

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС  
ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

**ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ  
МАГИСТРАТУРА БЎЛИМИ**

**“Ҳимояга рухсат этилади”  
“Саноат иқтисодиёти”  
кафедраси мудири  
\_\_\_\_\_Ҳакимов Р.**

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2015 йил

**КУРС ИШИ**

**Саноат корхонасининг рақобатдошлигини оширишда тижорат  
фаолиятини самарали ташкил этиш йўналишлари**

**БАЖАРДИ:**  
**«Иқтисодиёт (саноат)» таълим  
йўналиши МЭКП-02  
гуруҳи талабаси  
Рахмонов Б**

**ИЛМИЙ РАЎБАР:**  
**Р.Ҳакимов**

**Т О Ш К Е Н Т – 2 0 1 5**

Мавзу: **Саноат корхонасининг рақобатдошлигини оширишда тижорат фаолиятини самарали ташкил этиш йўналишлари**

**МУНДАРИЖА**

|                                                                                                                                                 |              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| <b>Кириш.....</b>                                                                                                                               | <b>_____</b> |
| <b>1 боб. Саноат корхонасининг рақобатдошлигини ошириш ва корхона тижорат фаолиятини самарали ташкил этишнинг назарий-услубий асослари.....</b> | <b>_____</b> |
| 1.1. Иқтисодиёт тармоқлари ва корхоналари рақобатдошлигини омиллари, унинг барқарор ўсишини таъминлашдаги аҳамияти.....                         | _____        |
| 1.2. Корхонанинг тижорат фаолияти тушунчаси, аҳамияти ва уни самарали ташкил этишнинг зарурати.....                                             | _____        |
| 1.3. Корхонада тижорат фаолияти кўрсаткичлари тизими ва уни таҳлил қилиш вазифалари.....                                                        | _____        |
| <b>2 боб. «Toretto Group» МЧЖ тижорат фаолиятининг асосий кўрсаткичлари таҳлили ва уни самарали ташкил этишнинг асосий йўналишлари.....</b>     | <b>_____</b> |
| 2.1. Корхона маҳсулотига бозор талаби даражасини аниқловчи омиллар таҳлили.....                                                                 | _____        |
| 2.2. Корхона асосий маҳсулотларини бозорда сотилиши режа кўрсаткичлари таҳлили.....                                                             | _____        |
| 2.3. «Toretto Group» МЧЖда маҳсулот рақобат даражасини белгиловчи кўрсаткичларни яхшилаш ва бозор талабини кўпайтириш йўллари.....              | _____        |
| <b>Хулоса .....</b>                                                                                                                             | <b>_____</b> |
| <b>Фойданилган адабиётлар руйхати.....</b>                                                                                                      | <b>_____</b> |

## КИРИШ

Мамлакатимизда чуқур ўйланган ҳолда ишлаб чиқилган ҳамда изчил равишда олиб борилаётган самарали иқтисодий сиёсат натижасида шаклланган омиллар шундай мураккаб шароитда ҳам ЯИМнинг юқори ва барқарор ўсиш суръатларини сақланиб қолишини таъминламоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг мамлакатимизни 2014-йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2015-йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузасида “Ўтган йил якунларини сарҳисоб қилар эканмиз, биринчи навбатда, иқтисодиётимиз ва унинг етакчи тармоқларини ривожлантириш борасида барқарор юқори ўсиш суръатларига еришганимизни таъкидлаш жоиз. Мамлакатимиз ялпи ички маҳсулоти 8,1 фоиз, саноат ишлаб чиқариш ҳажми 8,3 фоизга, қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқариши 6,9 фоиз, капитал қурилиш 10,9 фоиз, чакана савдо айланмаси ҳажми 14,3 фоизга ошди. Ишлаб чиқарилган маҳсулотларнинг қарийб 70 фоизини юқори қўшимча қийматга ега бўлган тайёр товарлар ташкил етди..” – деб таъкидлаб ўтилди<sup>1</sup>.

Олдимизга қўйилган бундай мақсадларга эришиш, аввало, ўз корхонанинг тижорат фаолиятини яхшилаш орқали, имконият ва ресурсларимизни қай даражада сафарбар этишимизга, ҳамон катта хавфи сақланиб қолаётган инқироз оқибатларини бартараф этиш бўйича чоратadbирларни сўзсиз бажаришни нечоғлик таъминлай олишимизга боғлиқ.

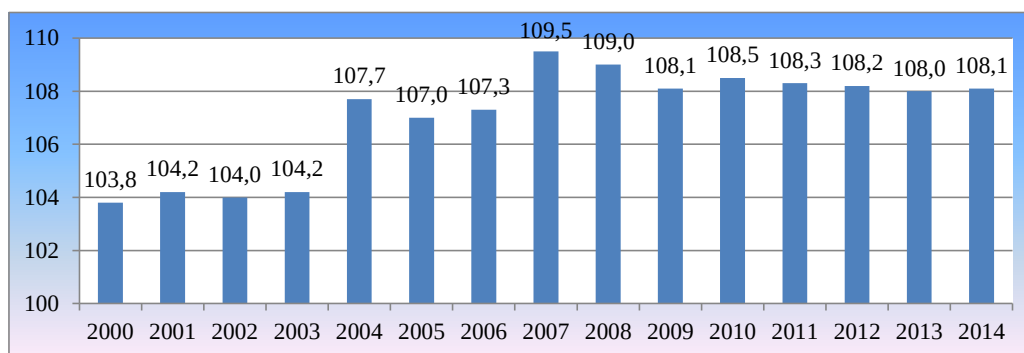
---

<sup>1</sup> И.Каримов. 2015-йилда иқтисодиётимизда туб таркибий ўзгаришларни амалга ошириш, модернизация ва диверсификация жараёнларини изчил давом эттириш ҳисобидан хусусий мулк ва хусусий тадбиркорликка кенг йўл очиб бериш – устувор вазифамиздир. // Халқ сўзи, 2015 йил 18 январь.

# **1 боб. Саноат корхонасининг рақобатдошлигини ошириш ва корхона тижорат фаолиятини самарали ташкил этишнинг назарий-услубий асослари**

## **1.1. Иқтисодий тармоқлари ва корхоналари рақобатдошлигини омиллари, унинг барқарор ўсишини таъминлашдаги аҳамияти**

Ўтган 2014 йилда мамлакатимизда ислохотлар дастури давом эттирилиб, ундан ўрин олган муҳим чоралар ва тадбирларнинг изчил амалга оширилиши натижасида иқтисодий ва ижтимоий соҳаларида мутаносиблик янада мустаҳкамланди, иқтисодиётимиз модернизация ва диверсификация ҳисобидан юқори суръатлар билан ривожланди. Маълумки, жаҳон амалиётида мамлакатларнинг йиллар бўйича ижтимоий-иқтисодий ривожланиши уларда ишлаб чиқарилаётган ялпи ички маҳсулотнинг ўсиш суръатлари орқали аниқланади. ЯИМнинг ўсиш суръати одатда олдинги йилга нисбатан фоизларда ўлчанади. Жумладан, 2014 йилда мамлакатимиз ялпи ички маҳсулоти олдинги йилга нисбатан 8,1 фоизга ўсиб, унинг мутлақ ҳажми 144867,9 млрд. сўмга тенг бўлди (1-расм).



**1-расм. Ўзбекистонда ялпи ички маҳсулотнинг йиллар давомида ўсиш динамикаси, фоизда.**(Манба: Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотлари)

Расмдан кўринадики, мамлакатимизда ЯИМнинг ўсиш суръатлари барқарор тарзда бормоқда. Агар ўртача ўсиш суръатлари 2000-2003 йилларда 4 фоиздан, 2004-2006 йилларда 7,3 фоиздан, 2007-2008 йилларда эса 9,2 фоиздан юқори даражада кузатилган бўлса, ушбу кўрсаткич кейинги беш йил давомида 8,0 фоиздан юқори бўлмоқда. Албатта, бу ўринда дунёдаги мураккаб вазият – жаҳон молиявий-иқтисодий инқирозининг рўй бериши, унинг жаҳондаги барча мамлакатлар, жумладан, Ўзбекистон иқтисодиётига ҳамсалбий таъсирини эътибордан четда қолдирмаслик керак. Чунки, мамлакатимизда чуқур ўйланган ҳолда ишлаб чиқилган ҳамда изчил равишда олиб борилаётган самарали иқтисодий сиёсат глобал инқирознинг иқтисодиётимизга салбий таъсирини аҳамиятли даражада “юмшатиб”, шундай мураккаб шароитда ҳам ЯИМнинг юқори ва барқарор ўсиш суръатларини сақлаиб қолишини таъминлади. Шунга кўра, агар жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози рўй бермаганида Ўзбекистондаги ўсиш суръатлари янада юксакроқ бўларди, дейишга етарли асос бор.

Мамлакатимиз ЯИМ ўсиш суръатларининг барқарорлигини таъминлашда иқтисодиётдаги етакчи тармоқларнинг юқори ўсиш суръатлари мустаҳкам замин тайёрламоқда (1-жадвал).

