

65
R 64

**N.N. RASULOVA
Z.Q. JUMAYEVA**

SOHA IQTISODIYOTI VA MENEJMENTI

O'QUV QO'LLANMA



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

**BUXORO MUHANDISLIK-TEXNOLOGIYA INSTITUTI
BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI**

*Rasulova Nigora Nematovna,
Jumayeva Zulfiya Qayumovna*

SOHA IQTISODIYOTI VA MENEJMENTI

*O`zbekiston Respublikasi Oliy va o`rta maxsus ta`lim vazirligi tomonidan oliy
o`quv yurtlarining "Neft va gazkimyo sanoati texnologiyalari" ta`lim yo`nalishi
talabalari uchun o`quv qo`llanma sifatida tavsiya etilgan.*

BUXORO – 2020

«DURDONA» NASHRIYOTI

BBK 24.2
UO`K 547
R-64

Soha iqtisodiyoti va menejmenti. O'quv qo'llanma. N.N.Rasulova, Z.Q.Jumayeveva
– Toshkent: 2020. - 220 b.

BBK 24.2
UO`K 547

Taqrizchilar:

Toirova M.Sh. -BuxDU, "Iqtisodiyot va turizm" fakulteti, "Iqtisod"
kafedrası, i.f.n., dots.

Hasanova G.Dj. -BuxMTI, "Menejment" kafedrası, i.f.n., dots.

Ushbu o'quv qo'llanma "Soha iqtisodiyoti va menejmenti" fanidan Davlat ta'lim standartlari talablariga asosan "Neft va gazkimyo sanoati texnologiyalari" yo'nalishida ta'lim olayotgan talabalar uchun mo'ljallangan. Qo'llanma neft va gaz sanoati iqtisodiyoti va menejmentining muhim masalalarini ochib beradi. O'quv qo'llanmada soha rivojlanishining tavsifi, korxonalarning moddiy-texnik bazasi, ishlab chiqarish, moliyaviy, marketing, investitsion va innovatsion faoliyati bilan bog'liq masalalar yoritilgan.

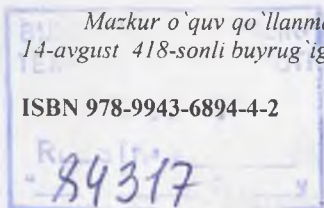
Данное учебное пособие написано в соответствии с государственным образовательным стандартом по дисциплине "Экономика и менеджмент отрасли" для студентов, обучающихся по направлению «Технологии нефтегазовой и нефтехимической промышленности». Пособие раскрывает наиболее важные вопросы экономики и управления нефтяной и газовой промышленности. В учебном пособии дана характеристика развития отрасли, материально-технической базы предприятий, излагаются вопросы организации и планирования производственно-хозяйственной, финансовой, маркетинговой, инновационной, инвестиционной деятельности.

This study guide is written in accordance with the state educational standard in the discipline "Economics and industry management" for students enrolled in the "Technology of oil and gas and petrochemical industry." The manual reveals the most important issues of economics and management of the oil and gas industry. The training manual gives a description of the development of the industry, the material and technical base of enterprises, outlines the issues of organization and planning of production and economic, financial, marketing, innovation, investment activities.

Mazkur o'quv qo'llanma Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligining 2020 yil 14-avgust 418-sonli buyrug'iga asosan nashr qilishga ruxsat etilgan.

ISBN 978-9943-6894-4-2

**© Rasulova Nigora Nematovna,
Jumayeveva Zulfiya Qayumovna**



MUNDARIJA

KIRISH	4
I BOB. Xo'jalik amaliyoti va zamonaviy fan tizimida sanoat korxonalari	
1.1. Sanoat korxonalari va ularning iqtisodiyotni modernizasiya qilishdagi ahamiyati va roli	7
1.2. Sanoat korxonalari rivojlanishining strategiyasini shakllantirish	28
1.3. Mahsulot ishlab chiqarish faoliyati	50
II BOB. Sanoat korxonalarining zaxira manbalari	
2.1. Sanoat korxonalari asosiy fondlari	61
2.2. Sanoat korxonalarining aylanma mablag'lari, ularning shakllanishi va foydalanishi	77
2.3. Sanoat korxonalarining kadrlari, ularning shakllanishi va foydalanish	87
III BOB. Korxona ishlab chiqarish xarajatlari va rentabellik	
3.1. Korxona xarajatlari va ularni kamaytirish yo'llari	98
3.2. Foyda va ishlab chiqarish rentabelligi	107
IV BOB. Sanoat korxonalarida iqtisodiy faoliyat	
4.1. Korxonaning iqtisodiy va ijtimoiy samaradorligi	119
4.2. Korxonalarda ishlab chiqarishni rejalashtirish va prognozlash	128
4.3. Sanoat korxonalarining investitsion faoliyati	145
4.4. Sanoat korxonalarining innovatsion faoliyati	166
4.5. Sanoat korxonalarining marketing faoliyati	179
V BOB. Soha menejmenti	
5.1. Sanoat menejmentining tashkiliy tuzilmasi	195
GLOSSARIY	212
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR VA MANBALAR	218

KIRISH

Iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida islohotlarni chuqurlashtirish iqtisodiyotga kiritilgan yangi investitsiyalar va mavjud moddiy-texnika asosini modernizatsiya qilishdan tashqari boshqaruvning demokratik tamoyillarini kuchaytirish, korxona, firma va ularga tenglashtirilgan ishlab chiqarish tuzilmalarining xo'jalik faoliyati bilan bog'liq mustaqillik doirasini kengaytirish, siyosatning iqtisodiyotdan ustunligiga barham berish, inson faoliyatining barcha soha va tarmoqlarida tashabbuskorlik, izlanish va innovatsiyalarning rivojlanishi ham keng imkoniyatlar yaratmoqda.

Korxona iqtisodiyotning bir bo'g'ini bo'lib, unda eng malakali kadrlar mujassamlangan hamda samarali boshqaruv - menejment qo'llanib, resurslardan oqilona foydalanish va zamonaviy texnika va texnologiyalardan foydalanish masalalari hal qilinadi. Ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning yuqori sifat ko'rsatkichlarini saqlagan holda xarajatlarni minimallashtirish va daromad (foyda)ni maksimallashtirish deyarli har bir korxonaning asosiy vazifasi hisoblanadi. Hozirgi kunda iqtisodiy faoliyatning, moddiy ishlab chiqarishning joriy va istiqbolli rivojlanish strategiyasi hamda mamlakat iqtisodiy salohiyatini mustahkamlashning asosiy og'irligi aynan korxonalar "yelkasi" ga yuklatilmoqda.

Talaba integratsion jarayonlarning ta'siri; sanoat korxonalarida ishlab chiqarish samardorligini oshirish maqsadida qo'llaniladigan boshqaruv usullari, vositalarini; korxona daromadi va menejment samaradorligi; narxni tashkil qilish siyosati; asosiy va aylanma vositalar; korxonani boshqarish asoslari; korxonani boshqarishdagi iqtisodiy-matematik usullari; boshqaruvchi xodimlarni shakllantirish jarayoni; korxonaning hayot siklini bilishi va ulardan foydalana olishi; strategik boshqaruv tushunchasi, biznes – rejani ishlab chiqish ko'nikmalariga ega bo'lishi kerak.

Milliy iqtisodiyotning jadal rivojlanish sharoitida yangi axborot kommunikatsiyalarining kirib kelishi, muhandis-talabalar oldiga iqtisodiy, pedagogik, psixologik bilimlarga ega, korxonalarni boshqarish, modellash, avtomatlashtirish, shuningdek, kam sarf-harajatli arzon, mustahkam uzoqqa chidamli ishlab chiqaruvchi texnologiyalarni matematika, informatika, matematik dasturlash, statistika, axborot texnologiyalari, iqtisodiyot nazariyasi, sotsiologiya, pedagogika va boshqa fanlardan o'zlashtirgan bilimlari asosida o'rgangan yetuk mutaxassis kadrlar bo'lishlikni taqozo etmoqda.

"Soha iqtisodiyoti va menejmenti" fanini o'qitishdan asosiy maqsad - talabalarda milliy iqtisodiyot rivojlanishining iqtisodiy qonun va qonuniyatlarining sanoat va uning rivojlanishiga ko'rsatadigan ta'sirini o'rganish sanoat korxonalarning ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, ishlab chiqarish

kuchlarini rivojlantirishdagi va milliy iqtisodiyotni ko'tarishdagi rolini hamda o'rnini aniqlash, ularni boshqarish tamoyillari, iqtisodiy salohiyatni oshirish bo'yicha yo'nalish profiliga mos bilim, ko'nikma va malakani shakllantirishdir.

Fanning vazifasi - talabalarga mazkur fan xususiyatlari doirasida O'zbekiston Respublikasi Prezidenti va hukumati asarlari, materiallari, xulosalarini puxta o'zlashtirishlarini ta'minlashdan, sanoat korxonasining boshqaruv tuzilishini, ishlab chiqarishni tashkil etish, ishlab chiqarish samaradorligi ko'rsatkichlarini hisoblash usullarini o'rgatish, boshqaruv qarorlarini qabul qilish va uni takomillashtirish yo'llarini o'rgatishdan iborat.

Mutaxassis har tomonlama rivojlangan, iqtisodiy savodxon, qobiliyatli bo'lishi bilan tarmoq korxonalarining rivojlanishida hamda soha kichik mutaxassislari tayyorlashda, fan bo'yicha bitiruvchilarga qo'yiladigan talablarni, bozor iqtisodiyotiga o'tish sharoitida korxonalarni boshqarish xususiyatlari rivojlanishining tendentsiyalarini, boshqarishning huquqiy-me'yoriy asoslarini, korxonalarni moliyalashtirish xususiyatlarini, iqtisodiy islohotlarning asosiy yo'nalishlarini, integratsiya jarayonlarini bilishi hamda ixtisoslik fanlarini o'qitish metodikasi bo'yicha ko'nikmalarga ega bo'lishi zarur.

Ushbu maqsadga erishish uchun fan talabalarini nazariy bilimlar, amaliy ko'nikmalarga dunyoqarashini shakllantirish vazifalarini bajaradi.

Fan bo'yicha talabalarning bilim, ko'nikma va malakalariga quyidagi talablar qo'yiladi. Talaba:

- sanoat korxonalari O'zbekiston iqtisodiyotini rivojlantirishning asosiy ustuvor yo'nalishi ekanligi, soha rivojining bugungi ahvoli, soha mehnat resurslariga bo'lgan talablarni bashorat qilish haqida tasavvurga ega bo'lishi;
- korxonani moddiy-texnik ta'minotini tashkil qilish va rejalashtirishni, integratsion jarayonlarning ta'sirini, talab va taklifning qayishqoqligini, raqobatli bozorlarning samaradorligini, narxni tashkil qilish siyosatini, asosiy va aylanma vositalarni, investitsiyalarni jalb qilishni, innovatsiya jarayonlarining xususiyatlarini, korxonani boshqarish asoslarini, xodimlarni shakllantirish jarayonini, korxonaning hayot siklini bilishi va ulardan foydalana olishi;
- talab va taklif nazariasidan foydalanish, biznes-rejani ishlab chiqish ko'nikmalariga ega bo'lishi kerak.

I BOB. XO'JALIK AMALIYOTI VA ZAMONAVIY FAN TIZIMIDA SANOAT KORXONALARI

1.1-MAVZU. SANOAT KORXONALARI VA ULARNING IQTISODIYOTNI MODERNIZASIYA QILISHDAGI AHAMIYATI VA ROLI

1. Sohaning umumiy holati va tavsiflanishi
2. Sanoat korxonalarining tavsifi
3. Bozor sharoitida sanoat korxonalarining maqsadi va vazifasi
4. Sanoat korxonalarining klassifikatsiyasi

1. Sohaning umumiy holati va tavsiflanishi

Mineral-xomashyo resurslari har bir mamlakatning eng muhim boylik manbaidir. Undan olinayotgan mahsulotlar insonning turli ehtiyojini qondiradi. Mineral-xomashyodan turli metallar, yoqilg'i, qurilish materiallari, ximikatlar, qishloq xo'jaligi uchun o'g'itlar ishlab chiqarishda foydalaniladi.

Hozirgi kunga kelib insoniyat foydalanadigan mineral va tog' jinslarining umumiy soni 3500 dan ortib ketdi va har yili 120 milliard tonnadan ortiq foydali qazilmalar va turli tog' jinslari ishlatilmoqda.

Mineral resurslari mehnat predmeti sifatida tovarlar ishlab chiqarishda foydalaniladi, ishlab chiqarishni rivojlantirishning moddiy asosi va faol usuri bo'lib xizmat qiladi. Fan-texnika taraqqiyoti, mehnat vositalarini takomillashtirish bilan mineral resurslarning ishlab chiqarish kuchlarini rivojlantirish va joylashtirish, ishlab chiqarishni ixtisoslashtirish va yiriklashtirishning muhim omili sifatida ahamiyati oshib boradi.

Barcha mineral resurslarni bir qancha belgilariga qarab quyidagicha tasniflash mumkin. Masalan, sanoat-tarmoq ishlatilishiga qarab bir qancha guruhlariga ajratish mumkin. Bular yoqilg'i energetika xom ashyosi, qora va rangli, nodir, kam uchraydigan metallarga, agrokimyoviy xom-ashyo, texnik va olovga bardosh xom-ashyo, qurilish mollar, qimmatbaho toshlar, suvosti suvi va mineral moddalar kabilarga.

Yoqilg'i energetika xom-ashyolariga neft, tabiiy gaz, qo'ng'ir va tosh ko'mirlar, yonuvchi slanets, uran va toriy kiradi. Bular ko'pchilik transport vositalari, atom elektr stansiyalarining asosiy energiya manbai hisoblanadi. Uran va toriydan tashqari barchasi kimyoviy sanoatda qo'llaniladi.

Foydali qazilma - ishlab chiqarish kuchlarini rivojlantirishning hozirgi darajasida sanoatda foydalanish uchun yaroqli bo'lgan yer qobig'idagi tabiiy mineral moddalardir. Ular yer ostidan qazib olmgandan keyin mineral xomashyo ko'rinishiga ega bo'ladi. Shunday qilib, yer qa'ridan qazib olingan, xalq xo'jaligi

ahamiyatiga ega bo'lgan foydali qazilmalar mineral xomashyo deyiladi. Mamlakatda muayyan muddatda qidirilgan, aniqlangan, baholangan hamda prognoz qilingan foydali qazilmalar esa mineral resurslar deb ataladi.

Mineral resurslarni sanoat yo'sinida o'zlashtirish ularni baholashga (ilmiy-tadqiqot, izlash va geologik qidiruv ishlari) va hajmiga, sanoatning o'ziga xos xususiyatlariga va jamiyatning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga, xo'jalik mineral-xomashyo sektorining mamlakat iqtisodiyotidagi roli bilan belgilanadi hamda qazib chiqarish, boyitish va qayta ishlashni o'z ichiga oladi. Mineral resurslarning qaytadan tiklanmasligi, ulardan oqilona foydalanish zarurati, qazib chiqarish, qayta ishlash va tashishda ncs-nobud bo'lishini qisqartirish, shuningdek ikkilamchi xomashyo sifatida ishlatish va mineral resurslardan foydalanishda ekologik iqtisodiy yondoshuvga rioya qilish lozimligi bilan izohlanadi.

Mineral-xomashyo resurslariga bo'lgan ehtiyoj iste'mol mahsulotlari ishlab chiqarishga nisbatan jadal ortib bormoqda. Bu asosan ishlab chiqarishni rivojlantirish va takomillashtirish, uning enyergetik va texnikaviy qurollanganlik darajasini oshirish uchun ko'p miqdorda tabiiy resurslar zarurligi bilan izohlanadi. Mineral-xomashyo resurslari rolining ortib borishi ularga nisbatan ehtiyojning o'sishi bilangina emas, balki ularning o'ziga xos xususiyatlari va mehnat unumdorligiga ta'siri bilan shartlanadi. Bundan tashqari, ishlab chiqarishni rivojlantirish sur'atlari va darajasi ko'p jihatdan foydali qazilmalardan foydalanish samadorligi ko'lamlari va darajasiga bog'liqdir.

Asosiy yoqilg'i-energetika resurslari neft, gaz, ko'mir va elektroenergiya hisoblanadi. Neft o'ta muhim yonilg'i-energiya manbai bo'lib, benzin, kerosin yonilg'isi, mazut, moylash materiallari va bitumlar olishda asosiy xom ashyo sifatida ishlatiladi. Hozirgi kunda jahon miqyosida neft qazib olish yiliga 3,8 mlrd. tonnani yoki 30 mlrd. barrelni tashkil etadi. Hozirgi iste'mol darajasi saqlanib qoladigan bo'lsa, unda aniqlangan neft zaxiralari 40 yilga, hali aniqlanmagan zaxiralar 10-50 yilga yetadi. Oxirgi 40 yil ichida neftdan foydalanish 20 mlrd. dan 30 mlrd. barrelgacha o'sdi.

O'zbekistonda neft zahirasi 5 mlrd tonnani tashkil etadi. Yiliga 3,5 mln tonna neft qazib olinadi. O'zbekistondagi "O'zbekneftgaz" kompaniyasi dunyo bo'yicha gazni qazib olish bo'yicha 11-o'rinda turadi. Dunyoda neft qazib olish bo'yicha 48-o'rinni egallaydi. Kuniga 104 ming tonna, yiliga esa 5 mln tonna neft qazib oladi.

So'nggi yillarda O'zbekistonda ham qator neft-gaz konlari topildi. Farg'ona viloyati hududida yirik konlardan Shimoliy So'x, Andijon viloyatida Janubiy Olamushuk, Polvontosh, Chung'ara, Chimyon, Sho'rsuvni ko'rsatish mumkin. Farg'ona vodiysidagi konlarda, asosan, neft uchraydi. Ular bir necha o'n yillardan beri xizmat qilib kelmoqda. Namangan viloyatida Mingbuloq konining ochilishi

muhim ahamiyatga ega bo'ldi. Farg'ona nefti asosan yengil, oltingugurti kam, parafini ko'proq. Janubda neft konlari Surxondaryo viloyatida joylashgan.

Neft konlarining katta zahiralari Ustyurtda topilgan. Bulardan tashqari neft-gaz kondensat konlari Muborak, Sho'rtan, O'rtabuloqda joylashgan. Buxoro viloyatidagi Ko'kdumaloq koni ayniqsa beqiyosdir.

O'zbekistonda gazning aniqlangan zahiralari 2 trillion kubometrni, ko'mirniki 2 milliard tonnadan ziyodroq tashkil etadi. Mamlakatda topilgan konlarning zahiralari nafaqat ichki ehtiyojlarni to'la qondirishga qodir, balki energiya manbalarini tashqariga eksport qilish imkonini ham beradi.

Neft va gazga boy beshta mintaqa aniqlangan: Ustyurt, Buxoro-Xiva, Janubi-g'arbiy Hisor, Surxondaryo va Farg'ona. Gazning hozirgi aniqlangan zahiralari mamlakat ehtiyojlarini 35, neftniki 30 yil mobaynida qoplashga yetadi. Ammo O'zbekistonda gaz va neft zahiralari izlab topish darajasi hozir 30-32 foizdan oshmaydi. Gaz qazib olish sanoati va uni ishlab chiqarishning rivojlanishi, tabiiy gaz va gaz kondensatini qayta ishlash istiqbolidir. Gazning tarkibida etan, propan va butan bo'lib, ulardan polimer materiallari olinadi. Sho'rtan gaz-kimyoy majmuidan olinayotgan propandan kelgusida nitron tolasi ishlab chiqarish mumkin.

