

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ҚИШЛОҚ ВА СУВ ХЎЖАЛИГИ ВАЗИРЛИГИ

АНДИЖОН ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИК ИНСТИТУТИ

**“БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ ВА АУДИТ”
КАФЕДРАСИ**

МОЛИЯВИЙ ВА БОШҚАРУВ ТАҲЛИЛИ
фанидан

Курс иши

**МАВЗУ: МАҲСУЛОТ СОТИШ ҲАЖМИ ВА УНГА ТАЪСИР ЭТУВЧИ ОМИЛЛАР
ТАҲЛИЛИ.**

БАЖАРДИ: “Бухгалтерия ҳисоби ва аудит” таълим йўналиши 4-босқич
талабаси Хидиров Тимурбек.

Мустақил ишни кафедрага
топширган
сана: “___” _____ 20__

Мустақил ишни ҳимоя қилган
сана: “___” _____ 20__

Қайд рақами: № _____

Ҳимоя қабул қилган
профессор ўқитувчи С.
Махмудов
(Лавозими, Ф.И.Ш)

(имзо)

АНДИЖОН – 2014

МАҲСУЛОТ СОТИШ ХАЖМИ ВА УНГА ТАЪСИР ЭТУВЧИ ОМИЛЛАР ТАҲЛИЛИ.

Кириш

Жамият эҳтиёжини янада тўлароқ қондириш учун зарур бўлган моддий неъматларни яратиш, асосан ишлаб чиқариш корхоналарининг зиммасига тушади.

Маҳсулоти ишлаб чиқаришни оғишмай ўстириш натижасида миллий даромад ҳажмини оширади, ишлаб чиқаришнинг ўсиш суръатларининг юксалиши учун қўшимча манбаларни яратади ва меҳнаткашларнинг моддий фаровонлик даражасини янада оширади. Бозор муносабатлари шароитида энг долзарб масалалардан бири фан-техника тараққиётини янада жадаллаштиришдир. Ишлаб чиқаришни техника жиҳатдан замонавий тарзда қайта қуроллантириш ва қайтадан ускуналаш (реконструкциялаш), барпо этилган ишлаб чиқариш потенциалидан (имкониятидан) жадал (интенсив) фойдаланиш, бошқарув тизимининг хўжалик механизмини такомиллаштириш бозор муносабатларига ўтиш суръатларини ва унинг самарадорлигини ошириш ҳамда шу асосда халқнинг фаровонлигини юксалтиришни таъминлайди. Бинобарин ишлаб чиқариш корхоналарининг олдидаги бош вазифаси яна ҳам ижтимоий ишлаб чиқариш самарадорлигини оширишдан иборат. Бу дегани, ҳар бир меҳнат, моддий ва молиявий ҳаражат бирлигига ишлаб чиқариш ҳажми ва миллий даромадни кескин тарзда оширишни тақозо қилади. Ана шундагина меҳнат унумдорлигини жадал оширишга эришиш мумкин.

Ушбу курс ишини ёзишдан асосий мақсад, маҳсулот сотиш ҳажми ва унга таъсир этувчи омиллар таҳлили билан танишиб чиқишдир. Ушбу мақсадга эришиш учун қуйидаги вазифалар белгилаб олинди:

1. Маҳсулотни ишлаб чиқариш ва сотиш таҳлилининг вазифалари билан танишиб чиқиш ва ҳаказо
2. Маҳсулотни ишлаб чиқариш ва сотишни ифодаловчи ҳажм кўрсаткичларини ўрганиб чиқиш
3. Тузилган шартнома мажбурияти асосида маҳсулотни етказиб бериш бўйича сотиш режасининг бажарилишини таҳлил қилиш
4. Сотиш режасининг бажарилишини таҳлил қилиш
5. Сотиш ҳажмига таъсир қилувчи омиллар таҳлилининг амалга ошириш ва бошқалар

Курс ишининг таркибий тузилиши кириш 7 та савол хулоса ва адабиётлар рўйхатидан иборат.

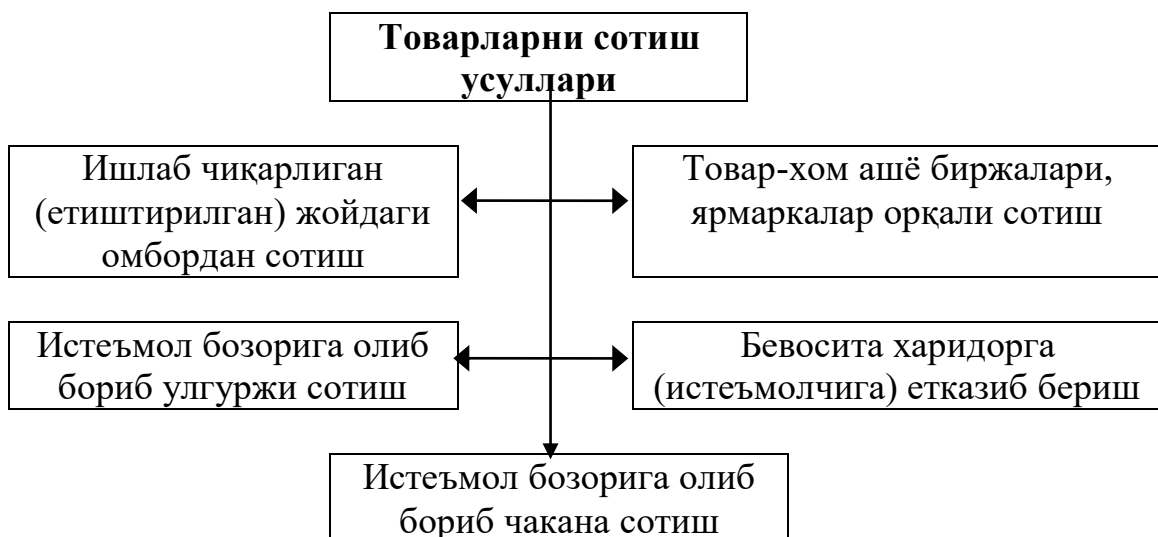
1. Маҳсулотни ишлаб чиқариш ва сотиш таҳлилининг вазифалари.

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

Маҳсулотни ишлаб чиқариш ва сотишда таҳлилнинг асосий вазифалари куйидагилардан иборат:

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

Ишлаб чиқариш дастурининг бажарилишини таҳлил қилишда бир қанча ахборот манбалари I-II сонли «Корхона (бирлашма)нинг маҳсулот бўйича йиллик ҳисоботи» қўлланилади. Бундан ташқари ойлик, чораклик ҳисоботлари ҳам қўлланилади, 5-сонли «Корхоналар (ташкilotлар) маҳсулот ишлаб чиқариш, ишлар ва хизматлар харажатлари тўғрисида ҳисобот», янги техникани жорий қилиш бўйича ҳисобот, маҳсулотнинг сифати ва нави бўйича статистик маълумотлар ва ҳоказо.



**1-Чизма. Тадбиркорлик субъектлари фаолиятида товарларни
сотишни ташкил қилиш усуллари**

**2. Маҳсулотни ишлаб чиқариш ва сотишни ифодаловчи ҳажм
кўрсаткичлари**

Ҳажм кўрсаткичлари орасида маҳсулотни реализация қилиш кўрсаткичи ўзига хос аҳамиятга эга бўлиб, у ишлаб чиқариш самарадорлигини аниқловчи муҳим кўрсаткичлардан биридир.

Дарҳақиқат, сотиш жараёни – ишлаб чиқарилган маҳсулотнинг истеъмолчиларнинг талаб ва эҳтиёжларига жавоб бериши демакдир. Бундай шароитда корхоналар маҳсулот ассортиментини кенгайтиришдан ва унинг сифатини яхшилашдан у ёки бу товарларга бўлган таклиф ва талабларни ўрганишдан манфаатдор эдилар, зеро ишлаб чиқариш сотиш жараёни билан тугалланиши керак эди.