Ўзбекистонда иқтисодиётнинг асосий тармоқ ва соҳаларидаги ўсиш суръатлари,  
фоизда

| Кўрсаткич                                       | 2007<br>йил | 2008<br>йил | 2009<br>йил | 2010<br>йил | 2011<br>йил | 2012<br>йил | 2013<br>йил | 2014<br>йил |
|-------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Саноат ишлаб<br>чиқариши                        | 12,1        | 12,7        | 9,0         | 8,3         | 6,3         | 7,7         | 8,8         | 8,3         |
| Қишлоқ<br>хўжалиги<br>маҳсулотлари<br>етиштириш | 6,1         | 4,5         | 5,7         | 6,8         | 6,6         | 7,0         | 6,8         | 6,9         |
| Чакана савдо<br>айланмаси                       | 21,0        | 7,2         | 16,6        | 14,7        | 16,4        | 13,9        | 14,8        | 14,3        |
| Аҳолига пуллик<br>хизматлар<br>кўрсатиш         | 20,6        | 21,3        | 12,9        | 13,4        | 16,1        | 14,2        | 13,5        |             |

Манба: Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотлари

1-Жадвалдан кўринадики, юқорида баён этилган мураккаб ва қийин шароитда ҳам иқтисодиётнинг асосий тармоқ ва соҳаларида иқтисодий ўсишнинг юқори ва барқарор суръатлари сақланиб қолмоқда. Жумладан, 2014 йилда саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш умумий ҳажми 2013 йилга нисбатан 8,3 фоизга, қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини ишлаб чиқариш ҳажми 6,9 фоизга, кўрсатилган хизматлар ҳажми 13,5 фоизга ўсиб, унинг ЯИМ таркибидаги улуши 53,0 фоизни ташкил қилди. Ички талабни рағбатлантириш борасида амалга оширилган чора-тадбирлар натижасида ўтган йилда чакана товар айланмасининг 2013 йилга нисбатан 14,3 фоизга ўсиши кузатилди. Таъкидлаш керакки, иқтисодиётнинг етакчи тармоқларида таркибий ўзгаришларни амалга ошириш ва бу соҳаларни диверсификация қилишга қаратилаётган улкан эътибор экспорт ҳажми, унинг таркиби ва сифатига ижобий таъсир кўрсатди.

“Республика саноатини барқарор, жадал ва мутаносиб равишда ривожлантириш, асосий саноат тармоқларини диверсификация қилишга ва экспорт салоҳиятини ўстиришга йўналтирилган таркибий ўзгартиришларни чуқурлаштириш, саноат тармоқлари, комплекслари ва корхоналарини модернизация қилиш, ишлаб чиқаришни техник ва технологик янгилаш асосида уларнинг самарадорлиги ҳамда рақобатдошлигини янада ошириш мақсадида” қабул қилинган, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 15.12.2010 й. № ПК-1442 сонли «2011-2015 йилларда Ўзбекистон Республикаси саноатини ривожлантиришнинг устувор йўналишари тўғрисида» ги қарори билан тасдиқланган дастурни амалга оширилиши иқтисодиётнинг таркибий тузилишини такомиллаштиришда янги босқич бўлади.

Дастурга кўра саноат тармоқларини жадал ривожлантириш орқали унинг ЯИМдаги улушини 2012 йилга қадар 28 фоизгача ўстириш, якуний тайёр маҳсулотларнинг саноат маҳсулоти умумий ҳажмидаги улушини 61,2 фоизга, саноат маҳсулоти экспортининг мамлакат экспортидаги улушини

эса 71,8 фоизга, экспорт қилинаётган саноат маҳсулотлари ҳажмини жами саноат маҳсулотидаги улушини эса 63,2 фоизга етказиш кўзда тутилган<sup>2</sup>.

Бу параметрларга эришиш учун 2011-2015 йиллар давомида 25,67 млрд. АҚШ долларида кўпроқ инвестицияларни ўзлаштириш мақсад қилиб қўйилган.

Сифати ва нархи бўйича жаҳон бозорида рақобатбардош бўлган маҳсулотлар ишлаб чиқариш ҳажмларини кенгайтириш ва янги маҳсулотлар турларини ўзлаштиришга катта миқдордаги инвестицияларни жалб этиш ҳамда ўзлаштириш орқалигина эришилади.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2011 йил 4 октябрдаги 1623-сонли «Янги турдаги рақобатбардош маҳсулотлар ишлаб чиқаришни кенгайтириш ва ўзлаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарори билан тасдиқланган биринчи навбатдаги дастурига мувофиқ, 2012-2016 йилларда ҳисоб-китоблар бўйича қиймати 6 миллиард 200 миллион доллар бўлган 270 дан зиёд инвестиция лойиҳасини, шунингдек, ишлаб чиқаришни модернизация қилиш, техник ва технологик қайта жиҳозлаш бўйича тармоқ дастурларини амалга ошириш кўзда тутилмоқда.

Президентимиз томонидан мамлакатимиз иқтисодиётининг рақобатбардошлигини таъминлашга тўсиқ бўлаётган, ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар сифатининг паст бўлишига, таннархининг эса асоссиз ўсиб кетишига олиб келаётган омилларни бартараф этиш зарурлигига алоҳида эътибор қаратилди. Жумладан қуйидагилар алоҳида таъкидланди:

- корхоналарда мавжуд асбоб-ускуналар ҳамда технологияларнинг салмоқли миқдори жисмонан ёки маънавий жиҳатдан эскирганлиги;

- ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларнинг материал ва энергия сарфи юқори даражада эканлиги;

- ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар сифатини бошқариш тизимини жорий этиш, маҳсулотларнинг халқаро стандартларга мослигини таъминлаш масаласи барча корхоналарда тўлиқ ҳал этилмаганлиги; ишлаб чиқариш қувватларидан фойдаланиш даражаси қониқарли эмаслиги таъкидланди.

Тармоқ ичидаги рақобат товарларнинг ижтимоий ёки бозор қийматини аниқлайди ва белгилайди. Бу қиймат одатда ўртача шароитда ишлаб чиқарилган ва муайян тармоқ товарларининг анчагина қисмини ташкил этадиган товарларнинг қийматига мос келади.

Тармоқлар ичидаги рақобат натижасида техник даражаси ва меҳнат унумдорлиги юқори бўлган корхоналар кўшимча фойда оладилар ва аксинча, техника жикатдан ночор корхоналар эса, ўзларида ишлаб

---

<sup>2</sup> Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг 2011 йилнинг асосий яқунлари ва 2012 йилда Ўзбекистонни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг устувор йўналишларига бағишланган Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги “2012 йил Ватанимиз тараққиётини янги босқичга кўтарадиган йил бўлади” мавзусидаги маърузасини ўрганиш бўйича ўқув қўлланма. – Т.: Иқтисодиёт. - 2012. – 282 бет.

чиқарилган товар қийматининг бир қисмини йўқотадилар ва зарар кўрадилар.

Тармоқлараро рақобат турли тармоқлар корхоналари ўртасида энг юқори фойда нормаси олиш учун олиб бориладиган курашдан иборат. У фойда нормаси кам бўлган тармоқлардан фойда нормаси юқори тармоқларга капиталларнинг оқиб ўтишида ифодаланади. Янги капиталлар кўпроқ фойда келтирувчи соҳаларга интилиб, ишлаб чиқаришнинг кенгайишига, таклиф кўпайишига олиб келади. Шу асосда, нархлар пасая бошлайди. Тегишлича фойда нормаси ҳам пасаяди. Кам фойда келтирувчи тармоқлардан капиталнинг чиқиб кетиши тескари натижага олиб келади: бу ерда ишлаб чиқариш ҳажми ўзгаради, товарларга талаб уларни таклиф қилишдан ошиб кетади, бунинг оқибатида нархлар кўтарилади, шу билан бирга фойда нормаси ҳам кўпаяди. Натижада тармоқлараро рақобат объектив равишда қандайдир динамик мувозанатнаи келтириб чиқаради. Бу мувозанат капитал қаерга сарфланганлигидан қатъий назар, тенг капитал учун тенг фойда олинишини таъминлайди. Демак, тармоқлараро рақобат капитал қайси тармоққа солинмасин, худди шу тармоқ фойда нормаларини ўртача фойда нормасига “бараварлаштиради”. Бу капитал маблағлар кам фойда келтирадиган тармоқлардан оқиб ўтишига интилиш натижасида содир бўлади.

“Тармоқлараро рақобат” тушунчаси бошқа ходисани, яъни бир хил ўхшаш эктиёжни қондира оладиган ва шу сабабли бозор истеъмоли учун рақобат қиладиган ҳар хил тармоқ ишлаб чиқарувчилари ўртасидаги курашни характерлаш учун ҳам ишлатилади.

Тармоқлараро рақобат иқтисодий ресурсларни тармоқлар ўртасида қайта тақсимлаб, уларнинг маҳсулотига талаб юқори бўлган соҳаларга ўтишини таъминлайди.

Иқтисодиётда тармоқлараро рақобат икки асосий вазифани бажаради.

- истеъмолчилар талабига мос ишлаб чиқариш таркиби ва тизими вужудга келади. Бу шунинг учун содир бўладики, ишлаб чиқарувчилар талабнинг тармоқлар ўртасида қайта тақсимланишига тезда муносабат билдиради;

- тармоқлараро рақобат самарадорликнинг бир қадар ижтимоий зарурий даражасини яратади, у фойда нормасининг ўртача даражасида ифодаланади:

Самарадорликнинг ушбу даражаси барча ишлаб чиқарувчиларни ишлаб чиқаришни ташкил этишни ва маҳсулот сотишни доимо такомиллаштиришга мажбур қиладди.

## **1.2. Саноат корхонасининг тижорат фаолияти тушунчаси, аҳамияти ва уни самарали ташкил этишнинг зарурати**

Корхонанинг тижорат фаолияти деганда маҳсулотларни сотиш ва моддий-техникавий ресурсларни сотиб олиш билан боғлиқ барча савдо

операциялари тушунилади. Бу фаолиятнинг асосини моддий-техникавий таъминот ва маркетинг ташкил этади<sup>3</sup>.