2. Sanoat korxonalarining tavsifi

Sanoat - bu ijtimoiy-iqtisodiy kategoriyadir. Demak, sanoat ob'ektiv reallik (borliq)ning in'ikosi va yuksak umumlashmasidir. Uning alohida tarmoq, ya'ni ijtimoiy ishlab chiqarishning alohida sohasi bo'lib yuzaga kelishi ishlab chiqarish kuchlari va ijtimoiy mehnat taqsimotining rivoji bilan tarixiy jihatdan bog'liqdir. O'zbekiston sanoati ham o'z taraqqiyoti jarayonida bir qator bosqichlarni bosib o'tgan. Eng avvalo, uy sanoati, so'ngra, hunarmandchilik, ya'ni xonaki sanoat, kooperatsiya, manufaktura, fabrika kabi shakllari yuzaga kelgan. Bu erda hunarmandchilikning juda ko'p turlari, ya'ni kulolchilik, duradgorchilik, toshlaroshlik, binokorlik, o'ymakorlik, kashtado'zlik, ko'ncilik, to'quvchilik va tikuvchilik, temirchilik, misgarlik va zargarlik, degrezlik, rixtagarlik, zardo'zlik, bo'yoqchilik, tunukaso'zlik va boshqalar keng tarqalgan.

Sanoat - moddiy ishlab chiqarishning eng yirik yetakchi tarmog'i bo'lib, unda mehnat qurollari (vositalari), mehnat buyumlari va xalq iste'mol tovarlarining ko'pchilik qismi yaratiladi. Unda mashina va mexanizmlarning barcha turlari, bino va inshootlarning konstruktiv elementlari ishlab chiqariladi, yer osti boyliklarini qazib olish amalga oshiriladi, mineral, o'simlik va hayvon xomashyosiga ishlov beriladi hamda keng iste'mol mollari tayyorlanadi.

Barcha mamlakatlarning siyosiy, iqtisodiy va tashkiliy intilishlari, ularning xo'jalik jihatdan hamkorligi sanoat sohasida ham o'z ifodasini topadi.

Davlatlarning tabiiy, mehnat resurslaridan, ilm-fan va texnikaning barcha yutuqlaridan foydalanish imkoniyatlarining kengayishida sanoatning ahamiyati salmoqlidir.

Sanoat uchun uzluksiz fan-texnika taraqqiyoti va ishlab chiqarish ilm-fan yutuqlari bilan qurollanishining o'sishi xarakterlidir. Unda elektrlashtirish va elektronizatsiyalash, ishlab chiqarishni kompleks mexanizatsiyalash, avtomatlashtirish va ximiyalashtirish sohasidagi ilg'or yutuqlardan keng foydalaniladi va ularning yutuqlarini tinchlik maqsadida qo'llaydi.

Sanoat, ayniqsa uning ustuvor sohalari butun ishlab chiqarishni globalashtirish muammolarini hal etishning kalitidir. Sanoat moddiy ishlab chiqarishni bosh tarmog'i, iqtisodiyotning poydevoridir. Milliy iqtisodiyotning barcha tarmoqlarini qayta qurishga qodir bo'lgan yirik mashinalashgan sanoatgina mustaqillikning birdan bir moddiy negizi bo'lishi mumkin.

Mamlakat aholisining ish bilan bandligini oshirishda sanoatning o'rnini beqiyosdir. Shuni ta'kidlash kerakki, respublika sanoatining jadal sur'atlar bilan ta'minlanishi yanada yaxshilanib, mehnatga layoqatli aholining ijtimoiy foydali mehnat bilan mashg'ul bo'lishi, ya'ni bandlik darajasi anchagina yuksaladi. Jamiyatning yetakchi, bunyodkor, qudratli kuchi bo'lgan kadrlar (xodimlar)ning asosiy qismi sanoatda xizmat qiladi. Bu tarmoqning yanada ulkan rivoji sanoat kadrlari sonining oshishiga va ularning jamiyatdagi mavqeini ko'tarishga olib keladi.

Sanoat tabiatda uchraydigan moddiy boyliklarni qazib chiqarish va tayyorlashni, ularni va qishloq xo'jaligida yetishtirilgan mahsulotlarni qayta ishlashni o'z ichiga qamrab oladi. Sanoat barcha real sektor tarmoqlari uchun ishlab chiqarish kuchlarining asosiy elementlaridan biri hisoblangan jamiyatning tabiat ustidan hukmronligini birmuncha orttiradigan, texnika taraqqiyotini belgilaydigan, inson mehnatining unumdorligini oshirishga imkon beradigan, mehnat va ishlab chiqarish qurollarini yaratadigan sohadir.

O'zbekiston Respublikasining mustaqillikka erishishi milliy iqtisodiyotimizda miqdor va sifat o'zgarishlariga sabab bo'ldi. Bugungi kunda mamlakatimiz iqtisodiyoti jamiyatni demokratiyalashtirish, iqtisodiyot salohiyatlarini mustahkamlash va mamlakatni rivojlangan davlatlar qatoriga kiritishga yo'naltirilgan, bozor munosabatlariga o'tishning mamlakatimiz uchun maxsus ishlab chiqilgan modeli asosida rivojlanib bormoqda. Bu model xo'jalik faoliyati yurituvchi sub'ektlarning erkinligi, xususiyl mulkchilik va tadbirkorlikni himoya qiluvchi zaruriy qonun hujjatlari bilan belgilab berilgan.

Neft-gaz sanoati mamlakatimiz iqtisodiyotida muhim o'rin egallaydi. Ushbu soha nafaqat energiya manbai, balki ko'plab tarmoqlar uchun zarur bo'lgan

polimerlar, organik kimyoviy moddalar hamda azotli mineral o'g'itlarni ishlab chiqarishda asosiy xomashyo bazasi hisoblanadi.

Keyingi yillarda sohada amalga oshirilgan ishlar natijasida gaz qazib chiqarish hajmi 10 foizga ortdi, aholiga 15 foizga ko'p tabiiy gaz va 1,6 barobarga ko'p suyultirilgan gaz yetkazib berildi. Neftni qayta ishlash zavodlarida qo'shimcha 204 ming tonna neft mahsulotlari ishlab chiqarilib, ichki bozorda benzin, dizel yoqilg'isiga bo'lgan talab qondirib kelinmoqda.

Ushbu sohada erishilgan yutuqlar bilan birgalikda bir qator muammolar ham aniqlangan. Uglevodorodlar zaxirasini ko'paytirish bo'yicha aniq choralar ko'rilmasa, yaqin 10-15 yilda mavjud zaxira 2 barobarga kamayadi. Shu sababli "O'zbekneftgaz" jamiyati oldiga geologiya-qidiruv ishlari va qazib olish hajmini oshirish, konlarni modernizatsiya qilish va yangilarini ochish, neft-gaz xomashyosini chuqur qayta ishlash, investisiyalarni ko'paytirish bo'yicha qator topshiriqlar qo'yildi. Jahon tajribasi asosida bu ishlarga investorlarni kengroq jalb qilish, davlat va investorlar manfaatini himoya qilishni ta'minlaydigan yangi mexanizmlar ishlab chiqish vazifasi qo'yildi.

Bugungi kunda tabiiy gazning atigi 2 foizi chuqur qayta ishlanib, yuqori qo'shilgan qiymatli mahsulotlar olinayotgan bo'lsa, kelgusi 10 yilda bu ko'rsatkichni 7 barobar oshirish imkoniyati bor. Shuning uchun "O'zbekneftgaz" jamiyati neft va gaz kimyo yo'nalishiga ustuvor ahamiyat qaratishi zarur.

Jumladan, aromatik uglevodorodlar (benzol, toluol, ksilol), metanoldan olefin olish texnologiyasi asosida yangi mahsulotlar – polistirol, polietilenterefalat va sintetik kauchuklar ishlab chiqarish, polietilen va polipropilen ishlab chiqarishni ko'paytirish imkoni mavjud. Ushbu loyihalarni amalga oshirishga 9 milliard dollar atrofida mablag'lar jalb qilinishi lozim.

Iqtisodiyotning rivojlanishi uchun talab qilinuvchi ushbu vazifalarning amalga oshirilishida korxonalarga katta rol ajratilib, ular iqtisodiyotning asosiy ishlab chiqarish bo'g'ini bo'lish bilan birga mahsulot ishlab chiqarish, aholiga xizmat ko'rsatish tufayli iste'molchilarning talablarini ham qondiradilar.

***Korxona** - huquqiy shaxs maqomiga ega, mustaqil ravishda xo'jalik faoliyati yurituvchi sub'ekt bo'lib, o'ziga tegishli bo'lgan mol-mulkidan foydalanish asosida iste'molchilar (xaridorlar) talabini qondirish va daromad (foйда) olish maqsadida mahsulot (ish, xizmat) ishlab chiqaradi va sotadi yoki ayirboshlaydi.*

2017 yil 7 fevralda davlatimiz rahbarining O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha **"Harakatlar strategiyasi to'g'risida"**gi Farmoni e'lon qilindi. Mazkur hujjatda mamlakatimizni 2017-2021 yillarda rivojlantirish bo'yicha beshta ustuvor yo'nalish aniq belgilab berilgan. Prezidentimiz SHavkat Mirziyoev tashabbusi bilan ishlab chiqilgan Harakatlar strategiyasi doirasida

amalga oshirilishi ko'zda tutilayotgan barcha vazifalar mamlakatni kompleks rivojlantirish borasida ishlarni sifat jihatdan yuqori bosqichga ko'tardi.

"Iqtisodiyotni yanada rivojlantirish va liberallashtirish" deb nomlangan uchinchi yo'nalish doirasida bajariladigan ishlar hajmi juda keng. Bu yo'nalishda iqtisodiyotni kompleks rivojlantirish, xususan, tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash, xorijiy investorlar uchun investitsiyaviy jozibadorlikni oshirish, soliq ma'murchiligini yaxshilash, bank faoliyatini tartibga solishning zamonaviy prinsiplari va 649 ta investitsiya loyihasini nazarda tutuvchi tarmoq dasturlarini ro'yobga chiqarish rejalashtirilgan. Natijada keyingi besh yilda sanoat mahsulotini ishlab chiqarish 1,5 baravar, uning ichki ulushi 33,6 foizdan 36 foizgacha, qayta ishlash tarmog'i ulushi 80 foizdan 85 foizgacha oshadi.

Harakatlar strategiyasi doirasida O'zbekiston Respublikasida sanoatni rivojlantirish va uning yangi tarmoqlarini taraqqiy ettirish borasida katta ishlar qilinmoqda. 2018 yil yakunlariga ko'ra respublika korxonalari tomonidan 144,2 trln.so'mlik sanoat mahsulotlari ishlab chiqarilgan bo'lib, o'tgan yilning tegishli davriga nisbatan o'sish sur'ati 107,0 % ni tashkil etdi. Jami sanoat ishlab chiqarish hajmi o'sishining asosiy omili bo'lib, qayta ishlash sanoatida ishlab chiqarish hajmining 6,4 % ga (jami sanoat ishlab chiqarish hajmi o'sishiga qo'shgan hissasi 5,2 punkt), tog'-kon sanoati va ochiq konlarni ishlashning - 12,9 % ga (o'sishga qo'shgan hissasi 1,3 punkt), elektr, gaz, bug' bilan ta'minlash va havoni konditsiyalashning 4,9 % ga (o'sishga qo'shgan hissasi 0,4 punkt) va suv bilan ta'minlash, kanalizatsiya tizimi, chiqindilarni utilitatsiya qilishning - 13,5 % ga (o'sishga qo'shgan hissasi 0,1 punkt) o'sishi hisoblanadi.

Sanoat ishlab chiqarish hajmi 144,2 trln.so'mni, o'sish 7,0 %ni tashkil etdi.

Iste'mol tovarlari ishlab chiqarishning o'sish sur'ati - 102,7 %

Iste'mol tovarlarning jami sanoat ishlab chiqarish hajmidagi ulushi - 38,9 %

Sanoatda kichik biznesning ulushi - 39,6 %

Sanoatning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi - 26,7 %

Har bir mamlakatning sanoat quvvati hamda fan-texnika taraqqiyoti va iqtisodiyotni modernizatsiyalash ko'rsatkichlarini birinchi o'rinda yirik korxonalar belgilab beradi. Shu sababli "kichik" iqtisodiyotni rivojlantirish, ya'ni kichik korxona hamda mikrofirmalarga keng yo'l ochib berishda yirik korxonalarning o'rnini va rolini unutmaslik darkor. Chunki bu korxonalarda ishlovchi xodimlar soni katta bo'lishdan tashqari, fan-texnika yutuqlarini hayotga tatbiq etish, yuqori sifatli mahsulot ishlab chiqarish, mehnatni rag'batlantirish hamda do'stona, sherikchilik aloqalarini (jumladan, xorijiy korxona va firmalar bilan) rivojlantirishga keng imkoniyatlar mavjud. Shu sababli yirik va kichik korxonalarning optimalligi umumiy ishlab chiqarish talablari va milliy iqtisodiyotning rivojlanish istiqbollari kelib chiqqan holda fan va xo'jalik amaliyotining eng muhim

vazifasi hisoblanadi. Bu vazifani iqtisodiyotning har bir tarmog'i va sohasida hal qilishning yo'llari o'xshash bo'lmasligi yoki bir xil tavsifga ega bo'lmasligi mumkin. Har bir alohida yuzaga kelgan iqtisodiy holatda mavjud sharoitlar va rivojlanish afzalliklariga mos holda harakat qilish zarur.

Korxonalar faoliyati milliy iqtisodiyot va uning tarmoqlariga to'g'ridan-to'g'ri ta'sir ko'rsatadi. Korxonalar qanchalik yaxshi, samarali va rentabelli ishlasa, butun iqtisodiyotning, jumladan, ularning o'zlarining ham ko'rsatkichlari yuqori bo'ladi. Bozor iqtisodiyoti korxonalar faoliyatini erkinlashtiradi, ularning mustaqilligini mustahkamlaydi hamda ishlab chiqarishni tashkil etish va rentabellikning yuqori ko'rsatkichlariga erishishga keng imkoniyatlar yaratadi, deb hisoblanadi. Balki haqiqatdan ham shundaydir. Biroq korxona, ayniqsa, davlatga tegishli bo'lgan korxona qanday ishlashi, uning jamiyatga keltiruvchi foydasi, rentabellik darajasi, xodimlarning bandligi qanday bo'lishi faqat korxonalarnigina emas, davlatning ham ko'z oldida bo'lishi zarur. Xuddi shuning uchun ham davlat korxonalarga katta imkoniyatlar yaratib berish bilan birga ularni belgilangan tartibda nazorat qilib ham boradi. Davlat korxonalar "taqdiriga", ularning ishlab chiqarish faoliyati yakuniy natijalariga befarq qarab tura olmaydi. Bankrotga uchragan korxonalar, zarar keltiruvchi ishlab chiqarish, iqtisodiy nochorlik - bularning barchasi korxona jamoasi uchun ham, davlat uchun ham og'ir yuk hisoblanadi.

Jahon tajribasi shuni ko'rsatadiki, bozor iqtisodiyoti sharoitlarida barcha korxonalar ham raqobatchilikni yengib, samarali ishlab keta olmaydi hamda daromad yoki foyda ololmaydi. Natijada minglab korxonalar tashkil qilinib, xo'jalik faoliyati doirasiga qo'shiladi va deyarli shunchasi turli sabablarga ko'ra tugatiladi. Shu sababli bankrotlik, korxonalarning tugatilishi bozor iqtisodiyot sharoitlarida odatiy hol bo'lib, bu ahvolga tushib qolishdan ehtiyot bo'lish kerak bo'lsada, lekin bundan fojea ham yasash kerak emas.

Xalq orasida "Kambag'al va kasal bo'lgandan ko'ra boy va sog'lom bo'lgan afzal" degan gap bor. Shu gapga amal qiladigan bo'lsak, yaxshisi korxonani bankrot bo'lishga olib kelmaslik, uning iqtisodiy mustaqilligi, mehnat qobiliyati va daromadligini ta'minlash uchun barcha zarur choralarni qo'llash zarur. Korxonaning mehnat qobiliyati va daromadligi milliy iqtisodiyotga qo'shiladigan hissa bo'lishdan tashqari respublikamizda tobora ko'payib borayotgan aholini ish bilan ta'minlashda ham ahamiyat kasb etishini unutmaslik muhim. Ko'rinib turibdiki, istalgan korxonaning milliy iqtisodiyotdagi o'rni va ahamiyati ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar, olinadigan foyda yoki daromad miqdoridan tashqari bu korxonaning aholini ish bilan ta'minlashdagi ishtirokiga ham bog'liq bo'ladi. Aholini ish bilan ta'minlar ekan, korxonalar o'zlarining bevosita ishlab chiqarish

vazifalarini bajarishdan tashqari ishsizlikning kamayishiga, demak, to'g'ri, mehnat faolligining ortishi va ijtimoiy ahvolning yaxshilanishiga ham sababchi bo'ladi.

Bu yerda hamma narsa faqat korxonaning o'ziga bog'liq emasligi ko'rinib turibdi, albatta. Chunki korxona o'z faoliyatini amalga oshirish jarayonida xomashyo, material, asbob-uskuna va boshqa ishlab chiqarish vositalari etkazib beruvchi yoki mahsulot iste'molchilari sifatida harakat qiluvchi boshqa korxonalar bilan o'zaro aloqaga kirishadi. Bu munosabatlarda har bir kamchilik va nuqsonlar, jumladan, xomashyo, material va asbob-uskunalarni vaqtida yetkazib bermaslik, o'z vaqtida haq to'lamaslik, qarzlarni to'lash muddatlarining o'tkazib yuborilishi va boshqa xo'jalik yuritish qoidalarini va majburiyatlarining buzilishi korxona iqtisodiy ahvolining yomonlashishiga, uning nochorlikka uchrashiga olib keladi. Shu sababli korxonalar faoliyatini samarali va yuqori rentabelli darajada amalga oshirish zaruriyati, barcha korxonalar ishlab chiqarishni kerakli tarzda tashkil qilish hamda o'z hamkorlari va davlat oldidagi majburiyatlarni qat'iy tarzda bajarish intizomi bilan uzviy bog'liqdir.

O'zbekistonda ko'plab ishlab chiqarish korxonalari faoliyat ko'rsatayotgan bo'lib, ular iqtisodiyotning deyarli barcha tarmoqlarini – og'ir sanoatdan yengil sanoatgacha, qishloq xo'jalik mahsulotlarini qayta ishlashdan ilmiy ishlab chiqarishgacha qamrab olgan. Ayni paytda respublikada 49 mingdan ortiq sanoat korxonalari faoliyat yuritayotgan bo'lib, shu jumladan 10,2 mingta korxona 2017 yil yanvar– dekabr oylarida tashkil etilgan bo'lib, ulardan: Toshkent shahriga 2,6 mingta korxona, Farg'ona viloyatiga 1144 ta korxona, Toshkent viloyatiga 1057 ta korxona, Samarqand viloyatiga - 895 ta, Namangan va Andijon viloyatlariga 800 tadan ortiq korxona, Buxoro viloyatiga 500 taga yaqin korxona, Jizzax va Qashqadaryo viloyatlariga 400 tadan ortiq korxona, Qoraqalpog'iston Respublikasi, Surxondaryo va Xorazm viloyatlariga 300 tadan ortiq korxona, Navoiy va Sirdaryo viloyatlariga 200 tadan ortiq korxona to'g'ri keladi.

Ular o'z faoliyatida ishlab chiqarishning barcha omillaridan - yer, tabiiy va mehnat resurslari, texnika va texnologiyalar, investitsiyalar, hozirgi zamon fani tomonidan ishlab chiqarishning asosi yoki mamlakatning milliy boyligi deb ataluvchi zamonaviy axborot tizimidan foydalanadi. Ma'lumki, boylik yoki salohiyat bir nechta avlod va butun jamiyatning xatti-harakatlari evaziga yaratiladi. Korxonalarning vazifasi ushbu boylikni asrab-avaylash va undan samarali foydalanishda ifodalanadi. Xo'jalik yuritishning mazkur tamoyillaridan bir oz bo'lsada chetga chiqish jamoatchilik ishlab chiqarishi samaradorligining pasayishiga, xo'jasizlik va isrofchilikka olib keladi. Korxonalar ham bundan mustasno emas.