Корхоналарнинг сотиш кўрсаткичлари орқали иш юритиш тажрибасини, жиддий нуқсонлар мавжудлигини кўриш мумкин. Гап шундаки, корхоналар сотиш режасини орттириб бажарганлари ҳолда, уларнинг айрим истеъмолчилари билан тузилган шартнома мажбуриятига асосан товар етказиб бермаслик ҳоллари кўпайиши мумкин. Бу эса ўз навбатида, иқтисодиётнинг ривожланишига жуда катта зарар етказарди. Шу сабабли корхоналарнинг хўжалик фаолиятига баҳо беришда муҳим кўрсаткич сифатида сотиш режасининг шартнома мажбуриятларига нисбатан бажарилишини олиш лозим.

Дарвоқе, мазкур кўрсаткич бўйича режа бажарилиш даражасининг энг мақбул миқдори 100 фоиздир. Маҳсулотни реализация қилиш авваламбор, товар маҳсулотини ишлаб чиқаришга боғлиқ.

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

Сотилган маҳсулот деганда, товарлар истеъмолчиларга юборилганда ёки унинг пули товар юбуровчиларининг банкдаги ҳисоб рақамига ўтказилиши тушунилади.

Саноат маҳсулоти ҳар хил баҳоларда, яъни режада қабул қилинган улгуржи баҳода ҳисобланилар эди. Бу эса ишлаб чиқарилган ва реализация қилинган маҳсулотни таққослаш учун имконият яратади. Бундан ташқари товар маҳсулоти ҳисоботида амалдаги улгуржи баҳо билан ҳам ҳисобланади. Бу эса ўз навбатида ишлаб чиқарилган маҳсулот ҳажмини таннарх, фойда каби кўрсаткичлар билан боғлаш учун имконият беради, чунки таннарх ва фойда кўрсаткичларини ўлчаш учун асос қилиниб амалдаги улгуржи баҳо олинадир.

Товар маҳсулоти асосан шартнома баҳода, ўзгармас улгуржи ва амалдаги улгуржи баҳода ҳисобланади

Товар ва реализация кўрсаткичлари бир-бири билан узвий равишда боғлиқ. Масалан, ҳисобот даврида реализация қилинмаган маҳсулот (тайёр маҳсулот, жўнатилган товарлар)нинг йил бошига бўлган қолдиғига ишлаб чиқарилган товар маҳсулоти қўшилиб реализация қилинмаган маҳсулотларнинг йил охиридаги қолдиғи айириб ташланади.

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

Айрим ҳолларда бошқарув таҳлилида тўғри баҳо беришга эришиш учун норматив соф маҳсулот (НСМ) кўрсаткичидан ҳам фойдаланилади. Норматив соф маҳсулот ишлаб чиқаришдаги ишчиларнинг асосий ва қўшимча иш ҳақини, социал суғурта учун ажратмалар ва норматив фойдани жамлаш орқали аниқланади.

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

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

Шартли соф маҳсулот (ШСМ) – бу соф маҳсулот қўшув асосий воситаларнинг амортизациясидир. Бу кўрсаткич ҳам айрим корхоналарда қўлланилиши мумкин. Бироқ бозор муносабатлари шароитида асосий кўрсаткич эркин шартномавий нарх бўлиб ҳисобланади.

Ҳозирги шароитда ҳар бир корхона ўзининг ҳисоб сиёсатини мустақил ҳал қилади. Бу эса унинг ўз хусусиятларидан келиб чиқиб қайси кўрсаткични қўллашни ўзлари мустақил танлаш имконини беради.

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

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

Шартномани бажаришнинг шароитлари идишга қўйилган талаблар, нархлар, ҳисоб-китоблар тартиби, маҳсулотларни ўраб-жойлаш ва ташиш усуллари кабилардан иборат бўлади.

Шартномадаги мажбуриятларга амал қилинмаса, маҳсулот етказиб берувчи корхона моддий жиҳатдан жавобгар бўлиб, истеъмолчи кўрадиган зарарни қоплайди. Шартнома бандлари бузилгани учун жарималар тўлаш, етказилган зарарни қоплаш корхонани буюртмачига маҳсулот етказиб бериш мажбуриятдан халос этмайди. Маҳсулот етказиб бериш интизомини корхоналарнинг ўзигагина боғлиқ бўлиб қолмасдан, балки моддий-техника таъминот идорадари, транспорт, бутун бошқариш бўғинлари ишига ҳам кўп жиҳатдан боғлиқдир. Шартнома интизомига риоя қилиш иқтисодиётнинг баланслашуви, халқ хўжалигининг нормал фаолият кўрсатиш, корхоналарнинг бир маромда ишлаши, унинг самарадорлигини оширишнинг зарур шартидир ва ниҳоят хўжалик механизмини такомиллаштиришнинг энг муҳим омилидир. Ҳозирги пайтда шартнома харидор билан товар жўнатувчи ўртасида бевосита тузилиши мумкин. Аммо кўп ҳолларда у товар хом ашё биржалари орқали амалга оширилади.

Жами сотиш ҳажмида шартнома мажбуриятларига риоя этмасликдан иборат салбий тенденция, республикамиз иқтисодиётининг аксарият соҳалари учун характерлидир. Мамлакатимиздаги корхоналарнинг ҳар тўрттасидан бири шартнома мажбуриятларига амал қилмаётганлиги бунга яққол мисолдир. Маҳсулот етказиб берувчилардан баъзиларининг шартнома мажбуриятини бузиши ўз навбатида бошқаларнинг шу мажбуриятларни бажармаслигига олиб келадики, бу оқибатда ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришни пайсалга солади.

Сотиш ҳажмида шартнома мажбуриятларига риоя қилиш режасининг бажарилишини таҳлил қилиш учун керакли маълумотлар йиллик ҳисоботнинг 1-п сонли «Корхонанинг (бирлашманинг) маҳсулот ишлаб чиқариш бўйича йиллик ҳисоботи» шаклидан, шартномалар ва бизнес-режадан олинади. Бунинг учун қуйидаги жадвал тузиш тавсия қилинади .

1 – Жадвал

**«Оқ ёр» корхонасида тузилган шартнома мажбурияти бўйича
истеъмолчиларга товарларни етказиб бериш режасининг бажарилиши
(минг сўм)**

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

	сотиш ҳажми	ўсиб бориши	Суммаси	Ҳоиз ҳисобида
I чорак	210650	-2400	208250	98,9
II чорак	210700	-2300	208400	98,9
I-ярим йиллик	421350	-4700	416650	98,9
III чорак	210600	-2600	208000	98,8
IV чорак	310650	-3700	306950	98,8
Ҳами	942600	-11000	931600	98,8

Изоҳ: Ҳақиқатда сотилган маҳсулот ҳажми 982460 минг сўмни ташиқил қилган.

Мазкур жадвалдан кўринишича сотиш ҳажми бўйича бизнес-режа 164,2 фоизга ($982460 \times 100 : 942600$) бажарилгани ҳолда, тузилган шартнома мажбурияти бўйича режа эса 98,8 фоизга бажарилди.

Шартнома мажбурияти бўйича режанинг бажарилишини аниқлаш учун бизнес-режа ҳажмидаги сотиш суммасидан етказиб берилмаган маҳсулотларнинг суммаси чиқарилиб, сўнг сотиш ҳажмининг бизнес-режа даражасига бўлинади. Таҳлил қилинаётган корхона истеъмолчиларга маҳсулотларнинг айрим тури бўйича 11000 минг сўмлик маҳсулот етказиб бермаган.

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

$$\frac{942600 - 11000}{942600} \cdot 100 = \frac{931600}{942600} \cdot 100 = 98,8 \text{ фоиз}$$

Бозор муносабатлари шароитида бизнес режанинг бажарилиши билан бирга шартнома мажбуриятининг бажарилиши ҳам муҳим аҳамиятга эга. Корхона маъмурияти бу масалани тезкор тарзда таҳлил қилиб бориши лозим.