«Маркетинг» сўзи инглиз тилидан таржима қилинганда, «бозордаги фаолият», «бозор фаолияти», «бозорни қилиш» маъносини билдиради. Маркетингнинг қачон пайдо бўлганлиги ҳақида кўпгина фикрлар мавжуд. Қатъий нуқтаи назарлардан бири шундан иборатки, маркетингнинг биринчи элементлари (оғзаки реклама, алмашув шакллари келишиш) одамзод натурал ҳўжаликнинг яқкалигидан халос бўлиб, савдонинг шакллари пайдо бўлган пайтдан бошлаб вужудга келди. Ваҳоланки, агар реклама маркетингнинг муҳим функцияси эканлигини тан олсак, бундан уч минг -йил илгари Вавилонда қочоқ қуллар эвазига мукофот: иккита ҳўкиз ваъда қилувчи махсус белгилар мавжудлигини ёдга олиш жоиздир.

Қандай бўлмасин, маркетинг амали-йилмий фан соҳаси сифатида АҚШда қўлланила бошлади. У ерда бу вақтда «оммавий истеъмол жамияти» шаклланаётган эди. Шунингдек, одамзод тарихида биринчи бор истеъмолчилик бойликларининг асосий миқдори, шу жумладан, уйжой, автомобиллар, уй-рўзғор техникаси, кейинчалик эса таълим ва соғлиқни сақлаш, истеъмол кредити ёрдамида бўлса ҳам, аҳолининг кенг қатламлари учун очилди. Энг муҳими, оддий фуқароларда ҳақиқий танлаш имконияти – қайси товарларни ва қандай миқдорда истеъмол қилиш имконияти пайдо бўлди.

Бошқа сўз билан айтганда, маркетинг харидорга у хоҳлайдиган нарсани таъминлаб, бунда оқилона нархни белгилаб ва товарларни унга қулай бўлган жойда ва керакли миқдорда харид қилиш имкониятини бериш орқали муваффақиятга эришиш мумкинлигига ҳаммани ишонтиради.

Маркетинг талабни қондиришга қаратилган фаолият бўлибгина қолмай, балки талабга таъсир ҳам қилишдир. Хўш, бу таъсир қандай бўлиши керак, бошқа маҳсулотлар ишлаб чиқаришга ўтиш ва янги талабни вужудга келтириш керакми? Маркетинг фаолиятининг бу аниқ мақсадларини - бозорда мавжуд бўлган вазиятни ҳисобга олиш билан, харидорлар қизиқиш даражаси билан, корхонанинг ўз иқтисодий ва социал вазифалари билан, у ёки бу бозорга кириши билан аниқланади. Шундай қилиб, талаб маркетинг мақсадини, шу билан бирга керакли маркетинг стратегиясини танлашга имкон беради. Бир неча талаб даражасини ва унга мос келувчи бир қанча стратегиясини алоҳида ажратиб кўрсатиш мумкин. Қуйида талаб даражаси ва унга мос келувчи маркетинг стратегиясини кўриб чиқамиз.

1. Салбий талаб. Агар харидорларнинг кўпчилик қисми товарни қабул қилмаса ва ундан қочса, бозор салбий талаб вазиятида бўлади. Маркетинг хизматининг вазифаси - нима учун бозор товарни қабул қилмаяпти,

---

<sup>3</sup> Т.В. Яркина. Основы экономики предприятия. [http://www.aup.ru/books/m64/3\\_3.htm](http://www.aup.ru/books/m64/3_3.htm)



маркетинг дастури товарларни мукамаллаштириш орқали, баҳоларни пасайтириш орқали товарга бўлган қарашларни ўзгартириш мумкинлигини таҳлил қилиш ва талабни янада фаол қўллаб-қувватлашдир.

2. Мавжуд бўлмаган талаб. Истеъмолчилар товар билан қизиқмасликлари ва эътибор бермасликлари мумкин. Бу ҳолда маркетингнинг вазифаси - харидорларда ушбу товарга нисбатан қизиқиш ўйғотишдир.

3. Яширин талаб. Кўпгина истеъмолчилар бозорда мавжуд бўлган товарлар ва хизматлар билан қондирилиши мумкин бўлмаган талабга эга бўладилар. Бу ҳолда маркетингнинг вазифаси - потенциал бозор ҳажмини аниқлаш ва талабни қондиришга қодир бўлган самарали товарлар яратишдан иборат.

4. Пасаяётган талаб. Эртами-кечми, ҳар қандай корхонанинг бир ёки бир неча товарига бўлган талабнинг пасайишига дуч келади. Бу шароитда конъюктуранинг пасайиш сабабларини таҳлил қилиш лозим ва янги мақсадли бозорлар топиш йўли билан, товар хусусиятларини ўзгартириш, ёки янада самарали алоқалар (коммуникация) ўрнатиш билан товар етказиб беришни рағбатлантириш мумкинлиги аниқланади. Бу ерда маркетингнинг вазифаси - пасайиб бораётган талабнинг олдини олиш учун, товарни таклиф қилишга ижодий ёндашиш лозимлигини унутмасликдир.

5. Доимий бўлмаган талаб. Кўпчилик корхоналарда товар етказиб бериш мавсумий, кундалик ва ҳаттоки соатбай тебранишга эга. Бу корхоналарнинг асосий фондларини кам ёки кўп юклаш муаммосини туғдиради. Масалан, жамоат транспортининг асосий қисмида "тиғиз вақтда" йўловчилар ҳаддан зиёд кўп бўлади. Бу вазиятда маркетингнинг вазифаси - ўзгарувчан (эгиловчан) баҳолар ёрдамида, рағбатлантириш ва бошқа таъсир қилиш усуллари орқали талабнинг вақт бўйича тебранишини текислаш йўллари излаш лозим.

6. Тўлақонли талаб. Бу талаб тўғрисида тадбиркорлар ўз савдо тушумларидан, фойдаларидан тўлиқ қониқиш олган ҳолдагина гапирадилар. Маркетингнинг вазифаси - истеъмолчиларни товарни афзал кўришлари ўзгаришига ва рақобатнинг кучайишига қарамасдан талабнинг мавжуд даражасини ушлаб қолишга ҳаракат қилиш лозим. Бу шароитда товар сифатини янада ошириш, унга хизмат кўрсатишни яхшилаш, товарнинг истеъмолни қондириш даражасини доимий назорат қилиш биринчи ўринга чиқади.

7. Ҳаддан ташқари юқори бўлган талаб. Бозордаги талабни қондириш мумкин бўлган даражадан талаб даражаси юқори бўлади. Бу ҳолда маркетингнинг вазифаси - талабни вақтинчалик ёки доимий равишда пасайтириш йўлини излаб топишдир. Бу вазиятда баҳоларни кўтариш орқали, талабни қисқартиришга қаратилган рағбатлантиришлар, сервисни пасайтириш ва бошқа чоралар ёрдамида ҳаддан ташқари юқори бўлган талабни камайтиришга ҳаракат қилинади. Бу вазиятда маркетингнинг мақсади - талабни бутунлай йўқ қилиш эмас, балки фақатгина унинг даражасини пасайтиришдан иборат.

8. Нораціонал талаб. Товарга бўлган талабга қарши ҳаракат қилиш. Соғлиққа зарарли товарларга талабни камайтириш аниқ мақсадли ҳаракатларни талаб қилади, сигаретлар, спиртли ичимликларнинг тарқалишига қарши турли тадбирлар ўтказилади. Маркетингнинг вазифаси - маҳсулот зарари тўғрисида маълумотлар тарқатиш, баҳоларни кўтариш ва товарларга эғалик қилишни чеклашлар орқали, истеъмолчиларни ўз одатларидан воз кечишга ишонтириш.

Корхонанинг бозорга чиқиши қуйидагиларни талаб қилади:

- бозордаги вазиятни чуқур таҳлил қилиш ва уни ривожланиш истиқболини аниқлаш;
- кундаланг (горизонтал) алоқалар ўрнатиш эркинлиги даражасини аниқлаш;
- рақобат билан боғлиқ бўлган тижорат таваккалини ҳисобга олган ҳолда бозордаги ўз ўрнини аниқлаш;
- бозор муносабатларини ташкил қилувчи рақобатчилар тўғрисидаги маълумотларни йиғиш, қайта ишлаш ва таҳлил қилиш;
- ҳар қандай шароитда ҳамкорлар билан тил топиша оладиган ва маркетинг ечимларини амалиётга тадбиқ қила оладиган юқори даражадаги малака ва билимларга эга, ишбилармон ва тадбиркор мутахассислар ва раҳбарнинг мавжудлигини.

Бозорнинг барча тармоқлари фаолиятини ҳисобга олган ҳолда корхона учун баҳо ва молия сиёсати маркетинг стратегиясининг энг муҳим унсуридир. Бундай ёндашиш товар ва хизматларни яратиш ва бозорга киритишнинг барча даврларида моддий, молиявий ва меҳнат ресурсларини интеграциялашуви натижасида маркетинг харажатларини камайитиришга имкон беради.

### **1.3. Корхонада тижорат фаолияти кўрсаткичлари тизими ва уни таҳлил қилиш вазифалари**

Ишлаб чиқарилган маҳсулотларнинг ўз вақтида сотилиши корхонанинг ижобий молиявий натижага эришиши, дивиденд тўловларини ўз вақтида амалга ошириши, мулк ва маблағларнинг узлуксиз ҳамда самарали айланиши каби кўпгина молиявий аҳвол муносабатларини яхшилаш имкониятини туғдиради. Сотиш жараёнини муддатида бажарилиши корхонанинг ишлаб чиқариш ва таъминот жараёнларини ҳам тезлаштиришга таъсир этади, дебиторлик ва кредиторлик қарзларини қисқартиради, пул оқимларини ижобий бўлишини таъминлайди.

Сотиш бўйича режанинг бажарилишида тайёр маҳсулот ва унинг сифати муҳим ўрин тутди.