3. Bozor sharoitida sanoat korxonalarining maqsadi va vazifasi

Zamonaviy korxona-mustaqil xo'jalik yurituvchi sub'ekt bo'lib, ularning ishlab chiqarish vositalari va boshqa mulklari rejali iqtisodiyot sharoitlaridagidek davlatning o'zigagina tegishli bo'lmaydi. Shu sababli korxonalar mulkchilik shakliga ko'ra, davlat va nodavlat, tarmoq belgilariga ko'ra, mashinasozlik, energetika, metallurgiya, neft va gaz sanoati, qurilish majmuaviyi, oziq-ovqat, yengil sanoat, savdo va hokazolar, ishlab chiqarish miqyosi va xodimlar soniga ko'ra, yirik, o'rta va kichik, faoliyat yuritish muddatiga ko'ra, uzluksiz, mavsumiy va uzlukli korxonalarga bo'linadi.

Biroq ushbu belgilardan qat'inazar, deyarli har bir korxona Nizom asosida faoliyat yuritadi. Nizomda korxonaning nomi, manzilgohi, yuqori turuvchi idorasi va bu idoraning nomi, Nizom jamg'armasi, bank muassasalaridagi rekvizitlari, korxona rahbariyatining lavozimlari, rahbar shaxslarning majburiyatlari, tuzilmaviy bo'linmalar ro'yxati, hisobot tartibi va hokazolar ko'rsatilgan bo'ladi.

Agar Nizomda korxonaning tashkiliy-huquqiy vazifalari belgilangan bo'lsa, uning ishlab chiqarish va iqtisodiy faoliyati tarkibiga asosiy va aylanma fondlar, pul mablag'lari va boshqa aktivlar kiruvchi Nizom jamg'armasiga tayanadi. Nizom jamg'armasi qonunga asosan korxonani tashkil qilish jarayonida ta'sischilar – davlat, huquqiy va jismoniy shaxslar tomonidan shakllantiriladi. Korxona rivojlanishi va ishlab chiqarishning kengayib borishi, daromad hajmi va boshqa moliyaviy tushumlarning ortishi natijasida Nizom jamg'armasi ko'paytirilishi mumkin. Umuman olganda, Nizom jamg'armasi korxonaning iqtisodiy barqarorligi va moliyaviy jihatdan baquvvatligini aks ettiradi.

Korxonani turli jihatlariga ko'ra tavsiflash mumkin:

ishlab-chiqarish va texnika munosabatlarida korxona – ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar hajmi va turlari, ularni tayyorlash texnologiyasiga miqdor va sifat jihatidan mos keluvchi mashinalar tizimi;

ijtimoiy munosabatlarda korxona – turli kategoriyadagi xodimlar o'rtasida ularning huquq va majburiyatlari asosida yuzaga keluvchi munosabatlar ;

tashkiliy-huquqiy munosabatlarda korxona huquqiy shaxs sifatida faoliyat yuritadi;

moliyaviy-iqtisodiy munosabatlarda korxona – tarmoqning mustaqil bo'g'ini bo'lib, o'z-o'zini moliya bilan ta'minlash, o'z-o'zini boshqarish, ya'ni bozor munosabatlari tamoyillarida faoliyat yuritadi.

Amaldagi qonunchilikka asosan korxona davlat ro'yxatidan o'tganidan keyingina huquqiy shaxs sifatida tan olinadi. Davlat ro'yxatidan o'tish uchun birinchi o'rinda quyidagi hujjatlar ahamiyatga ega bo'ladi: ta'sischining arizasi;

korxonaning Nizomi; korxonani tashkil qilish haqida qaror yoki ta'sischi shartnomasi; davlat bojini to'laganlik haqida kvitansiya va boshqalar.

Korxona o'ziga xos bo'lgan ma'lum belgilarga ega:

birinchidan, korxona o'ziga tegishli va xo'jalik boshqaruvidagi xususiy mulkka ega bo'lib, ushbu mulk uning faoliyatini moddiy-texnikaviy imkoniyatlarini, iqtisodiy mustaqilligini va ishonchligini ta'minlaydi;

ikkinchidan, korxona kreditorlar, jumladan, davlat bilan o'zaro munosabatlardagi majburiyatlar yuzasidan o'z mulki bilan javob berish xususiyatiga ega bo'ladi;

uchinchidan, korxona xo'jalik aylanmasida o'z nomidan harakat qilishi mumkin, ya'ni qonunga asosan xo'jalik faoliyati yurituvchi hamkorlar, mahsulot (ish, xizmat) iste'molchilari, xomashyo va asbob-uskuna etkazib beruvchilar hamda boshqa huquqiy va jismoniy shaxslar bilan shartnoma tuzish huquqiga ega;

to'rtinchidan, korxona qonunchilikka asosan sudda da'vogar va javobgar sifatida qatnashish huquqiga ega;

beshinchidan, korxona mustaqil balans yoki smetaga ega bo'lib, ishlab chiqarish va mahsulot savdosi xarajatlarini hisobga olib boradi hamda davlat idoralari tomonidan belgilangan tartibda o'z vaqtida hisobotlarni taqdim etadi;

oltinchidan, korxona o'z nomiga ega bo'lib, unda korxonaning tashkiliy-huquqiy shakli o'z aksini topadi.

Har bir korxonaning faoliyati ishlab chiqarish, qayta ishlab chiqarish va muomala jarayonlaridan iborat bo'ladi. Korxonaning ishlab chiqarish sohasidagi faoliyati - yangi mahsulotni ishlab chiqarishga tayyorlash va ishlab chiqarishni tashkillashtirishda namoyon bo'ladi. qayta ishlab chiqarish sohasidagi faoliyat - ishchi kuchini yollash, kadrlar tayyorlash va ularning malakasini oshirish, ishlab chiqarish vositalarini yangilash va kengaytirish jarayonlarida aks etadi. Muomala sohasidagi faoliyat esa ishlab chiqarishning moddiy-texnika ta'minotini tashkillashtirish, mahsulot (ish, xizmat)larni sotish va foydalanilgan ishlab chiqarish vositalarining daromad shaklida qaytib kelishida ko'zga ko'rinadi.

Korxonalarni ijtimoiy-iqtisodiy tizim sifatida tadqiq etishda uni tashkil qiluvchi ikkita tarkibiy qism - tizimning o'zi(korxona) va ushbu tizim faoliyat yurituvchi tashqi muhitni ko'rib chiqish lozim. Korxonaning ichki muhiti ishlab chiqarish vositalari, pul mablag'lari, axborotlar va inson resurslaridan tashkil topadi.

Ichki muhitning o'zaro aloqalari natijasida tayyor mahsulot paydo bo'ladi, ishlar bajariladi va xizmat ko'rsatiladi, ya'ni to'g'ri yo'lga qo'yilgan ishlab chiqarish va mehnatga haq to'lash faoliyati yuzaga keladi.

Korxonalarning tashqi muhit bilan aloqasi ularning tashqi tizimga chiqishida ro'y berib (resurslarni jalb qilish, ularning qiymatini aniqlash, xomashyo, material

va yoqilg'ining o'z vaqtida etkazib turilishi va hokazo), tashqi muhitga ishlab chiqarilgan tovar va xizmatlar oqimi yordamida ta'sir ko'rsatish jarayonida namoyon bo'ladi.

Korxonalar faoliyati samaradorligini aniqlab beruvchi tashqi muhit – bu, birinchi o'rinda mahsulot iste'molchilari, xomashyo va boshqa material etkazib beruvchilar, shuningdek davlat idoralari hamda korxonaga yaqin joyda yashovchi aholi hisoblanadi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitlarida korxonalar faoliyatining asosiy yo'nalishlari quyidagilar hisoblanadi:

bozor va uning rivojlanish istiqbollarini majmuaviy ravishda o'rganish yordamida, xaridorlarning mahsulot va xizmat turlariga mavjud va yuzaga kelishi mumkin bo'lgan talablarini aniqlash;

mahsulotning yangi modellari va namunalarini yaratish bo'yicha ilmiy-tadqiqot faoliyatini tashkil qilish;

xaridorlar talablariga mos keluvchi tovarlarni ishlab chiqarish;

ishlab chiqarishni rejalashtirish, dasturlash, muvofiqlashtirish va moliyalashtirish;

mahsulotni taqsimlash va sotish tizimini tashkil qilish va uni mukammallashtirish;

korxoning barcha faoliyatini, jumladan, ishlab chiqarish, sotish, reklama, texnik xizmat ko'rsatish va hokazolarni boshqarish.

Albatta, zamonaviy korxonalarning ko'p qirrali faoliyati yuqorida sanab o'tilgan yo'nalishlar bilangina cheklanib qolmaydi. Amaliyotda ular fan-texnika taraqqiyoti va davlat tomonidan amalga oshirilayotgan iqtisodiy siyosatning yangi talablari bilan to'ldirilishi mumkin. Biroq, yuqorida aytib o'tilganlardan qat'inazar, xo'jalik rivojlanishining har bir bosqichida korxonalar faoliyati quyidagi vazifalarni bajarishga qaratilishi zarur:

- korxona egasining daromad olishi;
- iste'molchilarni ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar bilan ta'minlash;
- xodimlarni ish haqi bilan ta'minlash;
- korxonaga yaqin joylarda yashovchi aholi uchun ish joylari yaratish;
- atrof-muhitni muhofaza qilish;
- korxona faoliyatida to'xtab qolishga yo'l qo'ymaslik;
- ishlab chiqarishni tashkil etish va boshqarish shakllarini mukammallashtirish;
- ishlab chiqarishning barcha bosqichlarida tejamkorlikka rioya qilish.

Xo'jalik faoliyatining joriy va istiqboldagi vazifalarini bajarish korxonalardan quyidagi funksiyalarni amalga oshirishni talab qiladi:

ishlab chiqarish va shaxsiy iste'mol uchun mahsulotlarni tayyorlash;

mahsulotlarni iste'molchilarga sotish va etkazib berish;
sotuvdan keyin xizmat ko'rsatish;
ishlab chiqarishning moddiy-texnika asosini ta'minlash;
xodimlar mehnatini tashkil qilish va boshqarish;
soliqlarni to'lash, byudjetga to'lanuvchi ixtiyoriy yoki majburiy badal va to'lovlarni amalga oshirish;

amaldagi standartlar, me'yoriylar va davlat tomonidan chiqarilgan qonun-qoidalariga rioya qilish.

Bu vazifalar korxonalarning hajmi, qaysi tarmoqqa mansubligi, ijtimoiy infratuzilmaning mavjudligi, mahalliy hokimiyat idoralari bilan munosabatlarga asoslanib aniqlashtiriladi. Bugungi bozor iqtisodiyoti va fan-texnika taraqqiyoti korxonalarning amalga oshiruvchi vazifalarini kengaytirishi hamda ularning faoliyatidagi ishlab chiqarish ko'rsatkichlarini yanada yaxshilash uchun yangi vazifalar belgilab berishi mumkin.

4. Sanoat korxonalarining klassifikatsiyasi

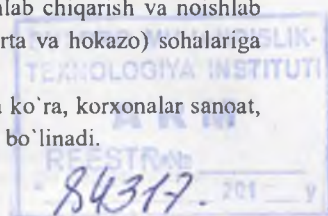
Har bir korxona boshqa korxonalardan avvalo ishlab chiqarayotgan mahsuloti, shuningdek, ishlab chiqarishning tavsifi va miqyosi, joylashishi, boshqa tarmoqlar bilan aloqalari va boshqa ko'rsatkichlari bilan farq qiladi. Biroq bularning barchasi ishlab chiqarishni tashkil etish, rejalashtirish va boshqarish masalalarini har bir korxona uchun individual tarzda alohida ishlab chiqish kerak, degani emas, albatta. Alohida korxonalar guruhiga nisbatan qo'llash mumkin bo'lgan umumiy qarorlarni tayyorlash mumkinligi nazariy va amaliy jihatdan isbotlab berilgan.

Bu bilan korxonalarning ishlab chiqarish, mehnat va boshqaruvni tashkillashtirish masalalarini bir xil turda hal qilish mumkin bo'lgan guruhlarini aniqlash maqsadida ularni tasniflashning maqbulligini izohlash mumkin.

Korxonalarning eng muhim xususiyatlari ularning qaysi tarmoqqa qarashliligi; hajmi; ishlab chiqarishning turli jabhalarini qamrab olganligi; ixtisoslashtirish darajasi va bir turdagi mahsulotlarni ishlab chiqarish miqyosi; ishlab chiqarishni tashkillashtirish usuli hamda uni mexanizasiyalash va avtomatlashtirish; tashkiliy-huquqiy shakllarini prognozlashtirishga bog'liq bo'ladi.

Qaysi tarmoqqa qarashliligiga ko'ra korxonalar ishlab chiqarish va noishlab chiqarish (mashinasozlik, ko'mir qazib chiqarish, sug'urta va hokazo) sohalariga mansub bo'lishi mumkin.

Ishlab chiqarilayotgan mahsulot turi va ko'rinishiga ko'ra, korxonalar sanoat, qishloq xo'jaligi, transport, moliya-kredit va boshqalarga bo'linadi.



Texnologik umumiyligiga ko'ra, korxonalar ishlab chiqarish jarayonini uzluksiz va diskret ravishda, kimyoviy yoki mexanik jarayonlarning ustunligi asosida yurituvchilarga bo'linadi.

Tayyor mahsulotning maqsadlariga ko'ra, barcha korxonalar ikkita katta guruhga bo'linadi: ishlab chiqarish vositalarini ishlab chiqaruvchilar va iste'mol mahsulotlarini ishlab chiqaruvchilar.

Foydalaniluvchi xom ashyo turiga ko'ra, sanoat korxonalari qazib chiqaruvchi va qayta ishlovchi korxonalarga taqsimlanadi.

Yil davomida ishlash muddatiga ko'ra, korxonalar mavsumiy va yil bo'yi faoliyat yurituvchilarga bo'linadi.

Hajmiga ko'ra, korxonalar yirik, mikrofirmalar va kichik korxonalarga taqsimlanadi.

O'zbekiston Respublikasi qonunchiligiga ko'ra¹ ishlab chiqarish tarmog'ining o'rtacha yillik xodimlari soni 20 kishigacha bo'lgan hamda xizmat ko'rsatish va boshqa noishlab chiqarish sohasidagi o'rtacha yillik xodimlari soni 10 kishigacha bo'lgan; ulgurji, chakana savdo va umumiy ovqatlanish sohasida 5 kishidan oshmagan korxonalar **mikrofirmalar** qatoriga kiritiladi.

Kichik korxona hisoblanadi:

- yengil va oziq-ovqat sanoati, metalga ishlov berish va asbobsozlik, yog'ochni qayta ishlash, mebel sanoati va qurilish materiallari sanoatida 200 kishicha ishlaydigan;

- mashinasozlik, metallurgiya, yoqilg'i-energetika va kimyo sanoati, qurilish, qishloq xo'jaligi va boshqa ishlab chiqarish tarmoqlarida 50 kishigacha ishlaydigan;

- fan, ilmiy xizmat ko'rsatish, transport, aloqa, xizmat ko'rsatish sohasi (sug'urta kompaniyalaridan tashqari), savdo va umumiy ovqatlanish hamda boshqa noishlab chiqarish sohalarida 25 kishigacha ishlaydigan korxonalar.

Yirik korxonalar tarkibiga ishlovchilar soni 500 va undan ortiq kishini tashkil qiluvchi korxonalarni kiritish mumkin.

Ixtisoslashuv darajasiga ko'ra, korxonalar ixtisoslashgan, universal va aralash korxonalarga bo'linadi. Ixtisoslashgan korxonalar qatoriga nomenklaturasi cheklangan mahsulotlar ishlab chiqaruvchi korxonalar, universal korxonalar qatoriga turli xil mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalar, aralash korxonalar tarkibiga esa ixtisoslashgan va universal korxonalar o'rtasidagi oraliq guruhni tashkil qiluvchi korxonalar kiritiladi.

• 1 «Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasining Qonuni // Tadbirkorlikka oid qonun hujjatlari to'plami. 1-tom. - T.: O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi, 2002.

Ishlab chiqarish jarayonini tashkil etish usullariga ko'ra, korxonalar ishlab chiqarishning oqim, partiyali va donalab ishlab chiqarish usullari ustuvor turuvchi korxonalarga bo'linishi mumkin.

Ishlab chiqarishni mexanizasiyalashtirish va avtomatlashtirish darajasiga ko'ra, korxonalar to'liq va qisman avtomatlashtirilgan yoki mexanizasiyalashtirilgan, qo'l-mashina va faqat qo'l mehnatiga asoslangan korxonalarga bo'linadi.

Xususiylashtirish va davlat tasarrufidan chiqarish jarayonlarini kengaytirish va chuqurlashtirish mamlakatimizda yangi tashkiliy-huquqiy turdagi - qo'shma, ijara, hissadorlik, xususiy, oilaviy, kooperativ va boshqa korxonalarning paydo bo'lishiga olib keldi.

O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasida xususiy mulk mulkchilik shaklining boshqa ko'rinishlari bilan bir qatorda daxlsizligi va davlat tomonidan muhofaza qilinishi belgilab qo'yilgan. Yangi qonunchilik hujjatlarida yangi iqtisodiy tushuncha - korxonaning tashkiliy-huquqiy shakli tushunchasi kiritilgan.

Korxonalarning qonun hujjatlari va boshqa xo'jalik huquqi me'yorlarida ko'zda tutilgan mulkchilik shakli, ishlab chiqarilayotgan mahsulot turi va hajmi, kapitalning shakllanishi, turli xil firmalararo uyushmalarga a'zo bo'lish usullari va olib boruvchi raqobatchilik kurashlari bilan farq qiluvchi faoliyat tavsifi va mazmuniga bog'liq bo'lgan tuzilmaviy tuzilishining usul va ko'rinishlari **xo'jalik yuritishning tashkiliy-huquqiy shaklini** ifodalaydi.

Hozirgi zamon sharoitlarida davlat, munisipal, jamoa, individual (oilaviy, xususiy) turdagi korxonalar mavjud bo'lib, ular o'zlariga biriktirib qo'yilgan mulk tavsifi yoki tezkor (operativ) boshqaruv huquqiga ko'ra ham tasniflanadi.

"O'zbekiston Respublikasidagi" korxonalar to'risida"gi O'zbekiston Respublikasining qonunining 2-moddasida korxonalarning quyidagi turlari ko'rsatib berilgan:

- Jismoniy shaxslarning xususiy mulkiga asoslangan korxonalar;
- Shirkat mulkiga asoslangan, jamoa, oila, mahalla korxonalari, ishlab chiqarish kooperativlari, xo'jalik jamiyatlari va shirkatlariga, jamoat tashkilotlari va diniy tashkilotlariga qarashli korxonalar hamda jamoa mulkining boshqa shakllariga asoslangan korxonalar;
- Davlat mulkiga asoslangan respublika davlat korxonalari, Qoraqalpog'iston Respublikasi davlat korxonalari, viloyatlari, viloyat, tumanlararo, tuman, shahar davlat korxonalari va boshqa turdagi korxonalar;
- Aralash mulkka asoslangan davlatlararo va qo'shma korxonalar hamda mulkchilikning turli shakliga mansub, to'liq yoki hisobiy yo'sinda ishtirok etishga asoslangan boshqa turdagi korxonalar.

Xususiy korxona deb, mulkdor yagona jismoniy shaxs tomonidan tuzilgan va boshqariladigan tijoratchi tashkilot e'tirof etiladi². Xususiy korxona tadbirkorlik sub'ektlarining tashkiliy-huquqiy shaklidir.

Xususiy korxona o'z mulkida alohida mol-mulkka ega bo'ladi, o'z nomidan mulkiy va shaxsiy nomulkiy huquqlarga ega bo'lishi hamda ularni amalga oshirishi, majburiyatlarni bajarishi, sudda da'vogar va javobgar bo'lishi mumkin.

Xususiy korxona o'z majburiyatlari bo'yicha o'ziga qarashli butun mol-mulk bilan javob beradi. Xususiy korxona o'zining to'liq firma nomi davlat tilida ifodalangan va xususiy korxonaning joylashgan eri ko'rsatilgan muhrga ega bo'lishi kerak. Muhrda ayni paytning o'zida uning firma nomi boshqa tilda ham ko'rsatilishi mumkin.