4. Сотиш режасининг бажарилишини таҳлил қилиш

Бозор муносабатларининг шаклланиши, иқтисодиётнинг эркинлашуви, кўпмулкчиликка асосланган иқтисодий тизимда кичик бизнесга асосланган хусусий сектор корхоналарининг вужудга келиши бу соҳага янгича ёндошишни, иқтисодий таҳлилнинг ўзига хос усуллари ишлаб чиқишни тақозо қилмоқда. Айниқса иқтисодиётнинг ҳозирги босқичида таҳлил таҳлил қилиш учун эмас, балки корхонани бевосита оқилона бошқариш учун зарур бўлмоқда. Шу туфайли иқтисодий таҳлилга талаб ва уни амалга ошириш зарурати янада кучайди. Боз устига ҳозирги иқтисодий вазият ички имкониятларни ахтариб топишни тақозо қилмоқда. Бу эса бевосита омилли таҳлил усуллари ҳам кенг миқёсда қўллашни талаб қилмоқда.

Шуни алоҳида таъкидлаш жоизки, хусусий корхоналарда ҳажм кўрсаткичлари ичида маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотиш ҳажми ўзига хос хусусиятларга эга. Кичик ҳажмга асосланган ишлаб чиқариш корхоналарида ушбу кўрсаткичларга таъсир қилувчи омиллар ҳам ўзгаради. Бу эса уларни таҳлил қилиш усулларига ҳам ўзига хос тарзда ёндошувни тақозо қилади. Аммо юқорида номлари зикр этилган шу соҳанинг етакчи олимлари адабиётларида айнан, хусусий мулкка асосланган кичик бизнес корхоналарига хос таҳлил усуллари, айниқса омилли таҳлил етарли даражада ёритилмаган. Шуларни инобатга олиб мазкур корхоналарда маҳсулотни ишлаб чиқариш ва сотиш, таннарх, фойда каби натижавий кўрсаткичлар ҳамда рентабеллик, рақобатбардошлик каби нисбий кўрсаткичлар ўзгаришига таъсир қилувчи омиллар тизимини ишлаб чиқиш ва уларни ҳисоблаш йўллари кўрсатиб ўтиш мақсадга мувофиқдир.

Шундай қилиб, бозор муносабатлари шароитида товарни ишлаб чиқариш билан бирга уни сотиш муҳим аҳамият касб этади. Лекин товарни сотиш қанчалик муҳим бўлмасин олдин уни ишлаб чиқариш лозим. Ишлаб чиқариш бўлмаса, табиийки, сотиш бўлмайди. Аммо ишлаб чиқариш, олдингидек, фақат ишлаб чиқариш учун эмас, балки сотишга қаратилган, товар эса истеъмолчининг талабига жавоб берадиган бўлиши лозим.

Бу жараёнлар ўз-ўзидан ушбу кўрсаткичлар таҳлилига ҳам алоҳида, бугунги замон нуқтаи назари билан ёндошишни талаб қилади. Ушбу талабдан келиб чиқиб маҳсулотни ишлаб чиқариш ва сотишни таҳлил қилиш учун қуйидаги умумлашган жадвалдан ойдаланамиз.

Ушбу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, корхона маҳсулотни ишлаб чиқариш бўйича ҳисобот йилида режани 100,9 %, сотиш ҳажми бўйича эса 102,3 % га бажарган. Ўтган йилга нисбатан ўзгариш суръати ҳам маҳсулотни ишлаб чиқариш бўйича 107,3 % ни ташкил қилган бўлса, сотиш бўйича эса 108,9 % ни ташкил қилган. Сотиш ҳажмининг тез ўсиши сотилмай қолган товарнинг камайишидан, барча ишлаб чиқарилган маҳсулотнинг ўз

2 - Жадвал

«Оқ ёр» кўптармоқли масъулияти чекланган жамиятда 2014 йилда маҳсулотни ишлаб чиқариш ва сотиш режасининг бажарилиши ва уларнинг ўзгаришини аниқлаш ҳисоб-китоби

Кўрсаткичлар	Ўт-ган йил-да	Ҳисобот йилида		Фарқи (+,-)		Ўзгариш суръати	
		режа да	ҳақиқатда	режа га нисба -тан	ўтган йилга нисба -тан	режа га нисба -тан	ўтган йилга нисба -тан
1. Ишлаб чиқарил-							

ган маҳсулот ҳажми, шартли банка	41040	43646	44025	+379	+2985	100,9	107,3
2. Сотилган маҳсулот ҳажми, шартли банка	40237	42815	43811	+996	+3574	102,3	108,9
3. Сотилган маҳсулотнинг улуши, %	98,05	98,11	99,51	+1,40	+1,46	X	X

Манба: Корхонанинг йиллик ҳисоботлари асосида тузилди.

харидорини топаётганидан долалот беради. Ўтган йилда барча ишлаб чиқарилган товарларнинг 98,05 % сотилган бўлса, ҳисобот йилида бу кўрсаткичнинг миқдори 99,51 % га етган. Бу ҳам сотилган маҳсулот бўйича ижобий натижага эришилганлигидан далолатдир.

Ушбу жадвал маълумотлари ишлаб чиқарилган ва сотилган товарлар ҳақида умумий хулоса қилишга асос бўлади. Аммо кўпинча шундай ҳолатлар бўладики, бу умумий мувоффақиятларнинг ичида айрим камчиликлар, ҳали ишга солинмаган имкониятлар (резервлар) яшириниб ётган бўлиши мумкин. Буларни аниқлаш учун ушбу умумий ҳажмни алоҳида товар гуруҳлари бўйича ҳам ўрганишни тақозо қилади.

Ушбу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, маҳсулот ишлаб чиқариш режаси ҳисобот йилида умумий ҳажми бўйича 100,9 % бажарилган. Уларни алоҳида товар гуруҳлари бўйича таҳлил қилганда шу аниқ бўлдики, ишлаб чиқариш режаси умуман бажарилганлиги билан айрим маҳсулот турлари бўйича

3 - Жадвал

«Оқ ёр» КМЧЖда 2014 йилда маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмини алоҳида товар гуруҳлари бўйича режа бажарилишининг ҳисоб-китоби (натурал миқдорда)

Кўрсаткичлар	Ўтган йилда	Ҳисобот йилида		Фарқи (+,-)		Ўзгариш суръати	
		Режада	ҳақиқатда	режага нисбатан	ўтган йилга нисбатан	режага нисбатан	ўтган йилга нисбатан
1. Олма шарбати	6253	6640	6711	+71	+458	101,1	107,3
2. Ўрик шарбати	7360	7818	5350	-2468	-2010	68,4	72,7
3. Узум шарбати	4130	4400	6205	+1805	+2075	140,7	150,2
4. Памидор шарбати	4815	5119	4912	-207	+97	96,0	102,0
5. Гилос шарбати	6252	6641	7881	+1240	+1629	118,7	126,1
6. Сабзи шарбати	7258	7717	7548	-169	+290	97,8	104,0

7. Беҳи шарбати	4972	5311	5418	+107	+446	102,0	109,0
Жами:	41040	43646	44025	+379	+2985	100,9	107,3

Манба: Корхонанинг бухгалтерия ҳисоби ҳисоботлари асосида тузилди.

ҳақиқий миқдор режага нисбатан анча кам бўлган. Хусусан, ўрик шарбати бўйича режа атиги 68,4 % бажарилган, памидор шарбати ишлаб чиқариш бўйича режа бажарилиши 96,0 % ни ташкил қилган бўлса, сабзи шарбати бўйича 97,8 % га тенг бўлган. Кўриниб турибдики, етти хил маҳсулотнинг тўрттаси бўйича режа бажарилган бўлса, учтаси бўйича бажарилмаган. Агар шу маҳсулотлар бўйича режа бажарилганда эди, ҳақиқий натижа яна 2844 шартли банкага (2468+207+169) ошган бўлар эди. У ҳолда ишлаб чиқарилган маҳсулот миқдорининг ҳақиқий ҳажми 44025 шартли банка эмас, балки 46869 шартли банкага (44025+2844) тенг бўлар эди. Агар ушбу ички имкониятдан тўлиқ фойдаланилганда маҳсулот ишлаб чиқариш режаси 100,9 % эмас, балки 107,4 % ни $(46869:43646 \cdot 100)$ ташкил қилган бўлар эди.