**Тайёр маҳсулот деб** - барча ишлов операцияларидан ўтиб, тайёр ҳолга келтирилган, белгиланган давлат стандарти ёки техник талабларга жавоб берадиган, техник назоратдан ўтган маҳсулотга айтилади. Тайёр маҳсулот таркибига буюртмачи корхоналар учун бажарилган иш ва

хизматлар ҳамда ушбу корхонага қарашли ишлаб чиқаришдан ташқари хўжаликлар учун бажарилган иш ва хизматлар ҳам киради.

Сотиш учун мўлжалланган маҳсулот, товар маҳсулоти деб номланади. Унинг таркибига сотиш учун мўлжалланган тайёр маҳсулотлар, ярим тайёр моллар, буюртмачи корхона ва муассасалар учун бажарилган саноат характериға эға бўлган ишлар киради.

Бозор иқтисодиёти шароитида нарх турлари кўпаяди: улгуржи, чакана нархлардан ташқари яна ички, халқаро нархлар мавжуддир. Ички нарх, товарларға давлат ичкарисидаги белгиланган нарх, халқаро нарх эса товарларға халқаро бозорда белгиланган нархдир. Булардан ташқари бозор иқтисодиёти шароитида икки хил нарх амал қилади:

1. Эркин нарх.

2. Давлат томонидан белгиланадиган нарх.

Давлат томонидан белгиланадиган нарх кейинчалик қисқариб боради, эркин нархнинг доираси кенгайиб боради. Корхоналар ўз ишлаб чиқарган маҳсулотларини эркин нархда истеъмолчилар билан келишиб, сотишға интиладилар. Камёб молларни товар биржаси — кимошди савдоси орқали сотиш кенг ривожланди.

Омборға қабул қилинган ва харидор корхоналарига жўнатилган маҳсулот бухгалтерия ҳисобида ҳақиқий ишлаб чиқариш таннархи бўйича акс этирилади. Бироқ, цехлардан маҳсулот омборға қабул қилинганда унинг ҳақиқий таннархи маълум бўлмагани учун, маҳсулот ҳаракатини қабул қилинган режа таннархи ёки улгуржи баҳода ҳисобға олинади, яъни баҳоланади.

Ҳозирги бозор иқтисодиёти шароитида саноат корхоналарининг ишлаб чиқарган маҳсулотлар ҳажми миқдорий, шартли-миқдорий, меҳнат ва қиймат ўлчовларида ўрганилиши мумкин. Бу ўлчовлар таркибида ишлаб чиқарилган маҳсулотлар ҳажмини ўрганишда қийматда ҳисобланган кўрсаткичларни таҳлил этиш муҳим ўрин эгаллайди. Яъни, корхона бўйича барча турдаги ишлаб чиқарилган маҳсулотлар ҳажми қиймат ўлчовида умумлашади.

Саноат корхоналари ишлаб чиқарган маҳсулот ҳажлини ўрганишда қуйидаги умумлаштирувчи кўрсаткичлар ўрганилади<sup>4</sup>:

- ялпи маҳсулот;
- товар маҳсулоти;
- сотилган маҳсулот.

**Ялпи маҳсулот** — бу корхонанинг маълум бир даврда (кун, ой, чорак, йил) ишлаб чиқарган маҳсулоти, кўрсатган хизмат ва бажарган ишларининг амалдаги ва солиштирма баҳода ўлчанган ҳажмиға айтилади. Бунда унинг таркибига ишлаб чиқарилган тайёр маҳсулот, бажарилган ишлар, кўрсатилган хизматлар, тугалланмаган ишлаб чиқариш қийматлари, корхонанинг ўз капитал ременти учун сарфланган ярим фабрикатлар

---

<sup>4</sup> Ваҳобов ва бошқ. Молиявий ва бошқарув таҳлили: Дарслик. – Т.: “Шарк”, 2005. – 90 б.

қиймати, буюртмачиларнинг хомашёсидан тайёрланган маҳсулотлар қиймати ҳам қўшилган ҳолда акс этади. Ишлаб чиқарилган ялпи маҳсулот ҳажми корхонанинг қуввати, имконияти ва ихтисослашувини ўрганишга ҳамда таҳлил ўтказишга имконият яратади.

**Товар маҳсулоти** — бу истеъмолчиларга етказиб бериш учун мўлжалланган маҳсулотлар бўлиб, ялпи маҳсулотдан шу жиҳатлари билан фарқ қиладики, унинг таркибига тугалланмаган ишлаб чиқариш ва корхона ички истеъмоли (оборот) учун фойдаланилган маҳсулотлар ҳамда буюртмачиларнинг хомашёсидан тайёрланган маҳсулотлар киритилмайди.

**Сотилган маҳсулот** — истеъмолчиларга жўнатилган, ёки харидорлардан пули келиб тушган маҳсулотлар қийматига айтилади. Сотилган маҳсулотлар ҳажми солиштирма, бизнес режадаги ва амалдаги баҳоларда ҳисобланиши мумкин. Бу кўрсаткичга қараб ишлаб чиқариш ва истеъмол ўртасидаги боғлиқлик, корхонанинг маҳсулотларини сотиш ҳажмини кўпайтириш бўйича имкониятлари бор ёки йўқлигини таҳлил қилишга асос бўлади.

Амалдаги эълон қилинаётган молиявий ҳисоботнинг иккинчи шакли «Молиявий натижалар тўғрисидаги ҳисобот» маълумотларида сотилган маҳсулотлар ҳажмини ўтган ва жорий йиллардаги кўрсаткичларини ўрганиш учун сотишдан соф тушум, сотилган маҳсулотларнинг ишлаб чиқариш таннари каби кўрсаткичлар акс эттирилмоқда. Бу маълумотлар ҳам таҳлил учун муҳим манба сифатида фойдаланилади.

Корхоналарнинг маҳсулотлар ишлаб чиқариш ҳажмини таҳлил қилишда муҳим ўринни миқдорий кўрсаткичларни ўрганиш эгаллайди. Бунда маҳсулот турлари бўйича дона, метр, тонна ва ҳоказо бирликларда ишлаб чиқариш суръати, динамикаси ва ўзгариш даражаларини аниқдаш борасидаги таҳлилнинг имкониятлари яратилади.

Маҳсулотлар ишлаб чиқариш ҳажмини ўрганишда шартли-миқдорий кўрсаткичлардан ҳам фойдаланилади. Айниқса, товарлар ҳажмини ўрганишда, масалан, қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини қайта ишловчи корхоналарда минг шартли банка, пахтани қайта ишловчи корхоналарда шартли-пахта тойи, пойафзал ишлаб чиқарувчи корхоналарда шартли - жуфт оёқ кийимлари каби кўрсаткичлар таҳлил қилинади.

Шунингдек, кўп турдаги маҳсулотлар ишлаб чиқаришга ихтисослашган корхоналарнинг фаолиятини таҳлил қилишда сарфланган меҳнат миқдorigа қараб ҳам маълумотлар ўрганилади, яъни ҳар бир ишлаб чиқарилган маҳсулотлар учун сарфланган киши-соати ёки киши-кун, бир киши кун ёки соатида яратилган маҳсулотларнинг миқдори каби шартли-миқдорий маълумотларни ўрганиб ҳам ишлаб чиқариш фаолиятига баҳо берилади.

Саноат корхоналарининг маҳсулотлар ишлаб чиқариш даражасини таҳлил қилишда муҳим ўринни биз юқорида таъкидлаганимиздек, қиймат ўлчовида ҳисобланган умумлашган маълумотларни ўрганиш эгаллайди. Яъни, ишлаб чиқарилган ялпи ва товар маҳсулоти, сотилган маҳсулотлар

қийматини бир неча йиллар маълумотларига асосланиб таҳлил ўтказиш лозим.

Корхонанинг барча эришган натижавий кўрсаткичлари тўғридан-тўғри маҳсулотлар ишлаб чиқариш ва уларни сотиш билан бевосита боғлиқлигини эътиборга олсак, бу борадаги маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотиш ҳажмини таҳлилининг муҳим вазифалари бўлиб қуйидагилар ҳисобланади:

1. Маҳсулотлар ишлаб чиқаришнинг бизнес режада мўлжалланган ҳажмда бажарилганлигига баҳо бериш.

2. Ишлаб чиқаришнинг таркиби, динамикаси ва ўзгариш сабабларини омилли таҳлил этиш.

3. Маҳсулотларнинг сифати ва стандарт талабларига жавоб бериш даражасини ўрганиш.

4. Маҳсулотларнинг ишлаб чиқариш ҳажмини кўпайтириш имкониятларини аниқлаш.

5. Маҳсулот номенклатураси ва ассортиментиға баҳо бериш ҳамда ўртача ассортимент режасининг бажарилишини таҳлил этиш;

6. Маҳсулот ишлаб чиқариш маромийлиги ва унга таъсир этувчи омилларға баҳо бериш.

7. Маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмини кўпайтириш бўйича мавжуд имкониятларни кўрсатиб бериш.

8. Аниқланган имкониятларни ҳаётға татбиқ этиш борасида таклифлар кўрсатиш.

Бозор иқтисодиёти шароитида корхоналарнинг маҳсулотларни сотиш жараёнларини таҳлил қилишда асосий вазифалар бўлиб қуйидагилар ҳисобланади:

1. Маҳсулот сотиш ҳажми бўйича белгиланган бизнес-режанинг асослилигини аниқлаш.

2. Маҳсулот сотиш режасининг умумий ҳажмда ҳамда шартнома мажбуриятларини ҳисобға олган ҳолда бажарилишиға объектив баҳо бериш.