Mas'uliyati cheklangan jamiyat deb bir yoki bir necha shaxs tomonidan ta'sis etilgan, ustav fondi (ustav kapitali) ta'sis hujjatlari bilan belgilab qo'yilgan miqdorlardagi ulushlarga bo'lingan jamiyat tan olinadi³. Mas'uliyati cheklangan jamiyatning ishtirokchilari uning majburiyatlari bo'yicha javobgar bo'lmaydilar va jamiyat faoliyati bilan bog'liq zarar uchun o'zlari qo'shgan hissalar qiymati doirasida javobgar bo'ladilar.

Qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat sifatida bir yoki bir necha shaxs tomonidan ta'sis etilgan, ustav fondi ta'sis hujjatlarida belgilangan miqdorlardagi ulushlarga bo'lingan jamiyat tan olinadi va uning ishtirokchilari jamiyat majburiyatlari bo'yicha o'z mol-mulkleri bilan qo'shgan hissalar qiymatiga nisbatan hamma uchun bir xil bo'lgan, jamiyatning ta'sis hujjatlarida belgilanadigan karrali miqdorda solidar tarzda subsidiar javobgar bo'ladilar. Ishtirokchilardan biri nochor (bankrot) bo'lib qolganida uning jamiyat majburiyatlari bo'yicha javobgarligi, agar jamiyatning ta'sis hujjatlarida javobgarlikni taqsimlashning boshqacha tartibi nazarda tutilgan bo'lmasa, boshqa ishtirokchilar o'rtasida ularning qo'shgan hissalariga mutanosib ravishda taqsimlanadi.

Mas'uliyati cheklangan yoki qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat davlat ro'yxatidan o'tkazilgan paytdan e'tiboran yuridik shaxs maqomiga ega bo'ladi.

Xo'jalik shirkati deganda muassislarning (ishtirokchilarning) ulushlariga (hissalariga) bo'lingan ustav fondiga (ustav kapitaliga) ega bo'lgan tijorat tashkiloti tushuniladi, bunday shirkatda muassislar (ishtirokchilar) yoki ulardan ayrimlari shirkat nomidan tadbirkorlik faoliyati yuritishda shaxsan ishtirok

• ² "Xususiy korxonalar to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasining Qonuni. Qonun va qarorlar. – T.: O'zbekiston, 2004, №3

• ³ «Mas'uliyati cheklangan va qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatlar to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasining Qonuni. 2001 yil 6 dekabr // Tadbirkorlikka oid qonun hujjatlari to'plami. 1-tom. – T.: O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi, 2002.

etadilar⁴.

Xo'jalik shirkati to'liq shirkat yoki kommandit shirkat turlariga bo'linadi.

To'liq shirkat deb ishtirokchilari (to'liq sheriklari) o'z o'rtalarida tuzilgan shartnomaga muvofiq shirkat nomidan tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanadigan hamda uning majburiyatlari bo'yicha o'zlariga qarashli butun mol-mulk bilan javob beradigan shirkat hisoblanadi.

Shirkat nomidan tadbirkorlik faoliyatini amalga oshiradigan hamda shirkatning majburiyatlari bo'yicha o'zlarining butun mol-mulkleri bilan javob beradigan ishtirokchilar (to'liq sheriklar) bilan bir qatorda shirkat faoliyati bilan bog'liq zararlar uchun o'zlari qo'shgan hissalar doirasida javobgar bo'ladigan hamda shirkat tomonidan tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishda ishtirok etmaydigan bir yoki bir necha ishtirokchi (hissa qo'shuvchi, kommanditchi) mavjud bo'lsa, bunday shirkat kommandit shirkat deb hisoblanadi.

Aksiyadorlik jamiyati deb ustav fondi jamiyatning aksiyadorlarga nisbatan majburiyatlarini tasdiqlovchi muayyan miqdordagi aksiyalarga taqsimlangan xo'jalik yurituvchi sub'ekt hisoblanadi⁵.

Jamiyat qonun hujjatlarida taqiqlanmagan faoliyatning har qanday turlarini amalga oshirish chog'ida huquqlarga ega bo'ladi va majburiyatlarni o'z zimmasiga oladi.

Jamiyat davlat ro'yxatidan o'tkazilgan paytdan boshlab yuridik shaxs huquqlarini qo'lga kiritadi. Jamiyat o'z nomi yozilgan shtampi va blankalariga, o'z timsoliga, shuningdek belgilangan tartibda ro'yxatdan o'tkazilgan tovar nishoniga hamda boshqa o'z belgi-alomatlariga ega bo'lishga haqlidir.

Aksiyadorlik jamiyati ochiq yoki yopiq bo'lishi mumkin. Ochiq aksiyadorlik jamiyatining muassislari tarkibiga kiruvchilarning eng kam soni cheklanmaydi, yopiq aksiyadorlik jamiyatining muassislari esa kamida uch shaxsdan iborat qilib belgilanadi. Jamiyatning har bir muassisi uning aksiyadori bo'lishi lozim.

Sho'ba xo'jalik jamiyati. Agar bir (asosiy) xo'jalik jamiyati yoki shirkati ikkinchi xo'jalik jamiyatining ustav fondida undan ustunlik mavqeiga ega bo'lgan holda ishtirok etishi tufayli yoxud ular o'rtasida tuzilgan shartnomaga muvofiq yo bo'lmasa boshqacha tarzda ikkinchi xo'jalik jamiyati tomonidan qabul qilinadigan qarorlarni belgilab berish imkoniga ega bo'lsa, ushbu ikkinchi xo'jalik jamiyati sho'ba xo'jalik jamiyati hisoblanadi.

Sho'ba xo'jalik jamiyati yuridik shaxs hisoblanadi. Sho'ba xo'jalik jamiyati

⁴ «Xo'jalik shirkatlari to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasining Qonuni. 2001 yil 6 dekabr // Tadbirkorlikka oid qonun hujjatlari to'plami. 1 tom. - T.: O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi, 2002.

⁵ «Aksiyadorlik jamiyatlari va aksiyadorlarning huquqlarini himoya qilish to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasining Qonuni // Tadbirkorlikka oid qonun hujjatlari to'plami. 1-tom. - T.: O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi, 2002.

o'zining asosiy jamiyati (shirkati)ning qarzlari bo'yicha javob bermaydi.

Asosiy jamiyat (shirkat) aybi bilan sho''ba xo'jalik jamiyati nochor (bankrot) bo'lib qolgan taqdirda, asosiy jamiyat (shirkat) uning qarzlari bo'yicha subsidiar javobgar bo'ladi. Sho''ba xo'jalik jamiyati ishtirokchilari (aksiyadorlari) asosiy jamiyatdan (shirkatdan) uning aybi bilan sho''ba jamiyatga etkazilgan zararni to'lashni, agar qonunda boshqacha tartib belgilangan bo'lmasa, talab qilishga haqli.

Unitar korxona. O'ziga biriktirib qo'yilgan mol-mulkka nisbatan mulkdor tomonidan mulk huquqi berilmagan tijoratchi tashkilot unitar korxona hisoblanadi.

Unitar korxonaning mol-mulki bo'linmasdir va u qo'shilgan hissalar (ulushlar, paylar) bo'yicha, shu jumladan korxona xodimlari o'rtasida ham, taqsimlanishi mumkin emas. Unitar korxonaning ustavida faoliyatining sohasi va maqsadlari to'g'risidagi, uni tashkil etish tartibi va manbalari to'g'risidagi ma'lumotlar bo'lishi kerak. Unitar korxonani boshqarish organi uning rahbari bo'lib, bu rahbar mulkdor tomonidan yoki mulkdor vakil qilgan organ tomonidan tayinlanadi hamda ularga hisob beradi.

Firma - korxona tushunchasidan kengroq tushunchadir, ya'ni u ma'lum nom bilan biznes olib boruvchi tashkilotdir. Firma - tovar ishlab chiqarish va barcha sohalarda xizmat ko'rsatish ishlarini bajarish uchun foyda olish maqsadida resurslarni jamlaydigan va undan foydalanadigan tadbirkorlik shaklidir. Ularning kengroq uchraydigan turlari: faktoring firmasi, lizing firmasi, injining firmasi, konsalting firmasi, ventchur firmalar va boshqalardir.

Faktoring firmasi - begona qarz majburiyatlarini-veksellarni sotib olish bilan shug'ullanadi.

Lizing firmasi- lizing to'lovlari bilan shug'ullanadi.

Injining korxona - muxandislik-maslahat xizmatlarni tijoratchilik qoidalariga asoslangan holda amalga oshiradi.

Bunday korxona (firma):

- ishlab chiqarishni ta'minlash;

- mahsulot sotishni uyushtirish;

- ishlab chiqarish ob'ektlarini qurib, ishga tushirish yuzasidan maslahat berish bilan shug'ullanadi.

Eksport injiniring firmalari boshqa mamlakatlarga xizmat ko'rsatadi, chet eldagi ilmiy g'oyalar va texnik ishlanmalarni xorijda joriy etadi, murakkab va ulkan loyihalarni amalga oshiradi. Injiniring bilan birga mashina va uskunalarni eksport qilib, etkazib beradi.

Konsalting - bu ishlab chiqarishga ish yuzasidan xizmat ko'rsatish sohasida ixtisoslashgan firmalarning o'z mijozlariga maslahat xizmati ko'rsatish va texnik loyihalarni ekspertiza qilish bilan bog'liq iqtisodiy faoliyatdir.

Konsalting firmalarining asosiy vazifalari quyidagilardir:

- tadbirkorlik tashabbuslarini amalga oshirish uchun sheriklar tanlash;
- maslahatchilik tashkilotlarining taraqqiy topishiga va xorijiy investitsiyalarni jalb etishga ko'maklashish;
- yagona axborot-so'rovnomalarini yaratish va yagona reklama strategiyasi (yo'nalishi)ni amalga oshirish yo'li bilan ularning a'zolari faoliyatini umumiy maqsadlar yo'lida jamlash va hokazo.

Venchur korxonalar – bu kichik biznesning bir turi bo'lib, ular:

- ilmiy muhandislik ishlarini bajarish;
- yangi texnika, texnologiya, tovar namunalari yaratish;
- ishlab chiqarishni boshqarish;
- tijorat ishini tashkil etish usullarini ishlab chiqish va amaliyotga joriy etish;
- yirik firmalar va davlat ijara kontrakti buyurtmalarini bajarish kabi ishlarni amalga oshiradilar.

Bu vazifalarni ular davlat va yirik firmalar buyurtmasiga binoan kontrakt-bitimlar asosida bajarishadi. Venchur korxonalar texnikaning yangi yo'nalishlarida faollik ko'rsatadi va bu bilan fan-texnika taraqqiyotiga o'z hissasini qo'shadi.

Iqtisodiyotimiz oldida turgan asosiy vazifalardan biri sanoat ishlab chiqarishini jahon iqtisodiyotida o'z o'rniga ega bo'lgan raqobatbardosh korxonalar tashkil qilish maqsadidagi tuzilmaviy qayta qurishdan iborat. Buning uchun integratsiya hamda turli tashkiliy-huquqiy shakldagi korxonalarni vaqtinchalik yoki doimiy ravishda kooperatsiya yoki konsentratsiya asosida birlashtirish amalga oshiriladi.

Kooperatsiya jarayonida kontsern, konsortsiya, xo'jalik asotsiatsiyasi kabi tashkiliy shakllar vaqtinchalik yoki doimiy ravishda tuzilishi mumkin. Ushbu tuzilmaviy birliklarining mohiyatini qisqacha ko'rib chiqamiz.

Korporatsiya yirik aksioner jamiyatlar birlashmasi hisoblanib, bir xil mahsulot ishlab chiqaruvchilarni birlashtiradi. Natijada ishlab chiqarish monopollashadi. **Korporatsiya** atamasi lotincha «**corporatio**» so'zidan olingan bo'lib, birlashma, hamjamiyat ma'nosini beradi.

Korporatsiya investitsiya kapitalining markazlashuvini, ilm-fan taraqqiyotini, mahsulotning raqobatbardosh bo'lishini va uzoq hayot tsiklini ta'minlaydi. Korporatsiyalar tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchi aksioner jamiyatlarining xohish-tixiyori bilan paydo bo'ladi.

Kontsern umumiy manfaatlariga ega hamda shartnomalar, kapital va qo'shma faoliyatda ishtirok etish bilan bog'liq bo'lgan korxonalarning yirik birlashuvini aks ettiradi.

Kontsern – bu ishlab chiqarish diversifikatsiyasi, ya'ni korxonalarning faoliyat sohalari va ishlab chiqaradigan mahsulotlari turining kengayishi,

yangilanib turishi asosida tarkib topadigan yirik ko'p tarmoqli korporatsiya. Kontsern tarkibiga sanoat, transport, savdo, bank kabi tarmoqlarga tegishli, ayrim hollarda, dunyoning ko'pgina mamlakatlarida joylashgan unlab va yuzlab korxonalar ixtiyoriy asoslarda kiradi.

Konsortsium – bu aniq iqtisodiy loyihalarni amalga oshirishni maqsad qilgan korxonalarning umumiy kelishuvlar asosida yuzaga keladigan muvaqqat birlashmasidir. Konsortsium buyurtmachilar oldidagi majburiyatlar uchun javobgar hisoblanadi. Konsortsiumlar aviatsiya, kosmos, komp'yuterlar, aloqa kabi yuksak texnologik va katta miqdordagi sarmoyali sohalarda keng tarqalgan.

Korxonalarning konsentratsiya asosida birlashuvi kartel, sindikat, xolding va moliya-sanoat guruhlari ko'rinishida amalga oshiriladi.

Ishlab chiqarish sohasidagi **kartellar** ishlab chiqarish masalalari, narxlar, tovarlarni sotish, ishchi kuchini yollash va shu kabi masalalar bo'yicha kelishuvga asoslanib faoliyat yuritadi.

Integratsiyaning bu shaklida korxonalar mustaqillikni saqlab qolgan holda kooperatsiya asosida birlashadilar.

Sindikat – tijorat faoliyatini (ta'minot, buyurtmalarni taqsimlash, xom ashyo sotib olish, mahsulot sotish, bahoni shakllantirish) hamkorlikda tashkil qilishga asolangan birlashmadir. Sindikat tarkibiga kiruvchi korxonalar huquqiy hamda xo'jalik yuritish mustaqilliklarini saqlab qoladilar.

Trestlar yuqori darajada markazlashganligi bilan ajralib turadi. Uning tarkibiga kiruvchi korxonalar ishlab chiqarish, tijorat va huquqiy mustaqilliklarini yo'qotib, yagona reja asosida faoliyat yuritadi.

Xoldinglar ishtirokchilarning moliyaviy imkoniyatlarini birlashtirish va muvofiqlashtirish hamda ishlab chiqarish quvvatlari bilan vaizifalarni tezkor ravishda amalga oshirish imkonini beruvchi boshqaruvning samarali shaklini ifodalaydi.

O'z tarkibidagi aksiyadorlik jamiyatlarni nazorat paketlarini egallash bilan korporatsiyalar xolding kompaniyalariga aylanadi. Xolding iborasi inglizcha «holding» so'zidan olingan bo'lib, ega ma'nosini beradi. Xoldinglar ishtirokchilarning moliyaviy imkoniyatlarini birlashtirish va muvofiqlashtirish hamda ishlab chiqarish quvvatlari bilan vaizifalarni tezkor ravishda amalga oshirish imkonini beruvchi boshqaruvning samarali shaklini ifodalaydi.

Aktivlari tarkibiga boshqa korxonalarning aksiyalari nazorat paketlari kiradigan ochiq turdagi aksiyadorlik jamiyati xolding xisoblanadi.

Integratsiya jarayonlarini amalga oshiruvchi korxonalar quyidagi maqsadlarni ko'zlaydi:

- resurslardan yanada samaraliroq foydalanishga erishish;

- kooperatsiya asosidagi aloqalarini yangilash va mustahkamlash;
- mamlakatdagi korxonalarning tashqi bozorga chiqishi;
- ishlab chiqarishga investitsiyalarning yangi shakllarini jalb etish;
- ichki va tashqi bozordagi raqobatda muvaffaqiyat qozonish maqsadida narx va sotish bo'yicha yagona siyosat yuritish.

Har bir ishlab chiqarish korxonasi ishlab chiqarish bo'linmalari, boshqaruv idoralari va korxona xodimlariga xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlardan iborat bo'ladi. Tuzilma (struktura) tushunchasini korxonaning tarkibi, tuzilishi sifatida ko'rib chiqish mumkin. Korxona qanchalik yirik bo'lsa, uning ishlab chiqarish tuzilmasi shunchalik murakkab bo'ladi.

Sanoat korxonalarining umumiy va ishlab chiqarish tuzilmalari mavjud.

Ishlab chiqarish bo'g'inlari, korxona boshqaruvi hamda xodimlarga xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlar, ularning miqdori, kattaligi va egallab turgan maydoni, xodimlarining soni va ishlab chiqarish imkoniyatlari korxonaning umumiy tuzilmasini ifodalaydi.

Ishlab chiqarish tuzilmasiga asosiy, yordamchi va xizmat ko'rsatish jarayonlari amalga oshiriluvchi sex va uchastkalar kiritiladi. Ishlab chiqarish tuzilmasi korxona umumiy tuzilmasining bir qismidir. U sex, uchastka va xizmat ko'rsatuvchi xo'jaliklar shaklidagi ishlab chiqarish bo'linmalaridan iborat bo'ladi hamda ularning mahsulot ishlab chiqarish jarayonidagi o'zaro munosabatlarini, mehnat bilan band bo'lgan xodimlari soni, asbob-uskunalar qiymati, egallab turgan maydoni va hududiy joylashuvini aks ettiradi.

Asosiy sexlarda va ishlab chiqarish uchastkalarida ishlab chiqarish jarayonining asosiy – xomashyo va yarim tayyor mahsulotlarni tayyor mahsulotga aylantirish bosqichi yoki mahsulot, yo uning bir qismini tayyorlashning bir qator bosqichlari amalga oshiriladi (muzlatkichlar sexi).

Yordamchi sexlar asosiy ishlab chiqarishni asbob-uskunalar va energiya bilan ta'minlaydi hamda uskunalarni ta'mirlash (ta'mirlash, uskunalar, model sexlari va boshqalar) vazifalarini bajaradi.

Xizmat ko'rsatuvchi sex va xo'jaliklar tarkibiga korxonaning infratuzilmasini (ombor va transport bo'linmalari, uy-joy-kommunal xo'jaligi, oshxona, sanatoriy va hokazo)tashkil qiluvchi bo'linmalar kiradi.

Sanoat korxonalari ishlab chiqarish tuzilmasining uch xil turi majud: **texnologik, predmetli va aralash.**

Texnologik tuzilmali korxonalarda sexlar va ishlab chiqarish uchastkalari texnologik jihatdan bir xillik tamoyili asosida tashkil qilinadi (masalan, to'qimachilik kombinatlarida yigiruv va to'quv sexlari).

Predmetli tuzilmaga asoslangan korxonalarda har bir sex ma'lum bir mahsulot yoki uning bir qismini ishlab chiqaradi (masalan, avtomobil zavodida motor sexi, shassi sexi va hokazo).

Aralash (predmetli-texnologik) tuzilma tayyorlov sexlarini texnologik tamoyilda (temirchilik, cho'yan quyish, po'lat quyish va hokazo), ishlov berish va mahsulot chiqarish sexlarini esa predmetli tamoyil asosida tashkil etishni ko'zda tutadi.

Sanoat korxonasining tuzilmasi quyidagi omillar ta'siri ostida shakllanadi:

texnika va texnologiyaning xususiyatlari;

ishlab chiqarish hajmi;

ishlab chiqarishni tashkil qilish shakllari (ixtisoslashtirish, kooperasiya, kombinasiya, koordinasiya);

ishlab chiqarilayotgan mahsulot va ko'rsatilayotgan xizmatlarning murakkabligi va nomenklaturasi;

ishlab chiqarishni avtomatlashtirish, mexanizasiyalashtirish va robotlashtirish darajasi;

mulk shakli;

raqobat olib borish usullari hamda shakllari va hokazo.

Amaliyotda ishlab chiqarish tuzilmasini mukammallashtirishning asosiy yo'nalishlari ishlab chiqilgan. Ular qatoriga korxona va sexlarni yiriklashtirish; alohida korxonalar integratsiyasi; korxona ichidagi barcha bo'linmalar orasida mutanosiblikni ta'minlash; sexsiz tuzilma kabilarni kiritish mumkin.