Худди шундай хулосани ўтган йилги маълумотлар билан солиштириб ҳам чиқариш мумкин. Ўтган йилга нисбатан ҳам ўрик шарбатини ишлаб чиқариш 2010 шартли банкага ёки 27,3 % га (100,0-72,7) кам бажарилган. Бу ҳам корхонанинг ички имконияти мавжудлигидан далолат беради.

Албатта, шуни инобатга олиш лозимки, шу охирги икки йил мобайнида ўрикзорларнинг ҳосилдорлиги Самарқанд вилоятида, айниқса, шу кичик корхона жойлашган Оқдарё туманида яхши бўлмади. Аммо бу масаланинг олдини олиш, яъни ўрикни яқин Навоий ва Жиззах вилояти туманларидан, ҳосилдорлик яхши бўлган жойлардан тайёрлаб олиб келиш мумкин эди. Бундан ташқари мазкур корхона ўрик шарбати етиштириб бериш бўйича охирги икки йилда тузган шартнома шартларини ҳам тўлиқ бажармади. Демак, бундай сусткашлик оқибати нафақат битта корхонага, балки уларнинг ҳамкорлари фаолияти натижаларига ҳам салбий таъсир қилди.

5. Сотиш ҳажмига таъсир қилувчи омиллар таҳлили

Маҳсулот ҳажмининг натурал миқдори бўйича умумий ўзгаришига ҳам бирқанча омиллар таъсир қилади. Уларнинг айримларини кўриб чиқамиз. Биринчиси, маҳсулот умумий натурал миқдорининг бажарилиш коэффиценти ва иккинчиси, маҳсулот ассортиментининг таркибий ўзгариши. Таҳлил жараёнида шу икки омилнинг ҳам таъсирини аниқлаш лозим. Буларни аниқлаш учун бир қанча ҳисоб-китобларни амалга оширишни талаб қилади.

Энг аввало, барча маҳсулотларни ишлаб чиқариш бўйича натурал миқдорининг умумий бажарилиш коэффициентини (K_{nm}) аниқлаб олиш лозим. Бу учун қуйидаги формула тавсия қилинади:

$$\text{Умумий маҳсулот натурал миқдори режасининг бажарилиш коэффициенти (} K_{nm} \text{)} = \frac{\text{Ҳақиқий бажарилгани Режада кўзда тутилгани}}{44025 / 43646} = 1,00868$$

Ушбу коэффициент аниқлангач мазкур омилнинг маҳсулот ҳажмининг ўзгаришига таъсирини (ΔQ_{knm}) ҳисоблаш мумкин. Бу учун қуйидаги формула тавсия қилинади:

$$\Delta Q_{knm} = (Q_p \cdot K_{nm}) - Q_p$$

Бунда: Q_p – ҳақиқий товар маҳсулотининг режадаги миқдори ва режадаги баҳода ифодаланиши;

K_{nm} - маҳсулот натурал миқдори режасининг умумий бажарилиш коэффициенти;

Агар ушбу формулани кенгайтириб ёзадиган бўлсак қуйидаги формулага эга бўлиш мумкин:

$$\Delta Q_{knm} = (q^p \cdot p^p) \cdot K_{nm} - (q^p \cdot p^p);$$

Ушбу формуланинг биринчи қисмини яна бошқача кўринишда ҳам ифодалаш мумкин:

$$\text{Режадаги баҳо ва режадаги таркибдаги ҳақиқий товар маҳсулотининг миқдори} = \text{Ҳақиқий товар маҳсулотининг режадаги миқдори ва режадаги баҳодаги ҳажми} \times K_{nm};$$

Ушбу омилларнинг таъсирини ҳисоблаш учун маҳсулот ҳажмининг қиймати аниқланади.

У ҳолда олма шарбати бўйича режа баҳосидаги товар маҳсулоти ҳақиқатдаги режадаги таркибда K_{nm} ни қўллаб қуйидагича ҳисобланади:

$$2363,8 \times 1,00868 = 2384,3 \text{ минг сўм}$$

Худди шу тарзда бошқа маҳсулотлар бўйича ҳам ҳисоблаш мумкин (6-устун).

Товар маҳсулоти ҳажмининг иккинчи омил, яъни товар гуруҳларининг таркибий тузилиши ўзгариши эвазига ўзгарганлигини аниқлаш учун қуйидаги формула тавсия қилинади:

$$\Delta Q_{tt} = (q^x \cdot p^p) - (q^p \cdot p^p) \cdot K_{nm};$$

Бунда: ΔQ_{tt} - маҳсулот ҳажмининг ўзгаришига уларнинг

таркибий тузилиши ўзгаришининг таъсири;
 q^x - маҳсулотнинг ҳақиқатдаги натурал миқдори;
 q^p - маҳсулотнинг режадаги натурал миқдори;
 p^p - 1 шартли банка маҳсулотнинг режадаги баҳоси.

Ушбу формуланинг биринчи қисмини яна қуйидагича ҳам ифодалаш мумкин:

Ҳақиқатда ишлаб		Ҳақиқатда иш-		Маҳсулотнинг
чиқарилган товар	=	лаб	чиқарил-	режадаги
маҳсулотининг		ган	маҳсулот	баҳоси
режадаги баҳоси		ҳажми		;

Ушбу кўрсаткични .3-жадвалдаги маълумотлардан фойдаланган ҳолдаги аниқланганда олма шарбати бўйича ҳақиқатдаги маҳсулот қиймати режадаги баҳода қуйидагича бўлади:

$$6711 \times 356 = 2389,1 \text{ минг сўм}$$

Худди шу кўрсаткич ўрик шарбати бўйича:

$$5350 \times 741 = 3964,4 \text{ минг сўм ва ҳ.к.}$$

Агар ушбу омилларни маҳсулотнинг умумий ҳажми бўйича аниқлаш лозим бўлса, шу товар ассортиментлари бўйича ҳисобланган омилларни жамлаш мумкин. Бу учун қуйидаги иккита формула тавсия қилинади:

Биринчи омил учун: $\Delta Q_{\text{КНМ}} = \Sigma (q^p \cdot p^p) \cdot K_{\text{НМ}} - \Sigma (q^p \cdot p^p);$

Иккинчи омил учун: $\Delta Q_{\text{ТТ}} = \Sigma (q^x \cdot p^p) - \Sigma (q^p \cdot p^p) \cdot K_{\text{НМ}};$

Шу икки омилнинг амалиётда қўлланилишини кўриб чиқиш ушбу назарий тавсияларнинг амалий қимматини оширади. Бу учун яна 4.4-жадвалдан фойдаланиш тавсия қилинади.

Ушбу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, ишлаб чиқарилган товар маҳсулотининг ҳақиқий ҳажми режа баҳосида 365,4 минг сўмга (24855,5-24490,1) кўпайган. Бу ўзгаришга иккита омил таъсир қилганлигини кўрамиз.

Биринчидан, товар маҳсулотининг ўзгаришига маҳсулот натурал миқдорининг кўпайиши таъсир қилган. Мазкур кўрсаткич режаси бажарилиш коэффицентининг 0,87 фоиз бандга ошганлиги товар маҳсулоти ҳажмини 212,7 минг сўмга кўпайтирган:

$$24702,8 - 24490,1 = + 212,7 \text{ минг сўм}$$

Иккичидан, товар маҳсулотининг ўзгаришига уларнинг таркибий тузилишидаги ўзгариши таъсир қилган. Уни аниқлаш учун ҳақиқатдаги товар маҳсулотининг режадаги баҳосидаги миқдоридан унинг режадаги таркибдаги миқдори айрилади, у ҳолда натижа қуйидагича бўлади.