3. Маҳсулотларнинг сифат кўрсаткичларини ўрганиш ва уларни сотиш ҳажмиға таъсирини аниқлаш.

4. Маҳсулот сотиш ҳажмларининг динамик ўзгариш сабабларини аниқлаш ва баҳо бериш.

5. Маҳсулот сотиш ҳажмиға таъсир этувчи омилларни ҳисоблаш ва уларға баҳо бериш.

6. Шартнома мажбуриятларининг бузилиши, бажарилмаслик сабабларини аниқлаш ва унга баҳо бериш.

7. Маҳсулот сотиш ҳажмини ошириш имкониятларини кўрсатиб бериш.

**2 боб. «Toretto Group» МЧЖ тижорат фаолиятининг асосий кўрсаткичлари таҳлили ва уни самарали ташкил этишнинг асосий йўналишлари**

**2.1. Корхона маҳсулотига бозор талаби даражасини аниқловчи омиллар таҳлили**

“Toretto Group” масъулияти чекланган жамияти Тошкент шаҳар Чилонзор тумани ҳокимлиги ҳузуридаги тадбиркорлик субъектларини руйхатга олиш инспекцияси томонидан 2010 йил 11 ноябрдаги 007469-08-реестр рақами билан руйхатга олинган. Жамиятнинг юридик манзили Тошкент шаҳар Чилонзор тумани 5-мавзе 24-уй, 31 хонадон. “Toretto Group” МЧЖ қоғоз ва картон буюмлар, канцелярия товарларини тайёрлашга ихтисослашган корхона бўлиб, фаолиятининг асосий тури қуйидаги тоифалар бўйича ишларни бажаришдан иборат: китоблар, каталоглар; картон ва қоғоз кутилар, ташриф қоғозлари, реклама варақалари, фирма бланклари, буклетлар, календарлар, дизайнерлик таклифномалари, плакатлар, фирма папкалари, конвертлар, қоғоз стикерлар, сувенир блокнотлар.

Жамиятнинг Устав Фонди 500600000 сумдан иборат бўлиб, ягона таъсисчи Мамасайдов Хасан Раҳманбердиевич томонидан шакллантирилган.

2-Жадвал маълумотларидан кўринадики «Toretto Group» МЧЖнинг 2013-2015 йиллардаги ишлаб чиқариш-ҳўжалик фаолияти кўрсаткичлари асосан ўсиш тенденциясига эга. Товар маҳсулот ҳажми 2015 йилда 2013 йилга нисбатан 377 % га ортган. Худди шундай ҳолат сотиш ҳажмида ҳам кузатилади. Бундай ҳолатга асосий сабаб хорижий давлатлардан олинadиган сифатли хомашёдан фойдаланиш, ишлаб чиқариш ҳажми ва турининг кескин ортиши ҳисобланади.

**2-жадвал**

**«Toretto Group» МЧЖнинг 2013-2015 йилларда ишлаб чиқариш-ҳўжалик фаолияти кўрсаткичлари**

| <b>Кўрсаткичлар</b>          | <b>Ўлчов бирлиги</b> | <b>2013 й.</b> | <b>2014 й.</b> | <b>2015 й.</b> | <b>Ўзгариш 2015й.да 2013й.га нисбатан, %</b> |
|------------------------------|----------------------|----------------|----------------|----------------|----------------------------------------------|
| Маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми | Минг сўм             | 192764         | 497459         | 724965         | 377                                          |
| Сотиш ҳажми (соф тушум)      | Минг сўм             | 182750         | 478527         | 729795         | 399,3                                        |
| Ишлаб чиқариш харажатлари    | Минг сўм             | 144150         | 208375         | 453264         | 314                                          |

|                                            |          |        |        |        |        |
|--------------------------------------------|----------|--------|--------|--------|--------|
| Сотишдан олинган ялпи фойда (даромад)      | Минг сум | 38600  | 270152 | 276531 | 726    |
| Асосий воситаларнинг ўртача йиллик қиймати | Минг сўм | 198838 | 245788 | 413546 | 208,0  |
| Иш ҳақи фонди                              | Минг сўм | 59832  | 89280  | 163800 | 273,8  |
| Ишловчилар сони                            | Киши     | 18     | 24     | 35     | 194,4  |
| Шу жумладан: раҳбар ва мутахассислар       | Киши     | 3      | 4      | 4      | 133,3  |
| Ишчилар                                    | Киши     | 15     | 20     | 31     | 206,7  |
| Ўртача иш ҳақи                             | Сўм      | 277000 | 310200 | 390320 | 140,9  |
| Фонд қайтими                               | Сўм      | 0.91   | 1.94   | 1.76   | 193    |
| Солиқ тўлагунга қадар фойда                | Минг сўм | 13170  | 188056 | 235450 | 1787,8 |
| Соф фойда                                  | Минг сўм | 13170  | 163108 | 185230 | 1406,5 |
| Ишлаб чиқариш рентабеллиги                 | %        | 9.1    | 78     | 33.4   | -      |

Манба: корхона йиллик ҳисоботлари асосида муаллиф томонидан тузилди

Сотилган маҳсулот ишлаб чиқариш харажатлари кўрсаткичлари ҳам ортиб бориш ўзгаришига эга бўлиб, у 314%гача ортган, лекин бу асосан ишлаб чиқариш хажмининг ортиши ҳисобига юзага келган. Корхонанинг ишлаб чиқариш фондлари таҳлил даврида кўпайган бўлиб, асосий воситалар 208%га кўпайган. Меҳнатга мотивациянинг ошиши, иш хажмининг ортиши ҳисобига корхонада ишловчилар сони давр бошига нисбатан 194.4 %га ортган ва ўртача ойлик иш ҳақи 140.6%га ошган.

Энг асосий молиявий кўрсаткич соф фойданинг миқдори 14 бараварга ортган бўлиб, бунга асосий сабаб маҳсулот ишлаб чиқариш хажмининг ортиши ҳисобланади.

Таҳлил жараёнида корхонада ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларнинг қай бири қайси категорияга мос келишлигини ўрганиш ҳам муҳим ҳисобланади.

Ички маълумотлар асосида қуйидагича таҳлил ишларини амалга оширишимиз мумкин (7-жадвал). Бу жадвал натура ўлчов бирлигига асосланган бўлиб, унинг таҳлилини бошқа ўлчов birlikларда юритишимиз ҳам мумкин.

**3-жадвал**

**«Toretto Group» МЧЖ маҳсулот сотиш режаси бажарилишининг  
таҳлили, (минг сўм)**

| Товарлар<br>нинг тури                    | Ўлчо<br>в<br>бирли<br>ги | 2014 йил    |                      |              | 2015 йил    |                  |              | Ўзгариш<br>фарқи, (+,-) |                  |
|------------------------------------------|--------------------------|-------------|----------------------|--------------|-------------|------------------|--------------|-------------------------|------------------|
|                                          |                          | миқдор<br>и | Умуми<br>й<br>баҳоси | Улуш<br>и, % | миқдор<br>и | Умумий<br>баҳоси | Улуши<br>, % | Миқдор<br>и<br>бўйича   | Баҳоси<br>бўйича |
| 1. Каталоглар                            | дона                     | 77          | 27030                | 6            | 100         | 35026            | 5            | 23                      | 7996             |
| 2. Сенатор<br>ручкалари                  | дона                     | 40          | 40545                | 9            | 48          | 49036,4          | 7            | 8                       | 8491,4           |
| 3. Ручка<br>филофи                       | дона                     | 55          | 22525                | 5            | 51          | 21015,6          | 3            | -4                      | -1509,4          |
| 4. Совға<br>тўплами                      | дона                     | 23          | 45050                | 10           | 14          | 28020,8          | 4            | -9                      | -17029,2         |
| 5. Ёзув<br>дафтари                       | дона                     | 50000       | 36040                | 8            | 48593       | 35026            | 5            | -1407                   | -1014            |
| 6. Гувоҳно<br>ма<br>қопламаси            | дона                     | 2040        | 27030                | 6            | 2643        | 35026            | 5            | 603                     | 7996             |
| 7. Расм<br>учун сумка                    | дона                     | 112         | 22525                | 5            | 139         | 28020,8          | 4            | 27                      | 5495,8           |
| 8. Дизайне<br>рлик<br>таклифном<br>алари | дона                     | 1111        | 22525                | 5            | 1037        | 21015,6          | 3            | -74                     | -1509,4          |
| 9. папкала<br>р                          | дона                     | 560         | 22525                | 5            | 348         | 14010,4          | 2            | -212                    | -8514,6          |
| 10. Сувен<br>ир<br>блокнотла<br>р        | дона                     | 938         | 22525                | 5            | 1167        | 28020,8          | 4            | 229                     | 5495,8           |
| 11. Плака<br>тлар                        | дона                     | -           | -                    | -            | 39000       | 56041,6          | 8            | 39000                   | 56041,6          |
| 12. Буклет<br>лар                        | Дона                     | -           | -                    | -            | 5240        | 21015,6          | 3            | 5240                    | 21015,6          |
| 13. Қоғоз<br>стикерлар<br>тўплами        | дона                     | -           | -                    | -            | 1250        | 14010,4          | 2            | 1250                    | 1250             |
| 14. Кален<br>дарлар                      | дона                     | -           | -                    | -            | 10024       | 28020,8          | 4            | 10024                   | 10024            |
| 15. Фирма<br>бланклари                   | дона                     | -           | -                    | -            | 1698        | 28020,8          | 4            | 1698                    | 1698             |
| 16. Рекла<br>ма<br>варақалари            | дона                     | -           | -                    | -            | 23806       | 35026            | 5            | 23806                   | 23806            |
| 17. Фирма                                | дона                     | 6050        | 22525                | 5            | -           | -                |              | -                       | -                |



|                             |      |        |        |     |        |         |     |        |        |
|-----------------------------|------|--------|--------|-----|--------|---------|-----|--------|--------|
| папкалари                   |      |        |        |     |        |         |     |        |        |
| 18. Ташриф қоғозлари        | дона | -      | -      |     | 15369  | 28020,8 | 4   | 15369  | 15369  |
| 19. Картон ва қоғоз қутилар | дона | -      | -      |     | 1530   | 21015,6 | 3   | 1530   | 1530   |
| 20. Кундалик ёзув китоблари | дона | 66158  | 139655 | 31  | 82963  | 175130  | 25  | 16805  | 35475  |
| Жами                        |      | 127164 | 450500 | 100 | 235022 | 700520  | 100 | 113908 | 250020 |