Korxonaning raqobatbardoshligini oshirish, ya'ni boshqaruv sifatini ko'tarish va ishlab chiqarish faoliyatidagi yakuniy natijalarning yuqoriligiga erishish korxona tuzilmasini mukammallashtirish samaradorligini baholovchi mezon bo'lib xizmat qiladi.

Nazorat va muhokama uchun savollar:

1. "Korxonalar to'g'risida" gi qonunga asosan korxonaga ta'rif bering.
2. "Harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi Farmoni qachon qabul qilindi?
3. "Harakatlar strategiyasi uchinchi yo'nalishi doirasida bajarilgan ishlar haqida fikrlang?
4. Korxona Nizomi nima va uning tarkibi nimadan iborat?
5. Bozor iqtisodiyoti sharoitlarida korxonalar faoliyatining asosiy yo'nalishlarini sanab bering.

1.2-MAVZU. SANOAT KORXONALARI RIVOJLANISHINING STRATEGIYASINI SHAKLLANTIRISH

1. Strategik ahamiyatga ega tarmoqning milliy iqtisodiyotdagi roli
2. Sanoat korxonalari strategiyasining mohiyati va maqsadi
3. Sanoat korxonalarining rivojlanish strategiyasini ishlab chiqish
4. Korxona strategiyasi va samaradorligiga ta'sir etuvchi omillar

1. *Strategik ahamiyatga ega tarmoqning milliy iqtisodiyotdagi roli*

Nef-gaz sanoati mamlakatimiz iqtisodiyotida muhim o'rin egallaydi. Ushbu soha nafaqat energiya ishlab chiqaradi, balki ko'plab tarmoqlar uchun zarur bo'lgan polimerlar, organik kimyoviy moddalar hamda azotli mineral o'g'itlar ishlab chiqarishda asosiy xomashyo bazasi hisoblanadi. O'zbekistonda neft-gaz sanoatining rivojlanishi bir nechta bosqichlarni qamrab oladi.

Buxoro - Xiva neft-gaz rayonlari ocqilishi munosabati bilan neft zaxiralariga ega konlar yana beshtaga ortdi. Lekin bu konlar 1961-1965-yillarda atigi 306,7 ming tonna neft berdi. Farg'ona vodiysidagi 15 ta kondan 7 mln. 516 ming tonna, Surxondaryo viloyatidagi 3 ta kondan 1 mln. 29,3 ming tonna va Buxoro-Xiva neft-gaz viloyatidagi 5 ta kondan bor-yo'g'i 306,7 tonna neft qazib olindi. Shu tariqa, respublikada qazib olingan neft 1924-yilda 5,6, 1940-yilda 119, 1958-yilda 1297, 1961-yilda 1709 va 1965-yilda 1800 ming tonnani tashkil qildi. Keyingi besh yilda respublikada neft ishlab chiqarish keskin kamaydi. 1965-yilda tashqaridan neft olib kelish 1962-yildagiga qaraganda 1,7 baravar oshgan edi.

Ushbu yillarda respublikada neft mustaqilligi zaiflashishiga avvalo bu hududdagi ikkita neftni qayta ishlash zavodining mahalliy neft bilan ta'minlanishining pasayishi, yetmagan xomashyo g'arbiy Turkmanistondan keltirilishi, keltirilgan neftning narxi Farg'ona va Buxoro neftidan ikki baravar yuqoriligi sabab edi. Bu, albatta, neftni qayta ishlash zavodlarining iqtisodiy ko'rsatkichlariga salbiy ta'sir ko'rsatardi.

O'zbekistonda neft qazib olish va uni qayta ishlash sanoati yangidan barpo etildi va rivojlandi. Farg'ona vodiysi, Buxoro, Qashqadaryo, Surxondaryoda yangi neft konlari izlab topildi va ishga tushirildi. 1970-yilda O'zbekistonda 1672 ming tonna neft qazib chiqarildi. Bu sobiq Ittifoqda qazib olingan neftning 5% ini tashkil etardi.

Keyingi yillarda O'zbekistonda 80 dan ortiq turli (yuqori zaxiraga ega kategoriyali) neft-gaz konlari topildi. Farg'ona, Surxondaryo, Buxoro-Xiva, Ustyurt kabi neft-gaz konlari, havzalari va viloyatlari kashf etildi. Buxoro-Xiva viloyatida Gazli, Kogon, Muborak, Dengizko'l rayonlari bilan birga yangi konlar ochildi va ocqilish arafasida. O'zbekistonda neft konlari asosan yura, bo'r,

paleogen va neogen davri cho'kindi jinslarining turli qatlamlarida qatnashgan va joylashgan.

Neftning fizik xossasi uning tarkibiga bog'liq. Tarkibida 87% gacha uglevodorod, 10-15 %gacha vodorod, 0,05-05, ba'zan 5 %gacha kislorod, juda oz miqdorda vanadiy, fosfor, kaliy, nikel, temir uchraydi. Dunyo miqyosida qazib olinayotgan barcha neftlarda oltingugurt miqdori, odatda, 1 %dan ortiq. Surxondaryo vodiysida qazib olinayotgan paleogen neftlari, ayniqsa, oltingugurtga boy (3,1-6,3 %).

Respublikada qazib olinadigan neftdan XIX asrning 2-yarmigacha faqat kerosin olinib, qolgani chiqindiga chiqarib tashlanardi. Ichki yonuv dvigatellarining ixtiro etilishi va texnik taraqqiyot benzinga bo'lgan talabni oshirdi. Neftdan dastlab kerosin, benzin, dizel yoqilg'isi, keyinchalik esa sintetik tolalar, 100dan ortiq kimyoviy xomashyo va o'g'itlar olina boshladi. Birgina 1965-1970-yillar davomida Farg'ona va Oltiariq neftni qayta ishlash zavodlarida benzin ishlab chiqarish 13, kerosin ishlab chiqarish 21, dizel yonilg'isi ishlab chiqarish 81, moylash yog'lari olish 59 va mazut ishlab chiqarish 64%ga oshdi.

Respublikamizda iqtisodiyotni erkinlashtirish va chuqurlashtirish davrida neft resurslaridan oqilona foydalanish, chuqur qayta ishlashga asoslangan holda yangi mahsulotlar ishlab chiqarish keng miqyosda o'zlashtirilmoqda. 1991-2002-yillarda bu sohani boshqarish strukturasi va texnik jihozlash, neft qazishni takomillashtirish tufayli neft va gaz ishlab chiqarish hajmi oshdi. Natijada 1995-yilda respublikaga neft chetdan import qilinmadi va O'zbekiston neft mustaqilligiga erishdi. Bu mustaqillik sobiq Ittifoq tarkibidagi boshqa respublikalarda iqtisod chuqur inqirozga uchragan, ya'ni iqtisodiy aloqalar va savdo aloqalari uzilgan, narxlar oshgan va inflyatsiya zo'raygan davrga to'g'ri keldi.

Neft mustaqilligiga erishishda "Muborakneftgaz" davlat korxonasi geologlari, parmalovchilari, quruvchilarining hissasi ayniqsa katta bo'ldi. Chunki bu korxonada mustaqillik yillarida 15 neft-gaz va 14 gaz kondensati konlaridan juda katta miqdorda mahsulot qazib olindi. Chunonchi, 2000-yilda 3743,7 tonna neft, 2475 ming tonna kondensat ishlab chiqarilgan bo'lsa, 2002-yilda tayyorlangan neft 3600,0, kondensat esa 2430 ming tonnaga etdi. Bu respublikada qazib olingan neft va kondensatning 90 %dan ko'pini tashkil qiladi.

Bundan tashqari, bu korxona 2000-yilda 34164 va 2002-yilda 36000 mln. m³ tabiiy gaz qazib oldi va iste'molchilarga yetqazib berdi, 2002-yilda Turkmaniston Respublikasiga 240 ming t. neft sotdi, qolgan tovar mahsulotlarni Muborak (MGPZ), Buxoro (Qoravulbozor) va Farg'ona neftni qayta ishlash zavodilari va gaz uzatish boshqarmasiga topshirdi. O'zbekistonda neft mustaqilligi mustahkamlanishiga asosan 1997-yilda "Ko'kdumaloq" konida gaz

yuqori bosimda neft konlariga haydalgani, Buxoroda 2,5 mln. tonna gaz kondensatini qayta ishlash quvvatiga ega zavod ishga tushirilishi asos bo'ldi.

To'g'ri, keyinchalik neft konlarida zaxiralar kamayishi mumkin. Ammo kelajakda asosan gazokondensat quduqlar hisobiga neft mustaqilligini saqlash imkoni bor. Respublikamizda neft qazib olish asosan neft atrofida joylashgan suv yoki gaz bosimini oshirish, qatlam g'ovaklaridagi neftni quduq zoboyiga yig'ish usuli bilan amalga oshiriladi. Suv bosimi, odatda, boshlang'ich neft zaxirasining 50-80%ini, gaz esa atigi 20-50% ini siqib chiqaradi. Biroq tashqaridan berilayotgan suv qazib chiqarilayotgan neftning o'rmini to'la egallay olmaganligidan bosim kamayib ketadi. Natijada neftning favvora bo'lib tabiiy otilishi tugaydi.

Shundan keyin neft kompressor yordamida chiqariladi. Aynan 1997-yilda "Ko'kdumaloq" konida ishga tushirilgan (yo'llari bosimi 50 atm.) kompressor stansiyasi ushbu ishni boshqargan va u gazkondensat qazib olish hajmini ko'paytirishga imkon bermoqda. Neftni kompressor bilan chiqarishda quduqqa gaz yoki havo haydaladi, ular neftga aralashib, zichligini kamaytiradi, natijada neft va gaz aralashmasining soxta quduq yuzasigacha ko'tarilib, neftning favvora bo'lib otilishi davom etadi.

O'zbekistonda neft quduqlardan nasoslar yordamida ham olinadi. Qatlam bosimi uzluksiz pasaya borishi natijasida quduq debiti tushishi neft chiqarishning iqtisodiy ko'rsatkichlarini yomonlashtiradi. Neft konlarini ishga solish, ayniqsa, yer osti gidrodinamikasi rivojlanishi natijasida neft chiqarishning yangi usullari yaratildi. Ular yordamida neft qatlamlariga suv yoki gaz haydash yo'li bilan qatlam bosimini butun ekspluatatsiya mobaynida birday ushlab turishi mumkin.

Bu yutuqlarga asosan 1992-yilda neft sohasida uchta strategik va asosiy tamoyillarni bajarish asosida erishildi:

- neft va gaz qazib olishni kuchaytirish va respublikaning neft mustaqiligini ta'minlash uchun Ko'kdumaloq, Alan Urga, Janubiy Tandirchi va boshqa konlarda katta ishlar bajarildi;

- neft va gazni qayta ishlash texnologiyasini chuqurlashtirish va ularning sifati xalqaro standart talablarga javob berishini ta'minlash uchun 1997-yilda Buxoro neftni qayta ishlash zavodini ishga tushirish, Farg'ona neftni qayta ishlash zavodini ta'mirlash va yangi texnologiya kompleksi - gidrosulfizatsiya uskunasining o'rnatilishi asosiy vazifa qilib qo'yildi.

Yangi texnologik uskunarlar ishga tushirilishi natijasida tozalangan mahsulot hajmini ko'paytirish imkoni yaratildi. Respublikada neftni qayta ishlash sanoati rivojlandi va og'ir sanoatning neftni qayta ishlovchi hamda neft mahsulotlari tayyorlovchi sohasiga aylandi. O'zbekiston neft mustaqilligi va ekologiya borasidagi xalqaro majburiyatlarni bajarishi kelajakda yoqilg'i-energetika

sohasida ilmiy-texnikaviy va ekologik siyosat olib borish jarayonida davlat tomonidan amalga oshirilayotgan chora-tadbirlar samaradorligiga bog'liq.

Mazkur chora-tadbirlar neft mahsulotlari ishlab chiqaruvchilarning energiya sarfini kamaytiruvchi texnika va texnologiyani joriy qilishda huquqiy va iqtisodiy muhitni barpo etish, neft resurslari samaradorligini oshirish, zaxiralarini ko'paytiradigan innovatsiya texnologiyalari iqtisodiy raqobatbardoshligini oshirishga yo'naltirilgan qo'shimcha investitsiyalarni shakllantirish va rag'batlantirishdan iborat. Bu esa, neft mustaqilligi davomiyligini ta'minlashga asos bo'ladi.

2. Sanoat korxonalari strategiyasining mohiyati va maqsadi

Strategiya umumiy tarzda korxonaning mavqeini mustahkamlash, iste'molchilarning talablarini qondirish va qo'yilgan maqsadlarga erishishga qaratilgan boshqarish rejasidir. Aniq strategiyani tanlash - rivojlanishning mumkin bo'lgan turli yo'llari va usullari ichidan eng maqbulini tanlab olish demakdir.

Neft-gaz tarmog'i korxonalarini barqaror rivojlanish strategiyasini ta'minlash vazifasi faoliyatning ustuvor yo'nalishlarini aniq belgilashni taqozo etadi. Sohaning ushbu yo'nalishlarini amalga oshirish uglevodorod xom ashyosini izlash bo'yicha zamonaviy texnologiyalarni jalb qilishga imkon beradigan tegishli moliya resurslarini talab qiladi. Shu bois respublikada xorijiy investorlarni jalb etishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Bu borada eng ahamiyatli loyihalar qatoridan Gazprom va Lukoyl (Rossiya), CNODC (KNR), Petrovietnam (Vetnam), KNOC (Koreya), SASOL (JAR), Orol loyihasi bo'yicha kompaniyalar Konsorsiumi kabi investision loyihalarni e'tirof etish mumkin.

Neft va gaz konlarini izlash va respublikaning uglevodorod resurslarini yanada oshirish maqsadida, geologik qidiruv jarayoniga yangi hududlar va chuqur joylashtirilgan majmualarni jalb qilish masalasi ko'ndalang turibdi.

Eng istiqbollilari sifatida o'rganish uchun quyidagi yo'nalishlarini ajratish mumkin: neft va gaz konlarini izlash maqsadida – paleozoy qatlamlari (Ustyurt, Buxoro-Xiva va Farg'ona mintaqalari); Surxondaryo viloyatida tuz ostidagi yura qatlamlari; Surxondaryo mitaqasidagi Uchqizil-Mirshodin zonasidagi tegishli katmlar; yangi hududlar (O'rta-Sirdaryo depressiyasi va Zarafshon chuquri).

2019 yilgacha bo'lgan davr ichida quyidagi hududlarda geologik qidiruv ishlarini o'tkazishga mo'ljallangan investision loyihalarni amalga oshirish belgilangan: Qo'ng'iro't uchastkasida; Boysun va Surxon investision bloklari; Xorazm va Meshekli-Tuzkoy investision neft-gaz uyumlari mavjud bloklar.

Uglevodorodlar bazasini kengaytirish maqsadida respublikada neft va gaz uyumlarini qidirishning an'anaviy yo'nalishlariga zarar etkazmagan holda noan'anaviy uglevodorodlar manbalarini izlash va o'rganishga qaratilgan

tadqiqotlar miqyoslari asta-sekin ortib boryapti. Xususan, bu borada Sangruntau, Boysun, Aktau kabi konlar bo'yicha slanesli neftni ishlab chiqarish uchun ularning zaxiralarini oshirishni ta'minlash maqsadida er yuzasidan yaqin masofada joylashgan yonuvchi slaneslarni geologik o'rganish ishlarini o'tkazishga qaratilgan loyihalar; Surxondaryo mintaqasidagi Korsagli, Dasmanaga va boshqa konlarni qidirish va o'zlashtirishga tayyorlash bo'yicha texnologiyalarni jalb qilish uchun slanesli gazlarni qidirish va qazib chiqarish texnologiyasini o'zlashtirish hamda og'ir neftlar va tabiiy bitumlar konlarini geologik o'rganish maqsadida istiqbolda slanesli gazlarni izlab topish uchun (dastlab Qashqadaryo va Buxoro viloyatlarida) respublika hududini o'rganish.

Respublikani bundan keyin ham gaz bilan barqaror ta'minlash va tabiiy gaz eksportini oshirish uchun yoqilg'ining muqobil turi sifatida suyultirilgan uglevodorod gazini ishlab chiqarish hajmlari o'sishini ta'minlash tarmoq faoliyatining alohida yo'nalishi hisoblanadi.

Gazni qayta ishlash sohasi rivojlanishi istiqbollari ham suyultirilgan gaz, kondensat, oltingugurtni ishlab chiqarishni yanada kengaytirish, ham kimyoviy sintez uchun tabiiy gazning barcha resurslaridan chuqurroq foydalanish va yuqori likvidli mahsulotlarni olish bilan bog'liqdir.

Firmani boshqarish rejasi quyidagi asosiy funksiya va bo'linmalarni o'z ichiga oladi: ta'minot, ishlab chiqarish, moliya marketing, xodimlar, ilmiy tadqiqotlar va ishlanmalar.

Strategik tanlash - bu biznes yechimlar va raqobatga bardoshlilik harakatlarini yagona tizimga bog'lash demakdir.

Strategiya - tashkilotning tashkiliy vazifa va maqsadlariga erishishda foydalaniladigan tashkiliy xatti-xarakatlar va boshqaruvga yondashuvlari tarzidir.

Strategik boshqaruvning asosiy mazmuni, tashqi muxit o'zgarishlariga tashkiliy ketma-ketlik asosida korxonaning moslashuvi, har qanday boshqaruv masalalarini hal qilish va to'liq boshqaruv tizimini tashkil etishdan iborat. Lekin, tashqi muxit o'zgarishlariga moslashish va shu bilan birga qo'yilgan maqsadlarga erishish tezligini saqlab qolish uchun, tashkilot o'z strategiyasiga ega bo'lishi lozim. Strategiyaga yagona ta'rif berish juda mushkul, chunki strategiya shu qadar ko'p qirraliki, unga salgina boshqa nuqtadan qaralsa ham uning mazmuni butunlay o'zgarib ketadi.

- Strategiya- bu yakuniy natijaga erishish vositasi.
- Strategiya tashkilotning barcha qismlarini yagona bir butunlikka birlashtiradi.
- Strategiya tashkilotning barcha asosiy jihatlarini qamrab oladi.
- Strategiya- bu tashkilotning uzoq muddatli rejasidir.
- Strategiya tashkilot rejasining barcha qismlari moslashuvini ta'minlaydi.

- Strategiya tashkilot faoliyatining asosiy savollariga javob bera oladi:
 - ❖ *Bizning biznesimiz ertaga qanday bo'lishi lozim?*
 - ❖ *Bugungi kunda biznesimiz nimadan iborat?*
 - ❖ *Bizning mahsulotlarimiz, funksiyamiz, bozorimiz qanday?*
 - ❖ *Qo'yilgan maqsadlarga erishish uchun nimalar qilishimiz lozim?*
- Strategiya- bu tashkilotning kuchli va zaif tomonlarining taxlili, shuningdek rivojlanish imkoniyatlari va to'siqlarni aniqlash natijasidir.
- Strategiya- bu tashkilotning tashqi muhit o'zgarishlariga avvaldan rejalashtirilgan munosabatidir.

Ma'lumki, strategiya qadimiy so'z bo'lib, yunoncha "strategia" so'zidan olingan va sarkardalik ilmi yoki san'ati ma'nosini ifodalaydi. Qadimgi YUnonistonda xarbiy sarkardalarga katta ahamiyat berilgan. Tarix guvohlik berishicha, nisbatan qobiliyatli va omadli sarkardalar armiyasining to'g'ri saflanishiga va shuningdek qachon jangga kirish kerak xaqidagi qarorlarni qabul qilishlari, qachon xalq, siyosatchilar, diplomatlar bilan muzokaraga kirishishga katta ahamiyat berishgan.