$$24855,5 - 24702,8 = - 152,7 \text{ минг сўм.}$$

**«Оқ ёр» КМЧЖда 2014 йилда ишлаб чиқариш ҳажмига
таъсир қилувчи омиллар ҳисоб-китоби**

Маҳсулотларнинг номи	Ишлаб чиқарилган маҳсулот миқдори, шартли банкада			1 шарт-ли банка маҳсулотнинг режадаги баҳоси	Режа баҳосидаги товар маҳсулоти			Фарқи		
	Режада	ҳақи-қатда	фарқи (+,-)		режада	ҳақи-қатда режа-даги тар-кибда	ҳақи-қатда	Жами	Шу жумладан	
									умумий миқ-дори ўзга-риши эвазига	тар-киби ўзга-риши эвазига
А	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Олма шарбати	6640	6711	+71	356	2363,8	2384,3	2389,1	+25,3	+20,5	+4,8
2. Ўрик шарбати	7818	5350	-2468	741	5793,1	5843,4	3964,4	-1828,7	+50,3	-1879,0
3. Узум шарбати	4411	6205	+1794	652	2876,1	2901,1	4045,7	+1169,6	+25,0	+1144,6
4. Памидор шарбати	5119	4912	-202	231	1181,3	1191,6	1135,7	-45,6	+10,3	-55,9
5. Гилос шарбати	6641	7881	+1240	852	5658,1	5707,2	6714,6	+1056,5	+49,1	+1007,4
6. Сабзи шарбати	7717	7548	-163	456	3516,2	3546,7	3441,9	-74,3	+30,5	-104,8
7. Беҳи шарбати	5311	5418	+107	584	3101,5	3128,5	3164,1	+62,5	+26,9	+35,6
Жами:	43646	44025	+379	X	24490,1	24702,8	24855,5	+365,4	+212,7	+152,7

Манба: 4.3-жадвал маълумотлари асосида тавсия қилинган усулни қўллаган ҳолда ҳисоб-китоб қилинди.

Шу икки омилнинг таъсири натижа ўзгаришининг умумий фарқига тенг:

$$212,7 + 152,7 = + 365,4 \text{ минг сўм.}$$

Товар маҳсулоти ўзгаришига ушбу омиллардан ташқари яна бир қанча омиллар ҳам таъсир қилишини инобатга оладиган бўлсак мазкур ҳисоб-китобларни давом эттириш мумкин. Умуман олганда товар маҳсулоти қийматининг ўзгаришига юқорида кўрсатилганлар билан бирга яна бир қанча омиллар таъсир қилади. Булар жумласига:

- * товар маҳсулотининг натурал миқдори;
- * товар маҳсулотининг таркибий тузилишидаги ўзгаришлар;
- * товар маҳсулотининг таннархи;
- * товар маҳсулотининг баҳоси

каби омиллар киради. Уларнинг таъсирини ҳисоблаш учун бирқанча ҳисоб-китобларни амалга оширишни тавсия қиламиз.

1. Корхонада товар маҳсулотини ишлаб чиқаришнинг натурал миқдори ошганлигининг умумий қийматига таъсирини ($\Delta T_{м.нм}$) аниқлаш учун қуйидаги формула тавсия қилинади:

$$\Delta T_{м.нм} = \sum_{i=1}^n [T_{ми}^P \cdot (T_{м.нқі}^X / T_{м.нқі}^P)] - \sum_{i=1}^n T_{м.і}^X ;$$

Бунда: $T_{ми}^P$ - i - товар гуруҳи бўйича товар маҳсулотининг режадаги қиймати;

$T_{м.нқі}^X$ - i -товар гуруҳи бўйича товар маҳсулотининг натурал миқдори, ҳақиқатда;

$T_{м.нқі}^P$ - i товар гуруҳи бўйича товар маҳсулотининг натурал миқдори, режада;

i - товар гуруҳларининг тартиб рақами ($i = \overline{1, n}$)

n - товар гуруҳларининг умумий сони.

2. Товар маҳсулотининг ўзгаришига унинг таркибий тузилишидаги ўзгариш ($\Delta T_{м.тг}$) ҳам сезиларли даражада таъсир қилади. Уни аниқлаш учун ҳақиқатдаги товар маҳсулотининг режадаги баҳоси билан ҳисобланган миқдоридан ($\sum_{i=1}^n T_{м.р} \delta i^X$) ҳақиқатдаги товар маҳсулотининг режадаги

таркибдаги миқдори ($\sum_{i=1}^n T_{м.і}^P \cdot K_{нмі}$) айрилади. Бу учун қуйидаги формуладан фойдаланиш тавсия қилинади:

$$\Delta T_{м.тг} = \sum_{i=1}^n T_{м.р} \delta i^X - (\sum_{i=1}^n T_{м.і}^P \cdot K_{нмі});$$

3. Товар маҳсулоти қийматининг ўзгаришига баҳонинг ўзгариши ҳам алоҳида таъсир қилади. Ушбу кўрсаткични ($\Delta T_{м.б}$) аниқлаш учун ҳақиқий товар маҳсулотининг режадаги таннархи билан ҳисобланган ҳажмидан ($\sum_{i=1}^n T_{м.рtn}^X$) ҳақиқий товар маҳсулотининг режадаги баҳосида ҳисобланган

ҳажмини $(\sum_{i=1}^n T_{м.рбi}^x)$ айириб ташланади. Бу қуйидаги формула билан аниқланади:

$$\Delta T_{м.б} = \sum_{i=1}^n T_{м.рtn}^x - \sum_{i=1}^n T_{м.рбi}^x;$$

4. Товар маҳсулоти ҳажмининг ўзгариши бевосита унинг таннархидаги ўзгаришларга ҳам боғлиқ. Агар таннархи қанча паст бўлса бир хил баҳода кўп фойда олиш мумкин ва аксинча. Агар маҳсулотнинг таннаrxини камайтирсак, тенг ҳолда, унинг нарxини пасайтириб ҳам фойда олишга эришишимиз мумкин. Шу туфайли маҳсулот ҳажмининг ўзгаришига таннархнинг таъсири ҳам ҳисобланиши лозим. Ушбу омилнинг таъсирини $(\Delta T_{м.тн})$ аниқлаш учун товар маҳсулотининг ҳақиқий миқдоридан $(\sum_{i=1}^n T_{м.}^x)$ унинг режадаги таннарх билан ҳисобланган миқдори айрилади $(\sum_{i=1}^n T_{м.рtn}^x)$.

Бу учун қуйидаги формула тавсия қилинади:

$$\Delta T_{м.тн} = \sum_{i=1}^n T_{м.}^x - \sum_{i=1}^n T_{м.рtn}^x;$$

Барча омиллар таъсири натижанинг умумий фарқига тенг бўлиши лозим:

$$\Delta T_{м.} = \Delta T_{м.нм} \pm \Delta T_{м.тг} \pm \Delta T_{м.б} \pm \Delta T_{м.тн};$$

Ушбу формулаларга аниқ маълумотларни қўллаб ечиш учун қуйидаги жадвални тузишни тавсия қиламиз (4.5-жадвал).

Ушбу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, ишлаб чиқарилган товар маҳсулотининг ҳажми ҳисобот даврида 2195,9 минг сўмга ёки 9,0 % га $(26686,0 : 24490,1 \cdot 100)$ кўпайган. Ушбу ўзгаришга бир қанча омиллар таъсир қилган. Улар қуйидагилардан иборат.

1. Ушбу корхонада товар маълумотининг натурал миқдори 379 шартли банкага кўпайиши унинг қийматини 212,7 минг сўмга оширган.