Манба: корхона йиллик ҳисоботлари асосида муаллиф томонидан тузилди

Корхона кўплаб турдаги ва хилдаги катта, кичик маҳсулотлар ишлаб чиқаради. Биз таҳлил учун фақат асосий турдаги баъзи маҳсулотларни ажратиб олдик. Жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, биз таҳлил қилаётган корхонанинг 20 турдаги маҳсулотлар ичида 2014 йили “Кундалик ёзув китоблари”, « Ёзув дафтари », « Совға тўплами », “Сенатор ручкалари”, “Каталоглар” маҳсулотлари харидоргир бўлиб, уларнинг умумий хажмда катта улушга эга ва 2015 йилда “Қоғоз стикерлар тўплами”, “Календарлар”, “Фирма бланклари”, “Реклама варақалари”, “Ташриф қоғозлари”, “Картон ва қоғоз қутилар” маҳсулотлари ўзлаштирилган. Бу эса бозорда ушбу маҳсулот турларига талабнинг кўплигидан далолат беради.

Маҳсулот таркибидан «Фирма папкалари» маҳсулотларига талаб кам бўлгани учун чиқиб кетган.

Маҳсулот таркибидаги «Ручка ғилофи», “Совға тўплами”, “Ёзув дафтари”, “папкалар” маҳсулотларига талаб кам бўлган. Натижада бу маҳсулотларнинг ишлаб чиқариш ва сотиш хажми камайиб кетган. Бунга маҳсулот сифати, баҳоси ёки ўринбосар товарларнинг бозорда вужудга келиши таъсир этган.

Корхонанинг эндиги асосий вазифаси сифатнинг бузилишида келтирилган камчиликларни бартараф этиш ёки бўлмаса бошқа харидоргир маҳсулотни ишлаб чиқаришни йўлга қўйишдан иборатдир. Корхона учун яна бир оптимал вариант бўлиб, талаб кам бўлган маҳсулотларни камайтириб, унга сарфланадиган маблағларнинг бир қисmini харидоргир товарларни ишлаб чиқаришга йўналтириши керак.

## **2.2. Корхона асосий маҳсулотларини бозорда сотилиши режа кўрсаткичлари таҳлили**

Бозор муносабатлари ривожланган сари режанинг аҳамияти тобора ошиб боради. Бирор бир ишлаб чиқариш, хусусан, тижорат ғоясини режасиз амалга ошириб бўлмаслигини хорижий ишбилармон ва тадбиркорлар аллақачон тушуниб етишган. Эркин бозор муносабатлари шароитида ҳар бир хўжалик юритувчи субъект ўзининг ишлаб чиқариш

фаолиятини ҳамда келгусида амалга ошириши мумкин бўлган тактик ва стратегик режаларини бизнес режасида акс эттиради.

*Бизнес-режа* — бу хўжалик юритувчи субъектнинг ривожланиш

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

#### 4-жадвал

##### Корхонада маҳсулот сотиш режасининг умумий ҳажмда бажарилиши ва динамикасининг таҳлили (минг сўмда)

| Кўрсаткичлар                      | 2014й  | 2015й         |           | Ҳисобот йилининг ҳақиқийси |                    |
|-----------------------------------|--------|---------------|-----------|----------------------------|--------------------|
|                                   |        | Бизнес режада | Ҳақиқатда | Ўтган йилга нисбатан, %    | Режага нисбатан, % |
| Сотилган маҳсулот ҳажми, минг сўм | 478527 | 710530        | 729795    | 152                        | 102                |

Манба: Корхонанинг йиллик ҳисоботлари асосида ҳисобланди.

Жадвалда келтирилган маълумотлар «Молиявий натижалар тўғрисидаги ҳисобот» (2-шакл) шаклидан олинган. Яъни юқоридаги жадвалда маҳсулот (иш, хизмат)лар сотиш ҳажми 2-шаклнинг 010 сатридан олинган бўлиб, маҳсулот сотишдан олинган соф тушум улгуржи баҳода акс эттирилган.

Жадвал маълумотларидан кўринадики, таҳлил қилинаётган «Toretto Group» МЧЖда ўтган йили жами 478527минг сўмлик маҳсулот сотилган бўлса, ҳисобот йилида бу кўрсаткич 729795минг сўмни ташкил қилган, яъни ўтган йилга нисбатан маҳсулот сотиш ҳажми 152 % ни ташкил этган. Корхона ҳисобот йилида бизнес режа бўйича ўтган йилга нисбатан анча кўп маҳсулот сотишни режалаштирган бўлиб, мазкур режа жорий йилда 102 % ни ташкил этган. Бундан кўринадики, корхона ўтган йилга нисбатан жорий йилда бир қадар кўп маҳсулот сотишни олдиндан тахмин қилган, яъни маҳсулот сотиш ҳажмини ўтган йилга нисбатан бизнес режада 232003 минг сўмга кўп қилиб белгилаган ҳамда ушбу режа ортиғи билан адо этилган. Бундай натижалар корхонанинг молиявий ҳолати яхшиланиб ички ва ташқи бозорда ўз мавқеини топиб бораётганлигидан далолатдир.

Маҳсулот сотиш режасининг бажарилиши истеъмолчиларга жўнатишга товар қисмини ўрганишдан бошланади. Чунки жўнатишга товар билан сотилган маҳсулот вақт жиҳатдан фарқланади.

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

Маҳсулот (иш, хизмат)лар сотиш режасининг умумий ҳажмда бажарилиши таҳлилидан сўнг асосий маҳсулотнинг айрим турлари бўйича

сотиш режасининг натура ва қиймат шаклларида бажарилиш муддатлари бўйича аниқланиши лозим бўлади.

#### 5- ж а д в а л

#### «Toretto Group» МЧЖ бўйича маҳсулотларнинг айрим турларини сотиш режасининг натура шаклида бажарилиши (минг дона ҳисобида)

| Маҳсулот турлари                       | 2015 йил бўйича | 1 чорак |           | 2 чорак |           | 3 чорак |           | 4 чорак |           |
|----------------------------------------|-----------------|---------|-----------|---------|-----------|---------|-----------|---------|-----------|
|                                        |                 | Режа    | Ҳақиқатда | Режа    | Ҳақиқатда | Режа    | Ҳақиқатда | Режа    | Ҳақиқатда |
| Кундалик ёзув китоблари (2,11минг сўм) | 83              | 10      | 13        | 27      | 30        | 28      | 30        | 9       | 10        |
| Ёзув дафтари (0.72минг сўм)            | 50,0            | 15      | 15        | 15      | 13        | 10      | 10        | 10      | 11        |
| Плакатлар (1,43минг сўм)               | 56,0            | 15      | 14        | 15      | 15,5      | 20      | 20        | 6       | 6         |
| Буклетлар                              | 21,0            | -       | -         | -       | -         | -       | -         | 20      | 23        |
| Фирма папкалари                        | 60,5            | 14      | 15        | 15      | 16        | 14      | 15        | 13      | 14.5      |

Манба: Корхонанинг йиллик ҳисоботлари асосида ҳисобланди.

Жадвал маълумотларидан кўринадик, таҳлил қилинаётган корхонада жорий йилнинг биринчи чорагида сотиши режалаштирилган «Кундалик ёзув китоблари» бўйича 1 чоракда режадаги 10 минг дона ўрнига ҳақиқатда 13 минг дона, 2-чоракда режадаги 27 минг дона ўрнига ҳақиқатда 30 минг дона, 3-чоракда эса режадаги 28 минг дона ўрнига 30 минг дона, 4-чоракда 9 минг дона ўрнига 10 минг дона ташкил этган. Яъни «Кундалик ёзув китоблари» маҳсулоти бўйича сотиш режаси барча чораклар бўйича ортиғи билан адо этилган. «Ёзув дафтари» маҳсулоти бўйича сотиш режаси биринчи чорак ва 3-чоракда бажарилган бўлсада, 2-чоракда режа бажарилмаган. «Плакатлар» маҳсулоти бўйича сотиш режаси эса биринчи чоракда қисман бажарилмаган, 2 ва 3- чоракларда бажарилган. «Буклетлар» маҳсулоти бўйича режа ошириб бажарилган. «Фирма папкалари» барча чоракларда ошириб бажарилган.

Демак, корхона маъмурияти “Плакатлар” ва «Ёзув дафтари» маҳсулотини кам сотилишига сабаб бўлаётган омилларни аниқлаши ва тегишли чоралар кўриши лозим бўлади.

Жадвалда келтирилган натура шаклидаги маҳсулотларни унинг баҳосига кўпайтириш орқали сотиш ҳажмини қиймат кўринишида ифодалаймиз ва режанинг бажарилишини аниқлаймиз.

