз – кенг кўламли ислохотлар ва модернизация йўлини қатъият билан давом эттириш“ Халқ сўзи” 2013 йил 19 январь

II. Махсус адабиётлар.

7. Абдуллаев Ё., Каримов Ф. Кичик бизнес ва тадбиркорлик асослари Т.: Меҳнат, 2000
8. Ғуломов С.С «Маркетинг асослари» Тошкент «Шарқ» 2002 йил
9. Махмудов Х.Э «Қорхона иқтисодиёти» Тошкент, Адабиёт жамғармаси 2004 йил
10. Солиев А. Маркетинг. Дарслик, Тошкент, 2011 й.
11. Солиев А., Усмонов А. Маркетинг-бозоршунослик. – Т.: Ўқитувчи, 1997.
12. Расулов М Бозорни ижтимоий ташкиллаштириш. Тошкент, ТДИУ, 2004 й.
13. Қосимова М.С., Аҳмедов О.М., Ёдгоров М.Х., Маркетинг тадқиқоти. – Т. Ўқитувчи, 1998.
14. Қосимова М.С., Эргашхўжаева Ш.Ж. Маркетинг. Ўқув қўлланма.– Т.: ТДИУ, 2004й.
15. Қосимова М.С., Эргашхўжаева Ш.Ж., Абдухалилова Л.Т., Мухитдинова У.С., Юлдашев М.М. Стратегик маркетинг. Ўқув қўлланма. –Т.: Ўқитувчи, 2004й.
16. Котлер Ф. Маркетинг менежмент. Экспресс курс. /Пер. с англ. под ред. Ю.Н.Каптуревского. – СПб.: Питер, 2002г.

17. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонч В. Основы маркетинга. Перевод с англ.-/2-е европ. изд./ - М., СПб., К.. Издательский дом "Вильямс", 2002г.
18. Носиров П., Абдуллаева Ш. Маркетинг-бозор иқтисодиёти асоси. – Т.: Ўзбекистон, 1994.
19. С.С.Ғуломов. Маркетинг асослари, - Т.: ТДАУ, 2000.
20. Смирнов Э.А. Управление качеством рекламы. – М.: РИП-холдинг, 2001г.
21. Фаттахов А.А. ва бошқ. Маркетинг-бошқарувнинг бозор концепцияси. – Т.: ТДИУ, 1999.
22. О.Келдиёров «Савдолар хажми кескин ошмоқда» Мулкдор 2006 йил 26 май 21 сон
23. Э.Остонов «РКМБ: Ошқоралик бош тамойил» Мулкдор 2006 й 19 май 20-сон
24. Шумпетер И. Теория экономического развития исследования предпринимательского прибыли, капитала, кредита процента и цикла конъюнктуры. Москва, Прогресс, 1982 г.
25. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство или как завести собственное дело и добиться успеха. Перевод с английского, Москва, Прогресс, 1990 г.
26. Худайбердиев З.Я. Развитие системы подготовки кадров для сферы предпринимательства. Ташкент, 2002 г.
27. Ўлмасов А., Шарифхужаев М. Иқтисодиёт назарияси. Дарслик. Тошкент, Меҳнат, 1995 й.

III. Статистик тўпламлар.

28. Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика Қўмитаси маълумотлари.
29. Наманган вилояти Статистика бошқармаси маълумотлари.
30. "Наманган қоғози" масъулияти чекланган жамиятининг режалари ва хисоботлари.

IV. Илмий – оммабоп нашрлар.

31. Ўзбекистон Иқтисодий Ахборотномаси 2012-2013 йиллар сонлари.

V. Интернет маълумотлари.

32. www.5balov.ru.
33. www.piter.com.
34. www.ziyo.edu.uz.
35. www.referat.ru.
36. <http://www.rambler.ru/>.