5 - Жадвал

«Оқ ёр» КМЧЖда 2014 йилда товар маҳсулоти ўзгаришига алоҳида омиллар таъсирининг ҳисоб-китоби

Маҳсулотнинг номи	Товар маҳсулоти (минг сўм)				хақиқатдаги таркиб, таннарх баҳода	фарқи (+,-)
	режада	Ҳақиқатда				
		режадаги таркибда	режадаги таннархда	режадаги баҳода		
А	1	2	3	4	5	6
1. Олма шарбати	2363,8	2384,3	2389,1	2134,1	2496,5	+132,7

2. Ўрик шарбати	5793,1	5843,4	3964,4	3761,1	4215,8	-1577,3
3. Узум шарбати	2876,0	2901,1	4045,7	3859,5	4300,1	+1424,1
4.Памидор шарбати	1181,3	1191,6	1135,7	992,2	1286,9	+105,6
5. Гилос шарбати	5658,1	5707,2	6714,6	6391,5	7132,3	+1474,2
6. Сабзи шарбати	3516,2	3546,7	3441,9	3049,4	3781,5	+265,3
7. Беҳи шарбати	3101,6	3128,5	3164,1	2958,2	3472,9	+371,3
Жами:	24490,1	24702,8	24855,5	23145,7	26686,0	+2195,9

$$24702,8 - 24490,1 = +212,7 \text{ минг сўм}$$

2. Товар маҳсулоти таркибида нархи қиммат бўлган товарларнинг улуши камайганлиги унинг умумий қийматини анча пасайиб кетишига сабаб бўлган. Бунинг натижаси бизнинг мисолимизда 152,7 минг сўмга тенг:

$$24855,5 - 24702,8 = +152,7 \text{ минг сўм}$$

3. Мазкур корхона ишлаб чиқарган товар маҳсулотини таннархи ҳажмида сотганда эди, унинг умумий ҳажми 1709,8 минг сўмга кам бўлар эди. Кўриниб турибдики, корхона ўз маҳсулотини қимматроқ баҳода сотиб анча фойда олишга эришган. Ушбу ҳисоб-китоб бизнинг мисолимизда қуйидагича аниқланган:

$$23145,7 - 24855,5 = -1709,8 \text{ минг сўм}$$

4. Маҳсулот баҳосининг ошганлиги товар маҳсулоти ҳажмини 3540,3 минг сўмга кўпайтирган. Бу бизнинг мисолимизда қуйидагича аниқланади:

$$26686,0 - 23145,7 = +3540,3 \text{ минг сўм}$$

Барча омиллар таъсири натижа ўзгаришининг умумий фарқига тенг:

$$212,7 - 152,7 - 1709,8 + 3540,3 = +2195,9 \text{ минг сўм}$$

Кўриниб турибдики, товар маҳсулотининг ҳажмининг ўзгаришига тўртта омилдан учтаси ижобий, биттаси эса салбий таъсир қилган. Келгусида салбий таъсир қилган омилларга асосий эътиборни қаратиш лозим бўлади.

6. Маҳсулотни сотиш бўйича бизнес-режанинг бажарилишига таъсир қилувчи омилларни ҳисоблаш йўллари

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

**Товар ва сотилган маҳсулот бўйича бизнес-режанинг
бажарилиши ва ўсиш суръати**

(минг сўм)

№	Кўрсаткичлар	Ўтган йилда ги ҳақиқ ий сумма -си	Жори й йилда ги бизнес -режа сумма -си	Жорий йилда и ҳақиқ й сумма	Бизне с- режага нисба тан мутло қ фарқ (+,-)	Бизнес- режани нг бажари лиши % ҳисобид а
1.	Сотиш ҳажмининг бизнес-режада берилган амалдаги улгуржи баҳоси.	896550	942600	982460	+39860	104,2
2.	Товар маҳсулотининг бизнес-режада берилган амалдаги улгуржи баҳоси	896550	942600	997970	+55370	105,9
3.	Товар маҳсулотининг ўзгармас (барқарор) корхона улгуржи баҳоси	898370	945000	1000910	+55910	106,0
4.	Соф маҳсулот	216200	238000	240350	+2350	101,0

Жадвалдан кўринишича, корхона жорий йилда ҳажм кўрсаткичлари бўйича бизнес-режани орттириб бажарди. Бунда турли кўрсаткичлар бўйича режанинг бажарилиши турлича. Агар соф маҳсулот бўйича режа фақат 1 фоизга ортиқ бажарилган бўлса, товар маҳсулоти бўйича 6 фоизга бажарилди. Демак, корхона жорий йилда кўпроқ материал талаб маҳсулот ишлаб чиқарган. Сотиш ҳажми бўйича режа 39860 минг сўмга ёки 4,2 фоизга орттириб бажарилди. Сотиш ҳажмининг мутлақ ўсишига икки омил таъсир кўрсатди:

1. Товар маҳсулотини режага нисбатан + 55370 минг сўмга (997070 – 942600) кўп ишлаб чиқарган.

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

Сотиш ҳажмининг ўсиш суръатига кўпгина кўрсаткичлар таъсир кўрсатади. Буларга маҳсулотнинг сифати, уни бир маромда ишлаб чиқариш ҳамда маҳсулотни ўз вақтида истеъмолчиларга жўнатиш ва унинг ҳақини тўлаш, сотилмаган маҳсулотларнинг йил бошига ва йил охирига бўлган қолдиғи каби омиллар киради. Ишлаб чиқарилган ва сотилган маҳсулотнинг

бир-бирига боғлиқлигини текшириш учун товар балансини тузиш керак. Уни куйидаги формула орқали ифода қилиш мумкин:

$$T_1 + M = P + Ч + T_2$$

Бу ерда: T_1 – сотилмаган маҳсулотларнинг йил бошидаги қолдиғи;

M – жорий йилда ишлаб чиқарилган товар маҳсулотининг ҳажми;

P – жорий йилда сотилган маҳсулотнинг ҳажми;

$Ч$ – товарнинг турли чиқимлари;

T_2 – сотилмаган маҳсулотларнинг йил охиридаги қолдиғи.

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

Сотиш ҳажмининг ўзгаришига товар маҳсулотини ишлаб чиқариш ва сотилмаган маҳсулотларнинг ўзгариши таъсир қилар эди. Энди юқорида берилган тенгликдан сотиш ҳажмининг миқдорини куйидагича ифода этиш мумкин:

$$P = T_1 + M - Ч - T_2$$

Ушбу боғланишни таҳлил қилиш учун куйидаги жадвални тузишни тавсия қиламиз (4.7-жадвал).

Шуни таъкидлаш керакки, товар маҳсулоти ҳақиқий улгуржи нархларини оғиши ҳукуматнинг қарори асосида ёки маҳсулот сифатининг яхшиланганлиги туфайли содир бўлган нарх ўзгаришининг натижаси бўлиши мумкин. Аксарият ҳолларда товар маҳсулоти ҳажмини кўпайиши нархларнинг кескин тарзда кўтарилиши ҳисобига содир бўлиб, амалда эса ишлаб чиқаришнинг табиий ҳажмини камайиши эҳтимолдан холи эмас.

7 – Жадвал

Сотилган маҳсулотга таъсир қилувчи омиллар ҳисоб-китоби

(минг сўм)

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

**Маҳсулотнинг физик ҳажми ўзгаришига таъсир этувчи
омилларнинг ҳисоб-китоби**

(минг сўм)

Кўрсаткичлар	Ўтган йилда	Ҳисобот т йилида	Мутлақ фарқ (+,-)		
			жами	шу жумладан омиллар ҳисобига	
				нархи	физик ҳажми
1. Товар маҳсулотининг амалдаги улгуржи баҳоси	896550	997970	+101420	+374240	-272820
2. Товар маҳсулотининг солиштирма улгуржи баҳоси	896550	623730	-272820		
3. Нархлар индекси	1,0	1,6	+0,6		

Жадвалдан кўринишича товар маҳсулоти ҳажми ҳисобот йилида ўтган йилга нисбатан 101420 минг сўмга ошган. Лекин бу кўпайиш нархларнинг 374240 минг сўмга ошиши (997970-623730) туфайли содир бўлди. Ишлаб чиқаришнинг табиий ҳажми, яъни ишлаб чиқарилган маҳсулотнинг натурадаги миқдори ҳисобига эса 272820 минг сўмга (623730-896550) камайди. Агар маҳсулот нархи ўзгармай, ўтган йил даражасида қолганда эди, маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми фақат 623730 минг сўмни ташкил этар эди, яъни ишлаб чиқариш ҳажми 272820 минг сўмга камайган бўлар эди. Кўриниб турибдики, ҳозирги пайтда баҳо таъсирини аниқлаш жуда муҳимдир. Чунки олинган фойда ҳақиқий ишлаб чиқариш натижаси бўлмай, фақат баҳо эвазига амалга ошиб қолиши мумкин. Бунга йўл қўймаслик чорасини кўриш лозим бўлади.