Hozirda strategiya tushunchasining zamonaviy ta'rifi qadimiy ma'nosiga yaqin kelsada, alohida jihatlarini taxlil qilinganda ular orasida tafovut farqlanadi. Masalan, Kvin fikriga ko'ra strategiya quyidagicha bo'lishi lozim⁶:

- Ishning pirovard natijasiga erishish uchun aniq maqsadlarni ifoda etish;
- Tashabbusni qo'llab quvvatlash;
- Kerakli vaqtda va kerakli joyda asosiy kuchni yo'naltira olish;
- Minimal resurslar sarflab maksimal natijaga erishishni ta'minlash;
- Yo'nalgan boshqarmani ifodalash;
- To'g'ri faoliyat jadvalini taxlil qilish;
- Kafolatlangan resurslar bilan ta'minlash.

Umumiy qilib aytadigan bo'lsak, korxonaning strategiyasi – iste'molchilarning talablari va ehtiyojlarini qondirishga va korxonadagi maqsadlarga etishishga qaratilgan raqobat usullari hamda biznesni tashkil etish kombinasiyasidir⁷.

Minsberg strategiya tushunchasini 5 ta "P" deb atalmish kombinasiyasi orqali izoxlaydi:

- strategiya- **reja** faoliyati;

strategiya –**to'siq**, ya'ni o'z raqobatchilarini chalgitishga yo'naltirilgan faoliyat.

• ⁶ Fatxutdinov R. A. Strategicheskiy menedjment: Uchebnik. –6-izd., ispr. 1 dop. M.: delo, 2004, s.7

• ⁷ Tompson ml., Artur, A, Striklend SH, A., DJ Strategicheskiy menedjment: konsepsii i situatsii dlya analiza, 12 izdanie: Per.s angl.-M.:Izdatel'skiy dom «Vil'syams»,2002, s. 32

- Strategiya- faoliyat **ketma-ketligi**, ya'ni reja amalga oshmasligi mumkin. lekin faoliyat ketma-ketligi xar qanday xolda ham ta'minlanishi lozim.

- Strategiya- atrof muxitdagi xolat, ya'ni **atrof bilan aloqa**.

- Strategiya- **istiqbol**, ya'ni intilish lozim bo'lgan xolatni ko'ra olish.

Strategiya tushunchasi ma'lum sabablarga ko'ra strategik boshqaruv nazariyasida markaziy xisoblanadi, lekin shu bilan birga yagona ham emas. Hozirgi zamon sharoitida u qator tushunchalarni ifodalaydi:

-strateg;

- missiya;

- salohiyat;

- atrof-muxit ;

-raqobat afzalliklari;

-maqsad moslashuvi;

-maqsadlar.

3. Sanoat korxonalarining rivojlanish strategiyasini ishlab chiqish

Strategiyani yaratish muammosini kompaniya rahbarlari turlicha hal etadilar. O'rtacha o'lchamdagi kompaniya strategiyasini yaratish norasmiy ravishda amalga oshiriladi. Strategiya tadbirkorning tasavvurida mavjud bo'lishi va farmoyishlar asosan og'zaki berilishi ham mumkin. Lekin katta kompaniyalarda strategiya kengashlarda muhokama etiladi. Strategiyani yaratish strategik rejalashtirish (oldindan belgilangan qoida, jadval, grafiklar) asosida, turli pog'onalardagi rahbarlarni jalb etish asosida amalga oshiriladi. Odatda rahbarlar strategiyani yaratishda quyidagi to'rt yo'nalishning biridan foydalanadilar.

Asosiy strateg yondashuvi. Ushbu yondashuvda bosh strateg funksiyasini bajaruvchi rahbar vaziyatni baholashga va strategiyani yaratishga kuchli ta'sir o'tkazadi. Bu strategiyani rahbarning o'zi bajaradi degani emas, lekin u strategiyaning «Bosh arxitektori» sifatida uning asosiy prinsiplarini yaratadi.

Boshqalarga vakolatni berish yondashuvi. Ushbu yondashuvlar rahbar strategiyani shakllantirishni boshqalarga: ishonchli insonlardan iborat maqsadli guruhga, strategik rejalashtirish bo'limiga yoki boshqa lavozimli shaxslarga yuklashi mumkin. Rahbar strategiyani yaratish jarayonidan chetqoqda bo'lib, hisobotlar va muloqotlar orqali axborot olib, ko'rsatmalar berishi mumkin. Strategik reja muhokama etilgandan so'ng rahbar uni rasmiy tasdiqlaydi. Ushbu yondashuvning kamchiligi shundan iboratki, rahbar strategiyani shakllantirishda bevosita qatnashmaganligi uchun strategik sardorlik sifatlarini yo'qota boshlaydi, natijada ijrochilar strategik rejalashtirish jarayonini unchalik muhim emas degan

likrga keladilar. Natijada kompaniya samarali maqsadlarni belgilash qobiliyatini yo'qotadi.

Hamkorlikka asoslangan yondashuv. Ushbu yondashuv yuqorida keltirilgan yondashuvlar orasidagi o'rtacha o'rinni egallaydi, rahbar o'z qo'li ostidagi rahbarlarni shunday strategiyani yaratishga jalb etadiki, ushbu strategiyani amalga oshirishga kompaniyaning hamma a'zolari qatnashadilar va qo'llab – quvvatlaydilar. Ushbu yondashuvning ijobiy tomoni shundan iboratki, kim strategiyani yaratish javobgarligini o'z zimmasiga olsa, amalga oshirish javobgarligi ham uning zimmasida bo'ladi.

Musobaqaviy yondashuv. Rahbarning ushbu yondashuvni amalga oshirishdan maqsadi, strategiyani yaratish jarayonidagi bahs-muzokarlarda, ko'p vaqt va mehnatni talab qiladigan kengashlarda shaxsan qatnashishni va ijrochilarni strategiyani yaratishga rag'batlantirishni xohlamasligidir. Rahbarlar strategiyani baholovchi hakamlar sifatida harakat qiladilar. Strategiyaga nisbatan bunday yondashuv katta kompaniyalar rahbarlari tomonidan qo'llaniladi. CHunki ijrochi direktorning hamma biznes sohalari strategiyasi bilan shug'ullanishga imkoni bo'lmaydi. SHuning uchun rahbar strategiyani shakllantirishni musobaqa shaklida tashkil etadi. Lekin rahbar yangi strategiyalarni yaratilishini rag'batlantirishi lozim. G'alaba qilgan strategiyalar birlashtirib, umumiy strategiya yaratiladi.

Shunday qilib, strategiyani yaratishni to'rtta usuli ham uzining yaxshi va yomon tomonlariga ega. Ularni har birining muvaffaqiyatni yoki muvaffaqiyatsizlikni olib kelishi rahbarga bog'liq.

Strategiyani yaratish va amalga oshirish jarayoni o'zaro bog'lik beshta vazifani echishni o'z oldiga maqsad qilib qo'yadi:

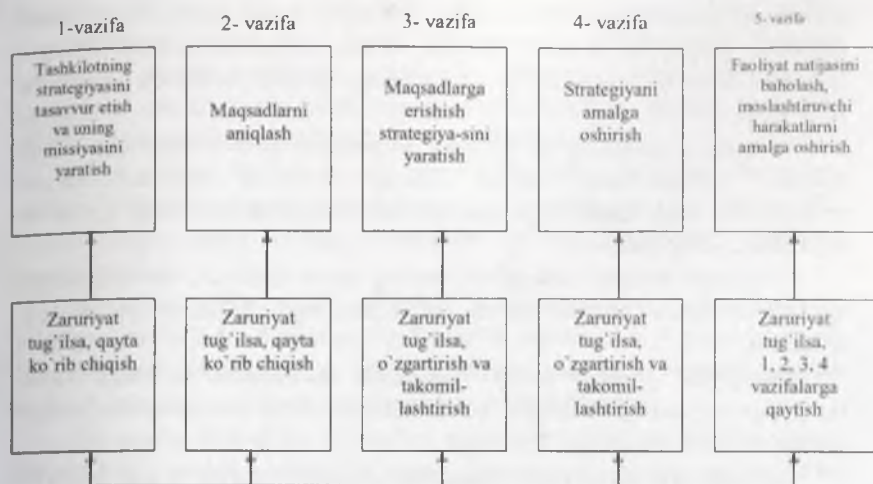
1. *Kompaniya qanday biznesda faoliyat ko'rsutadi, strategik tasavvurni shakllantirish ya'ni: missiyani va maqsadlarni aniqlash.*

2. *Strategik tasavvurni va missiyani qayta shakllantirish.*

3. *Qo'yilgan maqsadlarga erishish strategiyasini yaratish.*

4. *Tanlangan strategiyani sifatli va samarali tadbiq etish.*

5. *Faoliyat natijalarini baholash, yangi an'analarni aniqlash va uzoq muddatli rivojlanishga nisbatan moslashtiruvchi harakatlarni belgilash.*



2.1- chizma. Kompaniyani strategik ko'rinishini (tasavvurini) va missiyasini yaratish

Rahbarlar kompaniya rivojida quyidagi savollarga javob berishlari lozim. «Kompaniya to'g'risida tasavvurimiz qanday, nima qilmoqchimiz va nimaga erishmoqchimiz?». Ushbu savolga javob topish rahbarlarni biznes xarakterini aniqlashga va 5-10 yillik kompaniya rivojlanishini aniqlashga majbur etadi. «Biz kimmiz, biz nima qilayapmiz va rivojlanish yo'nalishimiz qanday?» degan savolga javob korxona yo'nalishini, xarakterini va obrazini aniqlaydi. «Kompaniya nima qilmokchi va kelajakda kim bo'lmokchi» degan savolga javob kompaniya missiyasini yaratadi. Bunda rahbarlar qanday natijalarga erishmoqchi ekanligini va o'z mijozlari uchun qanday faoliyatni amalga oshirmoqchi ekanliklarini aniqlashlari lozim.

Kompaniyaning ko'rinishi qanday bo'lishi va qanday raqobat mavqeiga ega bo'lishi lozimligini aniqlash bu kompaniyaning strategik tasviri yoki ko'rinishi demakdir. Ushbu hol kompaniyaning boshqaruv tasviridir. Kompaniyaning strategik ko'rinishini va uning missiyasini e'lon qilish bilan birga rahbarlar «Maqsadlar his-tuyg'usini» ijrochilarda shakllantirishlari lozim.

Maqsadlar – bu ish sifatini va uyushtirish jarayonini namoyish eta-digan harakat yo'nalishidir. Maqsadlarning qo'yilishi rahbarlarning tashkilot missiyasi va rivojlanish yo'nalishini aniq faoliyat natijalarini belgilash bo'lib, ularning bajarilishi tashkilot rivojini ko'rsatadi. Maqsadlarning qo'yilishi shunday vazifalarni bajarishi lozimki, tashkilot ishchilarining malakasini, intilishlarini va mehnat xarajatlarini talab qilsin. Tashkilotning hozirgi va kelajakda egallashi mumkin bo'lgan mavqei o'rtasidagi farq, uni tashabuskor bo'lishga, moliyaviy va

bozor imkoniyatlarini yaxshilash uchun intilishga majbur qiladi. SHu sababli maqsadlar yuqori va etishish mumkin bo'lish darajasida bo'lmog'i lozim. Bajarlilishi lozim bo'lgan vazifalar uzoq va qisqa muddatli bo'lsa, bu ideal holat hisoblanadi.

Kompaniya moliyaviy va strategik maqsadlarni alohida belgilashi lozim. Moliyaviy maqsadlarning mavjud emasligi, moliyaviy resurslarni yuqori tavakkalchilik bilan sarflanishiga sabab bo'ladi. Natijada tashkilotning o'sishi va raqobatbardoshligi pasayadi.

Kompaniya strategik maqsadlari shuning uchun muhimki, ular kompaniya raqobat mavqeini mustahkamlaydi va biznesning rivojlanish yo'nalishini ko'rsatadi.

Strategiyani yaratish asosiy boshqaruv muammosini ko'taradi ya'ni, kompaniyaning hozirgi va kelajak imkoniyatlarini hisobga olib, kerakli natijalarga qanday erishish mumkinligini ko'rsatadi.

Tashkilot strategiyasi uning maqsadlarini amalga oshirish yo'lida rahbarlar qo'llaydigan tadbir-choralardan, tadbirkorlik yondashuvlaridan tashkil topadi. Strategiyani shakllantirish – bu tadbirkorlik va strategik fikrlash mashqlaridan iborat. Bunda kompaniya rahbariyatining vazifasi shundan iboratki, strategiya xaridorlik fe'lining o'zgarishiga, raqobatchilarning oxirgi harakatlariga, bozor imkoniyatlariga va xavf – xatariga hamda yangi paydo bo'ladigan tadbirkorlik imkoniyatlariga aniq mos kelishini nazarda tutishi lozim. Kompaniya strategiyasi sezgir hisoblanadi qachonki, rahbarlar bozor an'analarini aniqlashda tadbirkorlikni namoyish etsalar, o'z iste'molchilarining ehtiyojlarini diqqat bilan o'rgansalar, kompaniya raqobatbardoshligini oshirib, uning faoliyatini o'z vaqtida o'zgartirsalar. Shu sababli strategiyani to'g'ri shakllantirish va tadbirkorlik bir – biriga chambarchas bog'liq. Biri ikkinchisiz yashay olmaydi.

Maqsadlar bu «natijalar» bo'lsa, strategiya bu maqsadga erishish «vositasidir».

Odatda, kompaniya strategiyasi: 1) Puxta o'ylangan va maqsadga muvofiq hatti-harakatlardan; 2) Vaziyatlarni kutilmagan rivojlanishi va raqobatchilar bosimi kuchayganda ularga qarshi chora-tadbirlardan tashkil topadi. YAngi vaziyatlarga katta texnologik yutuqlar, raqobatchilarning bozorga yangi tovarlarni muvaffaqiyatli kiritishi, yangi qonunlarning paydo bo'lishi, davlat siyosatining o'zgarishi va iste'molchilarni tovarning yangi xususiyatlarga qiziqishining ortib borishi va boshqa shu kabilar kiradi. Demak, strategiyani rejalashtirilgan harakatlar va muhit o'zgarishlariga javob reaksiyasi majmui deb qarash maqsadga muvofiqdir.

Kompaniyaning amaldagi strategiyasi bu rejalashtirilgan va muhit o'zgarishiga qarshi hatti-harakatlar majmuidan iborat.

Strategiya bir vaqtning o'zida ham aktiv (rejalashtirilgan), ham reaktiv (moslashadigan) qismlardan iborat. Strategiyaning shakllantirish bu-bozor iqtisodiyoti tartibga soladigan tadbirkorlik faoliyatini muhim bir tomoni. Strategiyaning yaratish bozor imkoniyatlarini tavakkalchilik va jasurlik, ijodiy his-tuyg'u va bilimdonlik asosida belgilashni nazarda tutadi.

Kompaniyaga ikki narsa xavf soladi. Birinchisi - eskirgan strategiyaning tanlash. Ikkinchisi-strategik o'zgarishlarni o'z vaqtida amalga oshirmaslik, o'zgarishlarni orqaga surish, kompaniya ichki o'zgarishlari bilangina shug'ullanish.

Strategiya to'g'ri shakllantirilganda u kompaniyaning tashqi muhitiga yo'naltirilgan bo'ladi. Rahbarning tadbirkorlik sifatleri bu - yangi strategik imkoniyatlardan foydalanish, ya'ni raqobatchilarni yangiliklar sohasida orqada qoldirish va korxona faoliyatini takomillashtirish harakatlari.

Kompaniya strategiyasi elementlari quyidagilardan iborat: biznesni qanday kengaytirish mumkin, iste'molchilarning ehtiyojlarini qanday yo'llar bilan qondirish mumkin, raqobatchilarni qanday engish mumkin, bozor o'zgarishlariga qanday javob berish mumkin, biznesni funksional bo'limlarini qanday boshqarish lozim, strategik va moliyaviy maqsadlarga qanday erishish mumkin? va boshqalar. Strategiya asoslarini tashkil etuvchi ushbu muammolar har xil kompaniyalar uchun turlicha hal etiladi. Chunki ular turli vaziyatlar bilan bog'liq. Kompaniya strategik erkin bo'lganligi tufayli turdosh yoki noturdosh tarmoqlarga kirib borishi, qo'shma korxonalar tuzishi, alyanslar yangi tashkilotlar yaratishi mumkin.

Atrofdagilar uchun kompaniya strategiyasining bir qismi ko'rinib turadi, boshqa qismi esa begonalar uchun yashirindir.

Strategiyaning amalga oshirish quyidagilardan iborat:

Strategiyadan umumli foydalanuvchi tashkilotni yaratish.

Resurslarni muhim yo'nalishlarga sarflanishini ta'minlovchi moliyaviy rejani yaratish.

Strategiyaning qo'llab-quvvatlovchi siyosatni yuritish.

Strategiyaning amalga oshirish motivini yaratish.

Natijalar bilan mukofotlash sistemasini bir-biriga bog'lash.

#Kompaniyaning shunday madaniyatini yaratish lozimki, u strategiyani muvaffaqiyatli amalga oshirishga xizmat qilsin.

Muntazam takomillashtirish sistemasini yaratish.

Strategiyaning amalga oshirish uchun ichki faollar sistemasini yaratish.

Strategiyaning amalga oshirish bu - amaliy ma'muriy ish bo'lib, tashkil etish, moliyaviy rejalashtirish, kerakli siyosatni yuritish, motivlarini va kompaniya madaniyatini hamda boshqarish usullarini yaratish, qisqasi kompaniya

maqsadlarini amalga oshirishga xizmat qiluvchi hamma harakatlar majmuasidan iborat.

Strategik rejani amalga oshirishda hamma rahbarlar qatnashadi. Difersifikasiyalashgan kompaniyalarda strategiyani boshqarishning 4 pog'onasi mavjud:

Ijrochi – direktor va kompaniya darajasidagi boshqa oliy rahbarlar.

Muayyan biznes yo'nalishida foyda va zararlar uchun javobgar va strategiyani shakllantirish xuquqiga ega rahbarlar.

Biznes ichida funksional zonalar uchun javobgar (ishlab chiqarish, marketing, moliya, ilmiy izlanishlar va kadrlar) rahbarlar.

Asosiy ishlab chiqarish bo'limlarining rahbarlari javobgarligi.

Strategiyani shakllantirish va tadbiq etish oliy rahbariyat zimmasida bo'lganligi uchun direktorlar kengashining strategik roli strategik muammolarni to'g'ri hal etishni nazorat qilishdan iboratdir. Direktorlar kengashi muhim strategik harakatlarni nazorat qiladi va strategik rejalarni rasmiy qullab-quvvatlaydi. Kamdan-kam vaziyatlarda direktorlar kengashi strategiyani yaratishda etakchi rol o'ynaydi.

Strategik boshqaruv jarayonida direktorlar kengashining roli strategik harakatlarni kritik baholash va kelajak strategiyasini amalga oshirishni ta'minlashdan iborat. Direktorlar kengashining asosiy vazifalaridan yana biri oliy rahbariyatning strategiyani yaratish va amalga oshirish sohasidagi malakasini nazorat qilish ya'ni, direktorlar kengashi ijrochi-direktori va boshqa rahbarlar o'z vazifasini qanday bajarayotganini baholashdan iboratdir.

Zamonaviy rahbar o'z kompaniyasining mavqeini va ushbu mavqega ta'sir etuvchi muhit qanday o'zgarishini tasavvur etishi lozim. U o'z biznesini shunchalik yaxshi bilishi lozimki, zarurat tug'ilganda muayyan o'zgarishlarni amalga oshirishni aniq bilishi kerak.

«Raqobatchilar bizning usullarimizni, prinsiplarimizni, imkoniyatlarimizni asosan bilishadi, ular o'z ustunligidan foydalanish imkoniyatiga ega. Muvaffaqiyatlarimiz farqi strategiyalarni yaratilish va amalga oshirishdadir» deydi muvaffaqiyatli firmaning ijrochi-direktori.