Юқоридаги 10-жадвал маълумотлари асосида «Toretto Group» МЧЖнинг 2015 мобайнида айрим маҳсулот турлари бўйича маҳсулот сотиш режаларининг натура ва қиймат ифодаларида бажарилишига баҳо беришимиз мумкин бўлади. Маълумотлардан кўринадик, корхонада «Плакатлар» маҳсулотини сотиш режаси йил давомида режа 99.2% га бажарилган. «Кундалик ёзув китоблари» маҳсулотини сотиш бўйича режанинг бажарилиши йил давомида 112.2% ни ташкил этган. Бундан кўринадик, «Кундалик ёзув китоблари» маҳсулотига бўлган бозор талаби юқори бўлиб, яъни ушбу маҳсулот корхона учун юқори рентабелли маҳсулот ҳисобланар экан.

**6- ж а д в а л**

**«Toretto Group» МЧЖда асосий маҳсулот сотиш режасининг қиймат шаклида бажарилишининг таҳлили(минг сўм)**

| Маҳсулот турлари                 | Бизнес режа бўйича | Ҳақиқатда       | Бизнес режанинг бажарилиши % |
|----------------------------------|--------------------|-----------------|------------------------------|
| <b>«Плакатлар»</b>               |                    |                 |                              |
| <b>1 чорак</b>                   | 21450              | 20062           | 93,5                         |
| <b>2 чорак</b>                   | 21450              | 22211,5         | 103,6                        |
| <b>3 чорак</b>                   | 28660              | 28660           | 100,0                        |
| <b>4 чорак</b>                   | 8598               | 8598            | 100,0                        |
| <b>Жами</b>                      | <b>80158</b>       | <b>79531,5</b>  | 99,2                         |
| <b>«Ёзув дафтари»</b>            |                    |                 |                              |
| <b>1 чорак</b>                   | 10800              | 10800           | 100,0                        |
| <b>2 чорак</b>                   | 7200               | 9360            | 130,0                        |
| <b>3 чорак</b>                   | 7200               | 7200            | 100,0                        |
| <b>4 чорак</b>                   | 7200               | 7920            | 110,0                        |
| <b>Жами</b>                      | <b>32400</b>       | <b>35280</b>    | 108,9                        |
| <b>«Кундалик ёзув китоблари»</b> |                    |                 |                              |
| <b>1 чорак</b>                   | 21100              | 27430           | 130,0                        |
| <b>2 чорак</b>                   | 56970              | 63300           | 111,1                        |
| <b>3 чорак</b>                   | 59080              | 63300           | 107,1                        |
| <b>4 чорак</b>                   | 18990              | 21100           | 111,1                        |
| <b>Жами</b>                      | <b>156140</b>      | <b>175130</b>   | 112,2                        |
| <b>Ҳаммаси</b>                   | <b>268698</b>      | <b>289941,5</b> | 107,9                        |
| <b>1 чорак</b>                   | <b>53350</b>       | <b>58292</b>    | 109,3                        |
| <b>2 чорак</b>                   | <b>85620</b>       | <b>94871,5</b>  | 110,8                        |
| <b>3 чорак</b>                   | <b>94940</b>       | <b>99160</b>    | 104,4                        |
| <b>4 чорак</b>                   | <b>34788</b>       | <b>37618</b>    | 108,1                        |

Манба: Корхонанинг йиллик ҳисоботлари асосида ҳисобланди.

Бундан кўринадикки, ушбу маҳсулотга бўлган бозордаги талаб борган сари яхшиланиб бормоқда ва сўнгги ойларда деярли сотиш режалаштирилган маҳсулот ҳажмида маҳсулот сотилмоқда экан. Корхона маъмурияти эса «Плакатлар» маҳсулотига бўлган истеъмолчиларнинг талабларини янада пухтароқ ўрганиши ҳамда кўпроқ маҳсулот сотиш чораларини топиши лозим бўлади. «Ёзув дафтари» маҳсулоти сотиш бўйича йиллик режаси жами 108.9% га адо этилган, сотиш режаси 1-чоракда 100% ни, 2-чоракда 130% ни ташкил этгани ҳолда, 3-чоракда эса сотиш режаси 100% га бажарилган. Демак, ушбу маҳсулот турига бозордаги талаб ортиб бораётганлигидан далолат беради. Корхона маъмурияти ушбу маҳсулотнинг тобора ўзгарувчан сотилиш сабабларини аниқлаши ва тегишли чоралар кўриши лозим бўлади.

Умуман олганда корхонада йил давомида 3 хил турдаги маҳсулот сотиш режалари умумий тартибда тўлиқ бажарилган. Бу албатта яхши натижадир. Фақатгина, корхона маҳсулот сотиш ҳажмларига салбий таъсир этаётган омилларни аниқлаши ва уларни бартараф этиш чораларини кўриши даркор. Мазкур жадвал маълумотлари шуни кўрсатадики, корхона маҳсулотни истеъмолчиларга жўнатиш режасини йил давомида 107.9%га бажарган. Белгиланган ассортиментда режа бажарилган. Маҳсулот жўнатиш режасини бундай тарзда бажарилиши корхонанинг бир маромда ишлаб чиқаришни ташкил этишга ҳаракат қилаётганлигидан далолатдир. Таҳлил давомида маҳсулот етказиб берилмаган истеъмолчилар аниқланади ва йўл қўйилган камчиликларни бартараф этиш чоралари белгиланади.

Маҳсулот сотиш ҳажмига таъсир этувчи омилларни аниқлаш учун товар балансини тузамиз. Товар баланси кўрсаткичлари тайёр маҳсулот ҳаракати номли маълумотномадан олинади. Бу ҳисобот шаклида тайёр маҳсулотнинг йил бошига, йил охирига бўлган қолдиғи, ишлаб чиқарилган товар маҳсулоти ҳамда сотилган маҳсулот улгуржи баҳода ва ишлаб чиқариш таннархида ифодаланган. Таҳлилда маҳсулот, иш ва хизматларни сотиш режасининг бажарилиши ва динамикаси, унинг ўзгаришига таъсир этувчи омиллар ўрганилади. Маҳсулот сотиш ҳажмига таъсир этувчи омилларни қуйидаги 7-жадвалда кўришимиз мумкин:

#### 7-жадвал

#### «Toretto Group» МЧЖда маҳсулот сотиш ҳажмига таъсир этувчи омиллар таҳлили (минг сўмда)

| Кўрсаткичлар                         | Шартли белги | 2015 йил      |           | Фарқи (-,+) | Сотиш ҳажмига таъсири |
|--------------------------------------|--------------|---------------|-----------|-------------|-----------------------|
|                                      |              | Бизнес режада | Ҳақиқатда |             |                       |
| 1. Тайёр маҳсулот йил бошига қолдиғи | <b>Йб</b>    | 5500          | 10300     | +4800       | + 4800                |
| 2. Ишлаб чиқарилган товар маҳсулоти  | <b>Т</b>     | 711030        | 724965    | +13935      | +13935                |
| <b>жами (1 сатр+2 сатр)</b>          | <b>Х</b>     | 716530        | 735265    | +18735      | +18735                |

|                                           |           |        |        |        |      |
|-------------------------------------------|-----------|--------|--------|--------|------|
| 3. Сотилган маҳсулот                      | <b>Ст</b> | 710530 | 729795 | +19265 | X    |
| 4. Тайёр маҳсулотнинг йил охирига қолдиғи | <b>Йо</b> | 6000   | 5470   | -530   | +530 |
| <b>Жами<br/>(3 сатр+ +4 сатр)</b>         | <b>X</b>  | 716530 | 735265 | +18735 | +530 |

Манба: Корхонанинг йиллик ҳисоботлари асосида ҳисобланди.

Маҳсулот сотиш ҳажми 724965минг сўмни ташкил этиб режага нисбатан 18735минг сўмга ортган. Сотиш ҳажмига қуйидаги омиллар таъсир этган.

$$\text{Ст} = \text{Йб} + \text{Т} - \text{Йо}$$

1. Тайёр маҳсулотнинг йил бошига бўлган қолдиғининг ўзгариши.
2. Ишлаб чиқарилган товар маҳсулоти.
3. Тайёр маҳсулотнинг йил охирига бўлган қолдиғининг ўзгариши.

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

#### 8-жадвал

#### Омиллар таъсирининг натижаларини қуйидаги жадвалда умумлаштирамиз

| Кўрсаткичлар                                                    | Сумма,<br>минг сўмда | Режага<br>нисбатан %<br>ҳисобида |
|-----------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------------------|
| 1                                                               | 2                    | 3                                |
| 1. Тайёр маҳсулотнинг йил бошига қолдиғининг ортиши ҳисобига    | +4800                | +0.65                            |
| 2. Товар маҳсулоти режасининг ортиғи билан бажарилиши ҳисобига  | +13935               | + 1.9                            |
| 3. Тайёр маҳсулотнинг йил охирига қолдиғининг камайиши ҳисобига | +530                 | +0.07                            |
| <b>Жами</b>                                                     | <b>+ 19265</b>       | <b>+2.62</b>                     |

Манба: Корхонанинг йиллик ҳисоботлари асосида ҳисобланди.

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

1. Йил бошидаги тайёр маҳсулот қолдиғининг режага нисбатан +4800 минг сўмга ортиши туфайли сотилган маҳсулот шу суммага кўпайди. Бу омилнинг ҳиссаси 0.65% ( $4800 \times 100 : 729795$ ) ни ташкил этади.

2. Ишлаб чиқарилган товар маҳсулотининг режаси 101.9% га бажарилган, яъни режанинг 1.9% га ортиғи билан бажарилиши туфайли

махсулот ҳажми 13935 минг сўмга ортган. Шу суммага сотилган махсулот ҳажми ҳам кўпайган.

3. Йил охиридаги тайёр махсулот қолдиғи режадаги 6000 минг сўмдан ҳақиқатда 5470 минг сўмга қадар, яъни 530 минг сўмгача камайган. Бу фоиз ҳисобида 0.07 % ( $530 \times 100 : 729795$ ) ни ташкил этади.