**7. Сотилган маҳсулот ҳажмига таъсир қилувчи омиллар таҳлилини
такомиллаштириш**

Бозор муносабатлари шароитида тадбиркорлик фаолиятининг муҳим кўрсаткичларидан бири сотилган товар ҳажмидир. Тадбиркор учун аниқ фойда фақат товарни (иш, хизматни) сотгандан кейингина ҳосил бўлади. Албатта, бир қарашда сотиш иккинчи даражали жараёндек туюлади. Чунки энг аввало, товарни (иш, хизматни) ишлаб чиқариш лозим. Лекин бозор муносабатлари барча ишлаб чиқарилган товарларни ўзига «ҳазм» қила олмайди. Шу туфайли миллионлаб ишлаб чиқарилган товарлар сотилмасдан ишлаб чиқарувчининг омборида қолиб кетаверади. Бу эса тадбиркорни бирор товарни ишлаб чиқаришдан олдин унинг сотилиши ҳақида ўйлашга мажбур қилади.

Маҳсулотни сотишни таҳлил қилишда уни ифодаловчи кўрсаткичларни аниқлаш муҳим аҳамиятга эга. Сотилган маҳсулотни таҳлил қилишда қўлланиладиган кўрсаткичлар таркибига ишлаб чиқарилган маҳсулот ҳажми, уларнинг сифати, сотилиш ҳажми, маъромийлиги кабилар киради. Чунки сотилган маҳсулот ҳажми шу кўрсаткичларга бевосита боғлиқдир.

Тадбиркорлик субъектлари фаолиятининг муҳим кўрсаткичларидан бири сотилган товар ҳажми бўлганлиги туфайли, унинг фаолиятига таъсир қилувчи омиллар таҳлилини такомиллаштиришни мазкур кўрсаткич мисолида кўриб чиқишни тавсия қиламиз.

Товарларни сотиш ҳажмига жуда кўп омиллар таъсир қилади. Уларни бир қанча гуруҳларга бўлиш мумкинлиги ҳақида юқорида ҳам таъкидланди. Иқтисодий таҳлилнинг энг муҳим жиҳати, таъсир қилувчи омилларни ҳисоблаш йўлларни аниқлаб, таҳлил қилинаётган кўрсаткич тўғрисида аниқ хулосага келиш ва уни яхшилаш бўйича амалий тадбирларни ишлаб чиқишдан иборатдир.

Ушбу мақсадга эришиш учун сотиш ҳажмига таъсир қилувчи омилларни иқтисодий мазмуни жиҳатидан гуруҳлаш мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблаймиз. Зеро, ушбу омилларни ҳисоблаш учун бухгалтерия ва статистик ҳисоби ва ҳисоботларида аниқ маълумотлар ҳам келтирилган.

Сотиш ҳажмига таъсир қилувчи омиллар иқтисодий мазмуни жиҳатидан тўрт гуруҳга бўлинади:

- * меҳнат ресурсларидан фойдаланиш билан боғлиқ омиллар;
- * асосий воситалардан фойдаланиш билан боғлиқ омиллар;
- * айланма маблағлар билан боғлиқ омиллар;
- * номоддий активлар билан боғлиқ омиллар.

Ушбу омиллар таъсир қилиш даражасига қараб икки гуруҳга бўлинади: интенсив омиллар ва экстенсив омиллар. Уларнинг бир-бирига боғлиқлигини қуйидагича ифодалашни тавсия қиламиз (4.3-чизма).

Ушбу чизмада келтирилган омиллар ҳақидаги маълумотлар, таъкидланганидек, корхонанинг ҳисоботларида ўз аксини топган. Улардан фойдаланиб ҳар бирининг сотиш ҳажмига таъсирини топиш мумкин. Бу омиллар таъсирини топишнинг бир қанча усуллари олимларимиз томонидан ишлаб чиқарилган ва улар тегишли иқтисодий таҳлилга оид адабиётларда¹ чоп этилган.

Сотилган маҳсулот ҳажмига таъсир қилувчи барча омиллар бир-бири билан узвий боғлиқликда ва алоқада. Уларнинг бирорта кўрсаткич ўзгаришига таъсирини ҳисоблаганда, албатта, ҳаммасини бирданига

¹ Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. Минск: ООО «Новое знание», 2000. - 460-467 бетлар; Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа. М.: Финансы и статистика, 1994. - 60-75 бетлар; Абдукаримов И.Т. ва бошлалар. Матлубот кооперациясининг хўжалик фаолиятини анализ қилиш. Т.: Ўлитувчи, 1989. - 32-53 бетлар; Пардаев М.Ў. Иқтисодий таҳлил назарияси. Самарқанд: Зарафшон, 2001. - 87-126 бетлар; Пардаев М.Ў., Исроилов Б.И. Иқтисодий таҳлил. I-ўқим. Тошкент: «Иқтисодиёт ва қўлўл дунёси» нашриёт уйи, 2001. - 31-72 бетлар ва қ.қ.

ҳисоблаб олиш лозим. Чунки, алоҳида-алоҳида ҳисоблаб олганда омилли таҳлил тўлиқ бўлмасдан қолади.



3-Чизма. Сотиш ҳажмига таъсир қилувчи интенсив ва экстенсив омиллар

Ушбу омилларнинг ҳаммаси корхонанинг иқтисодий салоҳиятини ташкил қилади². Корхонанинг иқтисодий салоҳиятининг натижа кўрсаткичи ўзгаришига таъсирини алоҳида-алоҳида қараб бўлмайди. Зеро, натижанинг ўзгаришига ушбу омиллар бирданига таъсир қилади.

² Пардаев М.Ў., Исроилов Б.И. Иқтисодий таҳлил Ўлов лўлланма. Т.: «Иқтисодиёт ва қўлул дунёси» нашриёт уйи, 2001. - _____ бет.

ХУЛОСА

Ҳар қандай иқтисодий жараён тўғри ва оқилона бошқарилиши учун уни тўғри таҳлил қилиш, унинг самарадорлигини оширади. Бу бевосита тадбиркорлик субъектлари фаолиятига ҳам дахлдордир. Чунки, бозор муносабатлари шароитида товарларни ишлаб чиқариш тадбиркорлик субъектлари фаолиятининг бир жиҳати бўлса, уларни сотиш эса унинг муҳим жиҳатидир.

Узоқ йиллар Ўзбекистон иқтисодиётидаги асосий фаолият товарни ишлаб чиқаришга қаратилган бўлиб, уни сотиш борасида ҳеч ким бош қотирган эмас эди, чунки бизнинг мамлакатимизда, асосан, хом ашё ишлаб чиқарилиб у режа асосида кўзда тутилган собиқ иттифоқнинг белгиланган жойига етказиб берилар эди.

Энди вазият тубдан ўзгарди. Биринчидан, иқтисодиётимизда хом ашё ишлаб чиқаришдан тайёр маҳсулот ишлаб чиқариш устувор соҳага айланмоқда. Экспорт ҳиссасида тайёр маҳсулотнинг улуши йилдан-йилга ошиб бормоқда. Бу эса хом ашё экспортини йилдан-йилга камайтириш имконини бермоқда. Мустақилликнинг биринчи йилларида пахта толаси умумий экспорт умумий ҳажмининг 50 % дан кўпроғини ташкил этган бўлса, ҳозирги пайтда бу кўрсаткич 20 % дан ортмайди³.

Иккинчидан, давлат мулки барҳам топиб, кўп укладли турли мулк шаклида фаолият кўрсатаётган нодавлат сектори вужудга келди ва у ривож топмоқда. Биргина 2003 йилда давлат мулкини хусусийлаштириш негизида 980 дан зиёд хусусий корхона ва мулкчилик шакли давлатга тегишли бўлмаган 400 та бошқа турдаги корхоналар ташкил этилди⁴.

Учинчидан, маъмурий буйруқбозлик билан қатъий режа асосида эмас, балки бозор муносабатлари қонуниятлари асосида бошқариш тамойилларига, эркин рақобат шароитида ишлаш асосига ўтилди ва ўтилмоқда. Мамлакатимизда маъмурий ислохотлар янги босқичга кўтарилди. Бу борада ЎзР Президенти Ислам Каримовнинг 2003 йил 9 декабрдаги «Республика давлат бошқарув органлари тизимини такомиллаштириш тўғрисида»ги 2003 йил 22 декабрдаги «Хўжалик бошқарув органлари тизимини такомиллаштириш тўғрисида»ги фармонлари эълон қилинди ва улар ҳаётга изчиллик билан тадбиқ қилинмоқда.