Yuqori darajali strategik fikrlash va boshqarish bu:

1. «Biz nima qilmoqchimiz va nimaga erishmoqchimiz?» nuqtai nazaridan tashkilotni yaxshiroq boshqarish;

2. Rahbarlarning o'zgarishlarga nisbatan sezgirligi;

3. Investiitsiyalarni va raqobatli ehtiyojlarni baholashda rahbarlarni rasional baholash asoslari bilan ta'minlash;

4. Tashkilot bo'yicha strategik qarorlarni muvofiqlashtirish;

5. *Boshqaruv aktivligini oshirish, faqat himoyalaniş strategiyasidan foydalanishni oldini olish. Biznes tarixi faqat himoyalaniş yoki javob chorulari bilan muvaffaqiyatga erishib bo'lmashligini ko'rsatadi.*

Strategik tasavvur «Biz hozirgi paytda kimmiz, nima qilayapmiz va qaysi tomonga ketayapmiz?» - degan savolni yoritishdan iborat. Savolni to'liq yoritilishi kelajakda qaysi tomonga rivojlanishga nisbatan hech qanday noaniqlikka o'rin qoldirmaydi. Kompaniya missiyasi uning hozirgi holatiga (nima qilayapmiz?) tegishlidir. Uning kelajakdagi o'mini aniqlash, rivojlanish yo'nalishini belgilash (qaysi tomonga rivojlanayapmiz, qanday yangi maqsadlarga erishmoqchimiz, 5-10 yildan keyin bizning biznes qanday ko'rinishda bo'ladi...) murakkabdir. Samarali strategik rejalashtirish kompaniya qanday faoliyatni bajaradi va qanday faoliyatdan voz kechishi lozim hamda qanday yo'nalishda rivojlanish zarurligini tasavvur etishdan boshlanadi. Strategik tasavvurga ega bo'lmagan kompaniya o'z bozor mavqecini ham tasavvur eta olmaydi.

Strategik tasavvurga ega bo'lmagan kompaniyalar qanday bozor vaziyatiga ega bo'lishni va qaysi bozor segmentini egallashni bilmaydilar.

Ba'zan kompaniyalar o'z missiyasini foyda orqali sonlarda ifodalaydilar, holbuki foyda bu kompaniyaning maqsadlariga tegishlidir. Foyda bu kompaniya maqsadi bo'lsa, missiya esa shu foyda olinishi lozim bo'lgan faoliyat turidir. Agar hamma kompaniyalar o'z missiyasini foyda orqali ifodalasalar ularning bir-biridan farqi bo'lmaydi.

Strategik tasavvurni va missiyani shakllantirishda quyidagi uch holatga e'tibor berish lozim:

- 1) *Kompaniya biznesning qaysi sohasida faoliyat ko'rsatadi?*
- 2) *Kompaniya ko'rinishini va missiyasini ilxomlantiruvchi va rag'batlantiruvchi aniq shaklda tasvirlash.*
- 3) *Kompaniyaning strategik yo'nalishini va missiyasini o'zgartirish vaqtini his etish.*

Biznesni aniqlash va tasvirlash.

Kompaniya qanaqa talablarni qondirmokchi, u qanaqa iste'molchilar guruhiga yo'naltirilgan, u o'z maqsadli bozoriga qanaqa texnologiyalar, funksiyalar yordamida xizmat ko'rsatmoqchi?, - degan savollarga javob biznes tabiatini aniqlaydi.

Biznes sohasini to'g'ri tasvirlash uchun quyidagi uchta omilni nazarda tutish lozim:

- 1) *Iste'molchilar talabi nimadan iborat va qanday talab qondirilayapti?*
- 2) *Qanaqa iste'molchilar guruhi yoki kimlar qondirilayapti?*

3) *Foydalaniladigan texnologiyalar va bajariladigan funksiyalar samaradorligi qanday yoki iste'molchilarning talabi qanday yo'llar bilan qondirilayapti?*

Kompaniyalar ixtisoslashtirilgan, ya'ni ishlab chiqarishning bitta zanjirida to'plangan bo'lishi yoki to'liq integrasiyalashgan ya'ni ishlab chiqarishni va taqsimotni to'liq qamrab olgan bo'lishi mumkin. (Gudiyar va Jeneral Motors kompaniyalarini taqqoslash mumkin)

Diversifikasiya kompaniyalariga biznesni keng ifodalash maqsadga muvofiq.

Diversifikasiyalashgan kompaniyalarning biznes tasviri birlik biznes bilan shug'ullanadigan kompaniyalarning biznes tasviriga nisbatan kengroq ifodalanadi.

Yaxshi, puxta o'ylangan va ifodilangan missiya boshqaruv qimmatiga ega:

1) *Missiyada kompaniyaning kelajak rivojlanish yo'nalishi belgilanadi.*

2) *Missiya «ko'r-ko'rona» boshqaruv tavakkalchiligini, nazoratsiz qaror qabul qilishni oldini oladi.*

3) *Missiya tashkilot maqsadlarini ifodalash orqali ijrochilar motivlarini oshiradi.*

4) *Missiya quyi pog'ona rahbarlariga yo'l ko'rsatadi va ularga funksional xizmatlar, maqsad va strategiyani yaratishga yordam beradi.*

5) *Missiya tashkilotni kelajak istiqbolini nazarda tutgan holda tayyorgarlik ko'rishga yordam beradi.*

Maqsadlarni aniqlash: ikkinchi strategik vazifa.

Maqsadlar bu - aniq natijalarga muayyan bir vaqt mobaynida erishishning boshqaruv majburiyatidir. Maqsadlar - qachon, qancha va qaysi turdagi harakatlarni amalga oshirish zaruriyatini ifodalaydi. Uzoq muddatli maqsadlar va missiya aniq o'lchash mumkin bo'lgan faoliyat maqsadlarida aks ettirilmasa va rahbarlar unga erishish yo'llarini topa olmasalar bularning hammasi quruq so'z bo'lib qolaveradi. Har bir guruh uchun maqsadlarni belgilaydigan va ushbu maqsadlarga erishish uchun agressiv harakat, tadbir-choralarni qo'llaydigan rahbarlar yaxshi niyatli, ko'p ishlaydigan va muvaffaqiyatga umid qiladigan rahbarlarga nisbatan tezroq muvaffaqiyatga erishadilar. Maqsadlar imkoni boricha sonlar bilan ifodilangan va aniq muddatga mo'ljallangan bo'lishi lozim. Bill Xyulet fikricha «O'lchash mumkin bo'lmagan narsalarni boshqarib ham bo'lmaydi. O'lchandi bajarildi demakdir».

Maqsadlar moliyaviy va strategik bo'lishi lozim. Moliyaviy maqsadlar bu tashkilotning yashash shartlari bo'lsa, strategik maqsadlar esa kompaniyaning raqobatbardoshligini va bozor mavqeini mustahkamlashdir.

Kapital aylanishini tezlashtirish, foydani ko'paytirish, dividendlarni, rentabellikni va aksiya narxlarini oshirish va shu kabilar - moliyaviy maqsadlardir.

Bozor ulushini va mahsulot sifatini oshirish, asosiy raqobatchilarga nisbatan xarajatlarni kamaytirish, iste'molchilar o'rtasida obro'-e'tiborni ko'tarish, iste'molchilarga xizmat ko'rsatishni yaxshilash va shu kabilar strategik maqsadlardir.

Kompaniya faoliyatida ba'zan moliyaviy ba'zan strategik maqsadlar ustivor bo'lishi mumkin. Strategik maqsadlar kuchli asosiy raqobatchini engish bo'lishi mumkin. Boshqaruv strategiyasi prinsiplari:

Har bir kompaniya strategik va moliyaviy maqsadlarni belgilashi lozim.

Kompaniyaning uzoq muddatli, raqobatbardosh mustahkam mavqei aksionerlarga qisqa muddatli foydaga qaraganda ko'proq va muntazam foyda keltiradi.

Kompaniya maqsadlari erishish mumkin darajada bo'lishi bilan birga ma'lum kuch-g'ayratni talab qiladi. Buning uchun:

Tarmoq va raqobat shartlari qanday mehnat unumdorligini talab qiladi?

Maqsadlarning amalga oshirilishi qanday natijalarni olib keladi?

Tashkilot o'z rivojida qanday mehnat unumdorlik darajasiga erishishi mumkin?-kabi savollarni tahlil etishga to'g'ri keladi.

Strategik maqsadlar moliyaviy maqsadlarga bog'liq. SHu sababli:

- 1) Moliyaviy maqsadlar strategik maqsadlarni amalga oshirish imkonini berishi lozim.
- 2) Boshqa tadbir-choralarga ham moliyaviy imkoniyat yaratilishi lozim.
- 3) Strategik maqsadlar investorlarni va moliyaviy jamoani ishontirish va ularning talablarini qondirishi lozim.

Strategiyani yaratish: uchinchi strategik vazifa.

Tashkilot missiyasini va maqsadlarini bajarish uchun tashkilotga strategiya zarur. Strategiyani yarata turib: mehnat unumdorligini qanday oshirish mumkin, raqobatchilarni qanday orqada qoldirish mumkin, raqobatbardoshlikni qanday ta'minlash mumkin, tashkilotning uzoq muddatli mavqecini qanday mustahkamlash mumkin, kompaniyaning strategik ko'rinishini qanday yaratish mumkin degan savollarga javob berish lozim.

Kompaniya uchun katta ahamiyatga ega bo'lmagan (reklama xarajatlarini amalga oshirish, dividendlarni oshirish, X va U yangi zavodlarini joylashtirish) yoki oddiy boshqaruv masalalari (avtomobillarni sotib olish kerakmi yoki ijaraga olish kerakmi, sotish bo'limida kadrlar oqimini pasaytirish) strategiyaga sezilarli ta'sir etmaydi. Strategiya - nima qilish kerak, qachon bajarish kerak va kimlar qatnashishi kerak? degan savollarga javob beradi. Kompaniya strategiyasini yaratish va tadbiq etish to'xtovsiz davom etadigan jarayondir.

Strategiyani yaratish ierarxiyasi.

Katta korxonalar, kompaniyalar strategiyasini yaratish jarayoniga oliy rahbariyat bilan birgalikda ofis rahbarlari, ishlab chiqarish va tijorat bo'limlari

boshliqlari, funksional bo'lim rahbarlari ishlab chiqarish korxona rahbarlari va konstruktiv buyumlarni ishlab chiqarish rahbarlari ham qatnashadilar. Diversifikasiyalashgan korxonalarda strategiya to'rt alohida tashkiliy pog'onalarda yaratiladi.

Birinchi pog'onada kompaniya tarkibiga kiruvchi barcha korxonalar uchun korporativ strategiya yaratiladi.

Ikkinchi pog'onada kompaniyani diversifikasiyalovchi alohida biznes turi strategiyasi yaratiladi.

Uchinchi pog'onada funksional bo'limlar uchun funksional strategiya yaratiladi. Bunga ishlab chiqarish strategiyasi, marketing strategiyasi, moliyaviy strategiya va boshqalar kiradi.

To'rtinchi pog'onada ishchi bo'limlarning operativ strategiyasi yaratiladi.

Korporativ strategiya - bu diversifikasiyalashgan kompaniyani umumiy boshqaruv rejasidir. Ushbu strategiya diversifikasiyalashgan biznes turlarini o'zida mujassam etadi.

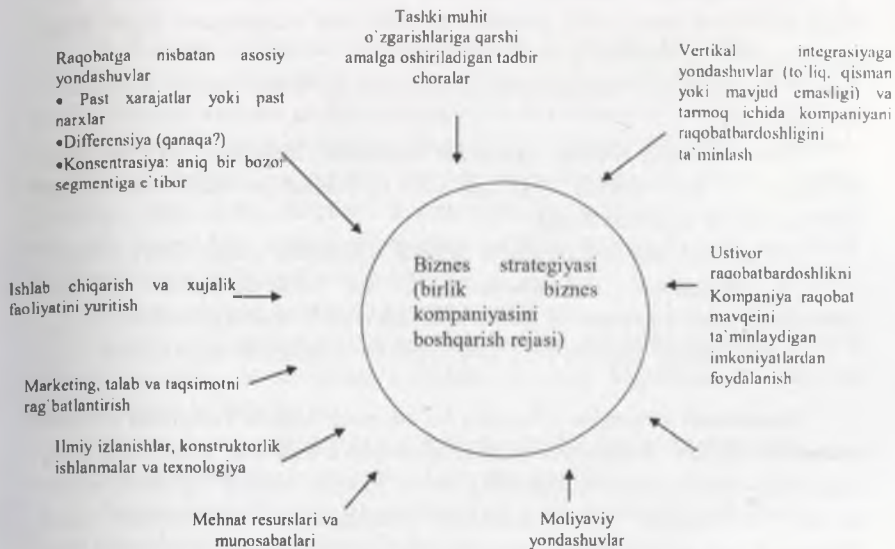
Diversifikasiya kompaniyasining korporativ strategiyasi quyidagi to'rt turdagi tashabusslarni qamrab oladi:

1. *Diversifikasiyani amalga oshirish yo'nalishidagi hatti-harakatlar, ya'ni kompaniyani biznes portfeli qanaqa bo'ladi, diversifikasiyaning turdosh yoki noturdosh bo'lishi.*

2. *Diversifikasiyalashgan biznes sohalarining umumiy mehnat unumdorligini oshirish yo'nalishidagi kompaniyani harakatlari.*

3. *Raqobatbardoshlikni oshirish uchun turdosh biznesning o'zaro bog'liqligidan foydalanish yo'nalishlari. Strategik muvofiqlik ($2+2=5$)*

4. *Investision jozibadorlikni belgilash va resurslarni istiqbolli biznes sohalariga yo'naltirish.*



2.2-chizma. Biznes strategiyasining asosiy elementlari

Biznes strategiyasi – bu birlik biznesni boshqaruv rejasidir. Biznes strategiyasining asosiy muammosi bu aniq biznes sohasi bo'yicha kompaniyaning bozor mavqeini mustahkamlashdan iborat. Buning uchun:

1. *Iqtisodiyotdagi, qonunchilikdagi, siyosatdagi va biznesga ta'sir etuvchi boshqa o'zgarishlarga qarshi tadbir-choralarni aniqlash.*

2. *Raqobatbardoshlikni ta'minlovchi bozor mavqeini mustahkamlovchi harakatlarni va yondashuvlarni yaratish.*

3. *Funksional bo'limlarning strategik tashabusslarini birlashtirish.*

4. *Biznes sohasidagi strategik muammolarni hal etish.*

Biznes strategiyasi birlik biznesni muvaffaqiyatini ta'minlash uchun rahbariyat yaratgan tadbir-choralarni, hatti-harakatlarni va yondashuvlarni o'zida mujassamlashtiradi. Biznes strategiyasining markaziy elementi bu - uzoq muddatli mustahkam raqobatbardosh bozor mavqeini qanday yaratish mumkin degan savolga javobdir.

Raqobat ustunligini yaratishning uch qirradi mavjud:

1) Kompaniya qaerda va qanday yo'nalishlarda raqobat ustunligiga ega bo'lishi mumkin?

2) Kompaniya shunday tovarlarni ishlab chiqarishi lozimki, ular raqobatchilar tovarlari oldida jozibador bo'lishi bilan kompaniyani yaqqol ijobiy ajralib turishini ta'minlashi lozim.

3) Raqobatchilar harakatlarini yo'kka chiqarish tadbir-choralarini yaratish va tadbir etish.

Kompaniyaning raqobat sohasidagi harakatlari hujumkor yoki himoyaga asoslangan bo'lishi mumkin. Tajribada ko'p qo'llaniladigan raqobat harakatlari quyidagi uch yo'nalishdan iborat:

1) Tarmoqda eng kam xarajatlar asosida tovar ishlab chiqarishga erishish.

2) Mahsulotni individuallashtirish va differensiyalash. Tovarni rasmiylashtirishda va xizmat ko'rsatish sohasida etakchi bo'lishga intilish.

3) Bozorning o'ziga xos xususiyatiga ega tor sohasiga kirishga intilish.

Funksional strategiya - bu aniq bo'lim yoki tayanch funksional biznesni boshqaruv rejasidir. Kompaniya biznesning muhim sohalari bo'yicha ya'ni: ilmiy izlanishlar, ishlab chiqarish, marketing, servis xizmati, moliya taqsimoti, kadrlar bo'limi va boshqalar uchun funksional strategiyalarga ega bo'lishi lozim. Funksional strategiyalar biznes strategiyasiga nisbatan tor ma'noda bo'lsa ham, biznesning umumiy rejasini muhim tushunchalar bilan to'ldiradi. Funksional strategiya asosiy vazifasi biznesning umumiy strategiyasini qo'llab-quvvatlashdan iborat. Odatda funksional strategiyani yaratish majburiyati funksional bo'lim rahbariyati zimmasida bo'ladi. Lekin biznes rahbari funksional strategiyaga o'z ta'sirini o'tkazishi ham mumkin. Funksional strategiyani yaratishda funksional bo'lim rahbarlari o'z yordamchilari kuchidan foydalanishi yoki boshqa funksional bo'lim rahbarlari bilan hamkorlikda ishlashi mumkin. Agar funksional bo'lim rahbarlari bir - biridan mustaqil ravishda funksional strategiyalarni yaratsalar, ular bir-biriga mos kelmay qoladi.

Operativ strategiyalar - tayanch ishlab chiqarishni (korxonalar, savdo nuqtalari, taqsimot markazlarini) boshqarishda va strategik ahamiyatga ega kundalik operativ muammolarni hal etishda (reklama, materiallarni sotib olish, zaxiralarni boshqarish, texnik xizmatlar, ta'minot) tor strategik tashabuss sifatida foydalaniladi. Operativ strategiya kichik masshtabga ega bo'lsa ham funksional biznesni va umumiy biznes rejasini muhim tushunchalar bilan to'ldiradi. Operativ strategiyalarni quyi pog'ona rahbarlari yaratadilar. Masalan: Santexnik buyumlari distribyuteri buyurtmalarni aniq va tez bajarishni xohlaydi. Ushbu strategiyani bajarish uchun omborxona mudiri:

- 1) Buyurtmalarni to'liq bajarish uchun zaxiralarni boshqarish strategiyasini yaratadi.
- 2) Xodimlar bilan kelishib 24 soat davomida buyurtmalarni bajarishni tashkil etadi.

3. Korxona strategiyasi va samaradorligiga ta'sir etuvchi omillar

Bir qancha vaziyatlar kompaniya strategiyasini shakllantirish jarayoniga kiradi. Quyidagi kompaniya strategiyasiga ta'sir etuvchi asosiy omillar keltirilgan. Omillarning o'zaro harakati va strategiyaga ta'siri o'zgarib turadi. Bir-xil sharoitda amalga oshiriladigan strategiyalar mavjud emas. Hattoki bir tarmoq ichidagi omillarga qarshi tadbir-choralarni kompaniyalar uz strategiyasi asosida amalga oshirishi lozim. Shu sababli strategiyani yaratish jarayonida ichki va tashqi omillarni chuqur tahlil etishga to'g'ri keladi.

Ijtimoiy, siyosiy, xuquqiy va insoniy omillar.

Korxona o'z strategiyasi tarkibiga kiritiladigan maqsadlar qonuniy, ijtimoiy jihatdan jamiyatga va davlatning siyosatiga, me'yoriy hujjatlariga va fuqarolik jamiyatiga mos bo'lishi shart.

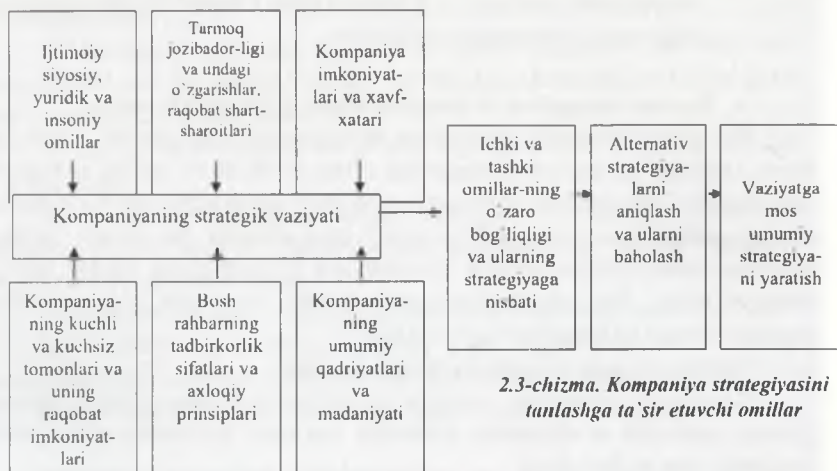
Ijtimoiy javobgar strategiya o'z tarkibida quyidagilarni mujassam etadi:

1. Jamiyatni etik me'yorlariga mos faoliyatni yuritish;
2. Jamiyatning talablariga va qadriyatlariga ijobiy munosabatda bo'lish;
3. Ijtimoiy me'yoriy talablarni bajarish;
4. Jamiyatning, mulkdorlarning va aksiyadorlarning moddiy va ma'naviy manfaatlarini muvozanatlash;
5. Jamiyatning qonunparvar va yaxshilik qilishga tayyor insoniy kiyofasini saqlash.