Йил охиридаги қолдиқнинг камайиши туфайли реализация ҳажми 530 минг сўмга ортган.

### **2.3. «Toretto Group» МЧЖда махсулот рақобат даражасини белгиловчи кўрсаткичларни яхшилаш ва бозор талабини кўпайтириш йўллари.**

Корхона бозор механизми ва конъюктурасини батафсил ҳамда таҳлил қилган ҳолда ўз имкониятларини йўлга қўйишнинг иқтисодий, ижтимоий, ҳуқуқий шартларини тузиб чиқади. Бу эса яқин ва узоқ даврийликда фаолият юритишнинг йўналишларини белгилаш ҳамда унинг режасини тузиб чиқишни характерлайди. Режали асосда ишлаб чиқаришни бошқариш ҳам бевосита бозор регулятори элементлари таъсирида йўлга қўйилади. Таҳлилда асосий эътибор маркетинг тадқиқотларига қаратилади. Бозордаги аҳвол ва унинг ўзгарувчанлиги, талаб ва таклиф даражалари, бозор соҳиблари ва уларнинг мавқеи, фаолиятни йўлга қўйишнинг имкониятлари кенг камровда ўрганилади.

Рақобатчиларнинг имкониятларини мунтазам ўрганиб туриш сотиш учун мўлжалланган махсулотларни ўз вақтида харидорларга етказиш ва фирма счётига пул келиб тушиш режасини муваффақиятли бажаришнинг гаровидир. Фақат рақобатчиларнинг бозорга ўхшаш товарлар етказиб бериш имкониятини билибгина қолмай, шунингдек, уларга нисбатан сифатли ва арзонроқ товарлар таклиф қилиш чораларини кўриш юқори фойда олишнинг яна битта омилidir. Рақобатчиларнинг имкониятларини ўрганишда қатор даврлар мобайнида ихтисослик товарларининг сотилиш ҳолатини кузатмоқ ва маълумотларни таҳлил этиш лозимдир. Бундай таҳлил қуйидаги тартибда бажарилади (9-жадвал).

#### **9- ж а д в а л**

#### **«Toretto Group» МЧЖ рақобатчиларининг имконияти ва фирма ихтисослик товарларини бозордаги сотилиш даражасининг таҳлили**

| Товарларнинг тури     | Ўлчов бирлиги | Ўртача ўтган уч йилда бозордаги талаб миқдори | Рақобатчилар таклиф қилган товарлар миқдори | Бозордаги талабдан фарқ | Корхона таклиф қилиши лозим бўлган товарлар |
|-----------------------|---------------|-----------------------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------|---------------------------------------------|
| 1. Сувенир блокнотлар | дона          | 2500                                          | 2000                                        | 500                     | -                                           |
| 2. Плакатлар          | дона          | 2600                                          | 2200                                        | 400                     | 560                                         |
| 3. Буклетлар          | дона          | 1400                                          | 1380                                        | 20                      | 100                                         |

|                                  |      |       |      |       |       |
|----------------------------------|------|-------|------|-------|-------|
| 4. Қоғоз<br>стикерлар<br>тўплами | дона | 2400  | 1500 | 900   | 200   |
| 5. Календарлар                   | дона | 15000 | 1000 | 14000 | 10000 |
| 6. Фирма<br>бланклари            | дона | 700   | 670  | 30    | 1000  |

Манба: корхона йиллик ҳисоботлари асосида муаллиф томонидан тузилди

Уч йиллик кузатишлар шуни кўрсатадики, фирманинг «Сувенир блокнотлар» маҳсулотига бўлган талабга нисбатан товар истеъмолчиларга 2013 йилда таклиф қилинмаяпти. Лекин корхона ўтган йили Сувенир блокнотларнинг 938та сотишга эришган. Шунингдек, «Плакатлар» маҳсулот бўйича 160 дона ва «Буклетлар» маҳсулоти бўйича 80 дона талабга нисбатан ортиқча товарлар бозорга чиқарилган. Демак, бу маҳсулотларни тўлиқ сотилиши учун рақобатчиларга нисбатан сифатли ва харидоргир товарлар бўлишига эътибор қаратилиши лозим. Лекин «Календарлар» ва «спорт сумкаси» маҳсулотларни ишлаб чиқаришни кўпайтириш имкониятлари борлигини тадқиқотлар кўрсатиб турибди. Фирма ихтиёрида бозордаги талабни эътиборга олиб туриб, айрим турдаги товарларни кўпроқ таклиф қилишга ихтисослашиш имкониятлари ҳам бор. Демак, фирманинг бозордаги стратегия ва тактикаси турли вариантларда бўлиши ҳам мумкин экан.



## Хулоса

Корхоналар ўз мақсадларини муваффақиятли ҳат этишлари учун, ишлаб чиқаришларни моддий техника ресурслари билан таъминлаш жараёнининг бажарилишига алоҳида эътибор берадилар. Бунинг учун аниқланган, яъни, корхона учун зарур бўлган моддий техника ресурсларининг янги турлари мавжудлиги ҳамда уларнинг жаҳон бозорида таклиф килинганлиги урганилади. Чунки, корхона узи учун зарур бўлган моддий техника ресурсларининг яхшилари, яъни самаралисини олишга ҳаракат қиладилар.

Корхонада моддий-техника таъминоти режасининг бажарилиши таҳлили маълумотларидан куринадики, материалларга бўлган талаб тузилган шартнома манбалар буйича тулиқ таъминланган.

Қуйидагаларни таклиф этиш мумкин.

Маҳсулот ишлаб чиқариш маромийлигининг бузилиши оқибатида корхонада ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларнинг сифатига путур етишига, хўжалик субъектлари ўртасидаги ўзаро шартномаларнинг ўз вақтида тўлиқ бажарилмаслигига, иқтисодий жарималар қўлланилишига, касса режаларининг тўлиқ бажарилмаслигига ҳамда маҳсулотларни сотиш ҳажмларига салбий таъсир қўрсатиши мумкин. Корхона маъмурияти имкон қадар маҳсулот ишлаб чиқариш маромийлигини бузилмаслик чораларини кўриши керак бўлади.

Маҳсулот структурасини ўзгартиришга интилиш лозим ва талаб бўлмаганларини ишлаб чиқаришни камайтириш лозим. Структуранинг ўзгариш сабаблари турлича бўлиши мумкин:

- ишлаб чиқарилган товарлар таркибида юқори нархга сотилиши мумкин бўлган маҳсулотлар улушининг кўпайтириш;
- мўмай фойда келтирувчи товарларнинг ҳажмини ошириш;
- меъёрдаги моддий ва меҳнат сарфлари кам бўлган товарларни кўпайтириш;
- арзон хомашё, ёқилғи ва бошқа моддий бойликлардан фойдаланиш;
- ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларнинг технологиясини такомиллаштириш;
- товарлар сифатини яхшилаш ва бошқалар.

### **Фойданилган адабиётлар руйхати**

1. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси. – Т.: Ўзбекистон, 2012.
2. Ўзбекистон Республикасининг «Хусусий корхоналар тўғрисида»ги Қонуни. Қонун ва қарорлар. -Т.: Ўзбекистон, 2012., №3
3. И.Каримов. 2015-йилда иқтисодиётимизда туб таркибий ўзгаришларни амалга ошириш, модернизация ва диверсификация жараёнларини изчил давом эттириш ҳисобидан хусусий мулк ва хусусий тадбиркорликка кенг йўл очиб бериш – устувор вазифамиздир. // Халқ сўзи, 2015 йил 17 январь.
4. Б.Ю.Ходиев, А.Ш.Бекмуродов ва бошқалар. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислам Каримовнинг «Жаҳон молиявий-иқтисодий инқироzi, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари» номли
5. Қосимова М.С., Юсупов М.А., Эргашходжаева Ш.Д. Маркетинг. Дарслик. – Т.: ТДИУ, 2010. 287 б.
6. Абдукаримов И.Т. ва бошқалар Корхона иқтисодий салоҳияти таҳлили. – Т.: Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси, 2003, – 256 б.
7. Ваҳобов ва бошқ. Молиявий ва бошқарув таҳлили: Дарслик. – Т.: “Шарқ”, 2011. – 480 б.
8. Maxmudov E.X., Isoqov M.Yu. Biznes - rejalashtirish. O’quv qo’llanma. –Т.: O’zbekiston yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg’armasi nashriyoti, 2005, – 160 b.
9. Махмудов Э.Х. Корхона иқтисодиёти. Ўқув қўлланма. –Т.: Ўзбекистон ёзувчилар уюшмаси Адабиёт жамғармаси нашриёти, 2004, – 208 б.
10. Ақромов Э.А Корхоналарнинг молиявий ҳолати таҳлили. – Т.: Молия, 2003, -223 б.
- 11.[www.zone-x.ru/showtov.asp?](http://www.zone-x.ru/showtov.asp?),
- 12.[www.ssau.ru/books/economics/1.shtml](http://www.ssau.ru/books/economics/1.shtml),
- 13.[www.rubricon.com/tsep\\_1.asp](http://www.rubricon.com/tsep_1.asp),
- 14.[www.neocd.ru/showtov.asp?](http://www.neocd.ru/showtov.asp?),
- 15.[www.MIFI.ru/education/courses/economy/](http://www.MIFI.ru/education/courses/economy/),
- 16.[www.diploms.com/econ/e\\_predpr.htm](http://www.diploms.com/econ/e_predpr.htm),
- 17.[econpredpr.narod.ru](http://econpredpr.narod.ru),
- 18.[economy.infotechno.ru](http://economy.infotechno.ru).