Тўртинчидан, иқтисодиётимизда ишлаб чиқарувчи соҳанинг таркиби ошиб бормоқда. Ҳозирги пайтда мамлакатимизда юз минглаб кичик бизнес корхонаси фаолият кўрсатмоқда. Бешинчидан, саноатлашув фақат йирик шаҳарлардагина эмас, балки кичик шаҳарчаларда, айниқса, қишлоқ жойларида содир бўлишига катта аҳамият берилмоқда.

³ Каримов И.А. Эришган марраларимизни мустақкамлаб, ислохотлар йўлидан изчил бориш – асосий вазифамиз. Президент Ислам Каримовнинг 2003 йилда мамлакатни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ва 2004 йилда иқтисодий ислохотларни чуқурлаштиришнинг асосий йўналишларига, бағишланган Вазирлар Мақкамаси мажлисидаги маърузаси. 2004 йил 7 феврал. /// Халъ сўзи. 2004 йил 8 феврал.

⁴ Ўша жойда. /// Халъ сўзи, 2004 йил 8 феврал.

Олтинчидан, ўз мулки, ўз иш кучи, ташаббуси ва таваккалига асосланган хусусий сектор, унинг асосида кичик ва ўрта бизнес корхоналари, яъни тадбиркорлик субъектлари фаолияти вужудга келди ва ривожланмоқда. Буларнинг ҳаммаси иқтисодиётга, уни бошқариш дастакла-рига янгича қарашни, унинг назарий ва амалий йўл-йўруқларини замон талабига мос ҳолда ишлаб чиқишни тақозо қилмоқда.

Ҳозирги пайтда тадбиркорликка асосланган кичик ва ўрта бизнес корхоналарини ривожлантириш муҳим аҳамиятга эга бўлмоқда. Чунки улар бозор шароитидаги ўзгаришларга, бозор конъюктурасига, талабнинг ўзгаришига тез мослашадиган бўлади. Уларнинг бу жиҳати хўжалик фаолиятини, айниқса маҳсулотни ишлаб чиқариш ва сотишни таҳлил қилишда ўта зийракликни, аниқ ҳисоб-китобларни амалга оширишни талаб қилади.

Эндиги иқтисодиёт, айниқса бозор муносабатлари шароитида ҳукум сураётган эркин рақобат, корхоналарнинг ишлаб чиқаришга асосий эътиборни қаратишга эмас, балки олдин нимани ва қанча сотишни аниқлашни талаб қилади. Корхоналар асосан сотиладиган товарларни ишлаб чиқарса ёки ишлаб чиқарган товарлари (иш, хизматлари) ўз вақтида сотилсагина уларнинг молиявий аҳволи яхши бўлади, иқтисодий қудрати юксала боради, шу йўл билан тадбиркорлар ўзларининг яшовчанлигини таъминлайди.

ФОЙДАЛАНГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ.

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. –Т., «Ўзбекистон», 1993.
2. Ўзбекистон Республикасининг «Корхоналар тўғрисида»ги қонуни. –Т., «Ўзбекистон», 1991.
3. Ўзбекистон Республикасининг «Давлат тасарруфидан чиқариш ва хусусийлаштириш тўғрисида»ги қонуни. –Т., «Ўзбекистон» 1991.
4. Ўзбекистон Республикасининг «Монополистик фаолиятдан чиқариш тўғрисида»ги қонуни. –Т., «Ўзбекистон» 1991.
5. Ўзбекистон Республикасининг «Аудиторлик фаолияти тўғрисида»ги қонуни. – Т., «Ўзбекистон» 2000.
6. Ўзбекистон Республикаси «Давлат статистикаси тўғрисида»ги қонуни. - Т., «Ўзбекистон» 1993.
7. Ўзбекистон Республикаси «Чет эл инвесторлари ва чет эллик инвесторлар фаолиятининг кафолатлари тўғрисида»ги қонуни – Т., «Ўзбекистон», 1995.
8. Ўзбекистон Республикасининг «Банкротлик тўғрисида»ги қонунни – Т., «Ўзбекистон», 1994.
9. Ўзбекистон Республикасининг меҳнат кодекси. –Т., «Ўзбекистон», 1995.
10. Ўзбекистон Республикасининг «Истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида»ги қонуни. –Т., «Ўзбекистон», 1996.
11. Ўзбекистон Республикасининг «Бухгалтерия ҳисоби тўғрисида»ги қонуни. –Т., «Ўзбекистон», 1991
12. Ўзбекистон Республикасининг «Товар бозорларида монополиятик фаолиятни чеклаш ва рақобат тўғрисида»ги қонуни-Т., «Ўзбекистон» 1996.
13. Ўзбекистон Республикасининг «Товар ишлаб чиқарувчилар ва тадбиркорлар палатаси тўғрисида»ги қонуни. –Т., «Ўзбекистон», 1997.
14. Ўзбекистоннинг янги қонунлари(тўпламлар). 1-17 тўплам. –Т., «Адолат».
15. Каримов И.А. Ўзбекистоннинг ўз истиқлол ва тараққиёт йўли. –Т.. «Ўзбекистон», 1992.
16. Каримов И.А. Ўзбекистон бозор муносабатларига ўтишнинг ўзига хос йўли. –Т., «Ўзбекистон», 1993.
17. Каримов И.А. Иқтисодий ислоҳат: масъулиятли босқич. –Т., «Ўзбекистон» ,1994.
18. Каримов И.А. Ўзбекистон ХХI аср бўсағасида: хавфсизликка таҳдид, барқарорлик шартлари ва тараққиёт кафолатлари. –Т., «Ўзбекистон», 1997.
19. Каримов И.А. Ўзбекистон иқтисодий сиёсатининг устувор йўналишлари. –Т., «Ўзбекистон»
20. Каримов И.А. Ўзбекистон иқтисодий ислоҳатларни чуқурлаштириш йўллари. –Т., «Ўзбекистон», 1995.
21. Каримов И.А. Ўзбекистоннинг сиёсий ижтимоий ва иқтисодий истиқболининг асосий тамойиллари. Т., «Ўзбекистон», 1995.
22. Каримов И.А. Ўзбекистон буюк келажак сари. –Т., «Ўзбекистон», 1998.

23. Каримов И.А. Ўзбекистон XXI асрга интилмоқда. –Т., «Ўзбекистон», 1999.
24. Каримов И.А. Озод ва обод Ватан, эркин ва фаровон ҳаёт 0ғ-пировард мақсадимиз. –Т., «Ўзбекистон», 2000.
25. Абдукаримов И.Т. Молиявий ҳисоботни ўқиш ва таҳлил қилиш йўллари. –Т., «Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси», 1998.
26. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа. –М., «Финансы и статистика», 1998.
27. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Экономический анализ: ситуации, тесты, примеры, задачи, выбор оптимальных решений, финансовое прогнозирование. М., «Финансы и статистика», 1999.
28. Жак Ришар. Аудит и анализ хозяйственной деятельности предприятия. – М., «ЮНИТИ», 1997.
29. Любушин Н.П. и др. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. М., «ЮНИТИ», 2000.
30. Пардаев М.Қ., Исроилов Б.И. Молиявий таҳлил. – Т,: «Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси» нашриёт уйи.
31. Пардаев М.Қ. Иқтисодий таҳлил назарияси. –Самарқанд, «Зарафшон», 2001.
32. Пардаев М.Қ., Исроилов Б.И. «Иқтисодий таҳлил» -Т., «Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси», 2001.
33. Савицкая И.И. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – Минск. «Экоперспектива», 1997.
34. Шоалимов А.Х. «Саноат корхоналари хўжалик фаолиятини таҳлил қилиш». –Т., «Ўзбекистон», 1992.

Интернет маълумотлари:

<http://www.mkdgaap.narod.ru>
<http://www.konto.ru>
<http://www.referat.ru>
<http://www.access-accounts.com>
<http://www.iaa.org.uk>