Tarmoq jozibadorligi va raqobat shartlari kompaniya strategiyasining muhim omillaridandir. Agar tarmoqda raqobat keskin oshib borayotgan bo'lsa, zudlik bilan kompaniya mavqecini mustahkamlovchi tadbir-choralarni amalga oshirishga to'g'ri keladi.

Kompaniya raqobatga bardosh bera olmasligini oldindan ko'ra bilsa yoki tashqi muhit yomon tomonga o'zgarayotgan bo'lsa, u o'z mablag'larini turdosh yoki noturdosh biznes sohalariga investitsiya qilishi mumkin.

Tashqi omillar



2.3-chizma. Kompaniya strategiyasini tushlashga ta'sir etuvchi omillar

Ichki omillar

Bozor imkoniyatlari va xavf-xatari.

Kompaniyaning tadbirkorlik imkoniyatlari va xavf-xatari uning strategiyasini aniqlovchi omillardan hisoblanadi. Avvalo, kompaniya strategiyasi foyda keltiradigan va uzoq vaqt davomida raqobatbardoshlikni ta'minlaydigan sohalarga qaratilgan bo'lishi hamda joriy va kelajak xavf-xataridan ogoh etishi maqsadga muvofiqdir. Strategiyada hujum va himoya vositalari aniqlanadi. Kompaniya strategiyasi muvaffaqiyatli bo'lishi uchun u bozor imkoniyatlarini va tashqi xavf-xatarni hisobga oladi. Jozibador bozor imkoniyatlaridan samarali foydalanish uchun hujumkorlik harakatlarini va kompaniyaning raqobat mavqeini hamda uzoq muddatli foydaliligini himoya harakatlarini strategiyada aks ettirish talab etiladi.

Tashkilotning kuchli va kuchsiz tomonlari va raqobatbardoshligi.

Tajribalar shuni ko'rsatadiki, rahbariyat strategiyani kompaniyaning kuchli tomonlariga asoslanib yaratishi va kompaniya yomon bajaradigan sohalarni strategiyadan chiqarishlari lozim. Strategiyani yaratishda kompaniyaning kuchli tomoniga asoslanish:

1. *Imkoniyatlardan foydalanishda malaka va qobiliyatni aniqlaydi;*
2. *Kompaniyaning bozor mavqeini ta'minlaydigan raqobat ustunligini aniqlaydi;*
3. *Strategiyaning potensialini aniqlaydi.*

Kompaniya yuqori malaka va qobiliyatga ega bo'lmashligi mumkin, lekin rahbariyat kompaniya strategiyasini yaratishda real tajriba va mavjud resurslarga asoslanishi lozim.

Shaxsiy obro'talablik (ambisiya), biznes falsafasi va rahbarlarning etik prinsiplari.

Rahbarlar qanaqa strategiyaga amal qilishni ob'ektiv baholay olmaydilar, chunki ularga kompaniya raqobatbardoshligi, qanaqa mavqega, imijga va obro'ga ega bo'lishi to'g'risidagi tasavvur ta'sir qiladi.

Rahbarlarning tavakkalchilikka munosabati ham strategiyaga o'z ta'sirini o'tkazadi. Tavakkalchilikni yoqtirmaydigan rahbarlar *«Konservativ»* strategiyalarni tanlaydilar. Tavakkalchi rahbarlar (*opportunistik*) o'zgaruvchan strategiyaga amal qiladilar. Ular yangi texnik echimlarni va hujumkor strategiyalarni qo'llaydilar.

Rahbarlarning shaxsiy qadriyatlari kompaniya strategiyasining etik sifatlariga ta'sir qiladi. Mustahkam etik tarbiyaga ega rahbarlar: axloqiy me'yorlarga amal qilinishini ma'qullaydilar, pora berish va olishni, raqobatchilarni asossiz ayblashni, raqobatchilarga siyosiy ta'sir o'tkazishni, shubhali ingredientlarni oziq-ovqatlarni ishlab chiqarishda ishlatishni va shu kabilarni qoralaydilar.

Kompaniyaning insoniy va madaniy qadriyatlarining strategiyaga ta'siri.

Kompaniya siyosati, tajribasi, an'analari, falsafiy qarashlari va biznes to'g'risidagi tasavvurlari majmuasi kompaniyaning o'ziga xos madaniyatini tashkil qiladi. Kompaniyaning strategiyasida madaniy xususiyatlar va boshqaruv qadriyatlari aks etadi. Ayrim holatlarda qadriyatlar va madaniyat kompaniyaning strategiyasini yaratilishida asosiy ta'sirga aylanishi mumkin. Iste'molchilarga sifatli tovar va xizmatlarni taklif etish, aksionerlar foydasini ustunkor yo'nalish deb qarash, ishlab chiqarishni moliyalash uchun uzoq muddatli qarz olishlardan voz kechish, ijodkorlikni va tashabusskorlikni qo'llab-quvvatlash va ishchi-xodimlar o'zlarini kompaniyaning to'la qonli a'zosi deb hisoblashi uchun sharoit yaratishlar asosiy qadriyatlardandir.

Strategiyaning etika bilan bog'liqligi.

Kompaniya strategiyasi jamiyatning etik me'yorlariga mos bo'lishi lozim. Strategiya odilona harakatlarga asoslanishi, nohaklikni yo'kotishga qaratilishi shart aks holda strategiya axloqiy me'yorlarga mos kelmay qoladi. Axloqiy me'yorlar bu faqat qonunlarga amal qilishdan iborat emas. Axloqiy-etik me'yorlar qonunlarga nisbatan kengroq va muhimroqdir. Etika bu insonning axloqiy burchi va jamiyat hayotida amal qilishi lozim bo'lgan hayotiy urf-odatlar va qoidalar majmuasidir. Har qanday biznes quyidagi besh toifa insoniy guruhlar oldida javobgar:

- 1). *Xususiy aksiyadorlar;*
- 2). *Ishchilar;*
- 3). *Iste'molchilar;*
- 4). *Ta'minotchilar;*
- 5). *Jamiyat.*

Ushbu insoniy guruhlar va kompaniya o'zaro bir-biri bilan munosabatda bo'ladi hamda bir-birining faoliyatiga ta'sir o'tkazadi. YUqorida keltirilgan guruhlarining ma'naviy yoki moddiy manfaatlari qoniqtirilmasa, ular vaziyatni o'zlari qo'lga oladilar. Aksionerlar direktorlar kengashi orqali o'z huquqlarini himoya qiladilar. Ishchilar kasaba uyushmalari, sud huquq tartibot organlari orqali o'z huquqlarini himoya qilishga harakat qiladilar. Iste'molchilar raqobatchilar tovarlarini sotib olishga o'tishlari, ta'minotchilar ham boshqa xaridorlarni topishlari yoki boshqa bozor imkoniyatlaridan foydalanishlari mumkin. Mahalliy xalq ham har xil siyosiy va davlat organlari orqali yoki namoyishlar tashkil etish bilan kompaniya strategiyasiga o'z ta'sirlarini o'tkazadi.

Strategiyani samaradorlik tekshiruvi.

Strategiya quyidagi uchta test orqali tekshiriladi.

Muvofiqlik testi.

Puxta o'ylangan strategiya kompaniyaning ichki va tashqi imkoniyatlariga aniq mos keladi.

Raqobatbardoshlik testi.

Yaxshi strategiya kompaniyaning raqobatbardoshligini ta'minlaydi. Raqobatbardoshlik qanchalik yuqori bo'lsa, kompaniyaning quvvati va samaradorligi shunchalik yuqori bo'ladi.

Mehnat unumdorligi testi.

Yaxshi strategiya kompaniyaning mehnat unumdorligini ta'minlaydi. Mehnat unumdorligining oshishi bu kompaniyaning foydaliligining o'sishi, biznesning uzoq muddatli ishonchligini, uning raqobat mavqeini o'sishini bildiradi. YUqori uchta testdan qoniqarli o'tadigan strategiya kompaniyaning jozibador strategiyasi sifatida qabul qilinishi va ma'lum muddatdan keyin ushbu testlar orqali baholanishi mumkin.

Strategiyani baholashning boshqa mezonlari ham mavjud. Bular: aniqlik, strategiyani yaratuvchilarning ichki qarama-qarshiligining mavjud emasligi, strategiyaning shaxsiy qadriyatlarga va rahbarlar rejalariiga mos kelishi, tavakkalchilik va qayishqoqlikdir.

Nazorat va muhokama uchun savollar:

1. Sanoat korxonalari strategiyasining mohiyati va maqsadini tushuntiring.
2. Sanoat korxonalarining rivojlanish strategiyasini ishlab chiqish qanday bosqichlardan iborat.
3. Korxona strategiyasi va samaradorligiga ta'sir etuvchi omillar haqida fikrlang.
4. Strategik tanlash deganda nimani tushunasiz.
5. Biznes strategiyasi tushunchasiga izoh bering.
6. Funksional strategiya deganda nimani tushunasiz.
7. Operativ strategiyalarga izoh bering.

1.3-MAVZU. MAHSULOT ISHLAB CHIQUARISH FAOLIYATI

1. Asosiy, yordamchi va xizmat ko'rsatuvchi ishlab chiqarishni tashkil etish
2. Ishlab chiqarish sikli davomiyligini qisqartirish
3. Ishlab chiqarishni bir xilligi va ritmini ta'minlash

1. Asosiy, yordamchi va xizmat ko'rsatuvchi ishlab chiqarishni tashkil etish

Korxonada ishlab chiqarishni tashkil etish ishlab chiqarish jarayonini yo'lga qo'yish bilan bog'liq.

Ishlab chiqarish jarayoni - bu kishilarni o'zlarining iste'moli uchun zarur bo'lgan moddiy va ma'naviy ne'matlarni yaratishga qaratilgan maqsadga muvofiq faoliyatidir. Moddiy va ma'naviy ne'matlar yaratish, turli xizmatlar ko'rsatish jarayoni kishilar iqtisodiy faoliyatining asosiy tomonidir.

Ma'lumki, har qanday ishlab chiqarish, birinchi navbatda, mehnat jarayonidir yoki boshqacha qilib aytganda, tabiatdagi bor narsalarning ko'rinishini o'zining iste'moli uchun muvofiq holga keltirish uchun qilingan mehnat faoliyatidan iboratdir. Kishilar o'zlarining ongli maqsadga muvofiq unumli mehnati bilan tabiat moddalarining shakllarini o'zgartiradilar va iste'moli uchun zarur bo'lgan mahsulotni vujudga keltiradilar. Mehnat jarayonida kishilar bilan tabiat o'rtasida moddalar almashinuvi bilan birga insonning o'zi ham har tomonlama kamol topib boradi, ya'ni kishilar o'zining mehnatga bo'lgan qobiliyatini, bilimini oshiradi va ulami amalda qo'llashni kengaytirib boradi.

Shunday qilib, ishlab chiqarish jarayoni iste'mol qiymatlarni vujudga keltirish uchun maqsadga muvofiq qilinadigan harakatdir, tabiat yaratgan narsalarni kishi iste'moli uchun o'zlashtirib olishdir, kishi bilan tabiat o'rtasidagi modda almashuvining umumiy shartidir, kishi hayotining abadiy tabiiy sharoitidir. Ishlab chiqarish jarayoni insoniyat taraqqiyotining hamma bosqichlariga, hamma

mamlakatlarga, el-yurtlarga va xalqlarga xos bo'lib, umuminsoniy kategoriyadir (tushunchadir).

Ishlab chiqarish jarayoni - bu xom-ashyoning tayyor mahsulotga aylanguncha bo'lgan barcha jarayonlar tushuniladi.

Yoqilg'i-energetika kompleksining ajralmas qismi bo'lgan neft-gaz sanoati murakkab sanoatdir. Neft va gazni qazib olishni ta'minlash uchun neft mahsulotlarini ishlab chiqarish va ularni iste'molchilarga etkazib berish ko'plab texnologik jarayonlar bilan shug'ullanuvchi ko'plab tashkilotlar va korxonalarning ishtirokini talab qiladi.

Hozirgi vaqtda qabul qilingan texnologik mutaxassislik bo'yicha, quyidagi faoliyat yo'nalishlari ajratilishi mumkin:

- 1) manbalarni qidirish;
- 2) quduqlarni qurish (neft, gaz, in'ektsiya va boshqalar;
- 3) neft, gaz, kondensat;
- 4) neft va gazni qayta ishlash, neft va gaz kimyo;
- 5) neft, gaz va ularning mahsulotlarini tashish, saqlash, sotish;
- 6) neft mahsuloti quvurlari, gaz quvurlari, gaz omborlari va neftbazalar qurilishi.

Neft va gazni qazib olish jarayonida turli xil qisman ishlab chiqarish jarayonlari mavjud:

- 1) neft va gazning haqiqiy ishlab chiqarilishi (qatlamlardan sirtga chiqarish);
- 2) yo'ldosh gazni yig'ish va ulardan foydalanish;
- 3) neft va gazni kompleks tarzda tayyorlash;
- 4) neftni tashish va saqlash;
- 5) quduqlarni yerosti ta'mirlash;
- 6) quduqlar va uskunalarni yer usti ta'mirlash;
- 7) kapital ta'mirlash;
- 8) quduq va qatlamlarni o'rganish;
- 9) mexanik va quvvatli asboblarni yig'ish va demontaj qilish.

Neft va gaz qazib chiqarish va qayta ishlash hajmlari ushbu sohaga tegishli barcha korxonalarning umumiy faoliyatiga ta'sir ko'rsatadi. Korxonalar orasidagi farqlarga qaramay, ular juda yaqin aloqada va bir-birining rivojlanish darajasini belgilab beradi. neftni qayta ishlash zavodlarining neftga bo'lgan talabning pasayishi uning qazib olinishining kamayishiga, aksincha, neft mahsulotlari qazib chiqarish hajmini pasayishi ishlab chiqarishning pasayishiga olib keladi.

Neft va gaz sanoati rivojlanishining asosini geologiya-qidiruv jarayonida amalga oshirilayotgan uglevodorod zahiralarni tayyorlash hisoblanadi. Geologiya-qidiruv ishlari muayyan ketma-ketlikda amalga oshiriladigan, yakuniy maqsadlarni hal qilishni ta'minlaydigan bir-biriga bog'liq bo'lgan jarayonlardan iborat.

Neft va gaz sohasidagi muhim faoliyat quduqlarni qurish hisoblanadi. Bu erda geologiya-qidiruv ishlarini bajarish kompleksi amalga oshiriladi, neft va gaz o'tkazuvchanlikning mavjudligi (yoki yo'qligi) ni belgilaydi, neft va gaz zaxiralarini hisoblash uchun konlarning zarur parametrlarini aniqlaydi va rivojlanish tizimlarini ishlab chiqadi. Neft mahsulotlari, moylar, shuningdek, neft va gaz kimyo mahsulotlarini ishlab chiqarishni ta'minlaydigan neft va gazni qayta ishlash faoliyati - tog'-kon sanoatini tayyor mahsulot ishlab chiqaradigan iqtisodiyot tarmoqlari bilan bog'langan.

Neft, neft mahsulotlari va ayniqsa, gazni tashish, boshqa turdagi sanoat mahsulotlarini etkazib berishda foydalanilmaydigan ixtisoslashtirilgan va hatto maxsus transport vositalaridan (quvurlar) foydalanish bilan bog'liq. Shuning uchun neft va gaz sanoati oldida ilgari surilgan vazifalar iste'molchilarga ishlab chiqarilgan mahsulotlarni yetkazib berishni o'z ichiga oladi. Neft, neft mahsulotlari va gazni saqlash alohida texnika va vositalarni ham talab qiladi. Ayniqsa, ular katta hajmdagi tabiiy gazni saqlash uchun o'ziga xosdir. Yer usti omborlari (gazgolderlar) saqlash muammolarini to'la hal qila olmasliklari sababli, bu muammoni gaz iste'mol qilish darajasida mavsumiy va kunlik o'zgarishlarni tartibga solishga imkon beradigan turli xil yer osti gaz omborlari tashkil etish yo'li bilan hal qilinmoqda.

Ishlab chiqarish jarayoni mahsulot ishlab chiqarishda vazifasi bir xil bo'lmagan turli jarayonlardan tashkil topadi. Ishlab chiqarish jarayonida mehnat predmetlarini sifatii o'zgarishlariga olib keladigan jarayonlar asosiy jarayonlar deyiladi (sifatii o'zgarishlar mehnat predmetlarining ichki xususiyatlari, tashqi ko'rinishi, shakli, hajmi va boshqalar). Yordamchi jarayonlar esa asosiy jarayonlarni amalga oshirishda kerakli shart sharoitlar yaratadi. Bularga quyidagilar misol bo'la oladi: turli xildagi energiya ishlab chiqarish, xom ashyo, materiallar tayyor mahsulotning fazodagi o'rni almashtirish, jihozlar remontini tashkil qilish va boshqalar.

Neft va gaz qazib chiqarish korxonasining ishlab chiqarish jarayoni quyidagi jarayonlardan iborat:

- asosiy tarkibiy qism - mahsulotning geometrik shakllari, o'lchamlari va fizik-kimyoviy xususiyatlari o'zgarganligi jarayonida texnologik jarayon;
- yordamchi - bu asosiy jarayonlarning uzluksiz oqimini ta'minlaydigan jarayonlar (uskunalar va uskunalarni ishlab chiqarish va ta'mirlash, jihozlarni ta'mirlash);
- xizmat ko'rsatish - bu ikkala asosiy va yordamchi jarayonlarga xizmat ko'rsatish bilan bog'liq bo'lgan jarayonlardir, lekin buning natijasida mahsulotlar yaratilmaydi (saqlash, tashish, texnik nazorat va boshqalar).

Asosiy sexlarda va ishlab chiqarish uchastkalarida ishlab chiqarish jarayonining asosiy – xom ashyo va yarim tayyor mahsulotlarni tayyor mahsulotga aylantirish bosqichi yoki mahsulot, yo uning bir qismini tayyorlashning bir qator bosqichlari amalga oshiriladi (muzlatkichlar sexi).

Yordamchi sexlar asosiy ishlab chiqarishni asbob-uskunalar va energiya bilan ta'minlaydi hamda uskunalarni ta'mirlash (ta'mirlash, uskunalar, model tsexlari va boshqalar) vazifalarini bajaradi.

Xizmat ko'rsatuvchi sex va xo'jaliklar tarkibiga korxonaning infratuzilmasini (ombor va transport bo'linmalari, uy-joy-kommunal xo'jaligi, oshxona, sanatoriya va hokazo)tashkil qiluvchi bo'linmalar kiradi.

2. Ishlab chiqarish sikli davomiyligini qisqartirish

Ishlab chiqarish turlari - doimiy nomenklatura asosida mahsulot ishlab chiqarish, ishlab chiqarishni tashkil qilish elementlari va omillari birliginining xususiyatlari va tashkiliy-texnik, iqtisodiy tavsiflarining yig'indisidir.

Ishlab chiqarish turlari quyidagilarga bo'linadi: yakka ishlab chiqarish, seriyali ishlab chiqarish, ommaviy ishlab chiqarish.

Ishlab chiqarish turlari uni tashkil qilish usulini aniqlaydi. Ishlab chiqarishni tashkil qilishning 3 metodi mavjud: potok asosida, partiyali, yagona.

Ishlab chiqarishni potok asosida tashkil qilish metodi-texnologik jarayon bo'yicha joylashgan ish joylarida asosiy, yordamchi, xizmat ko'rsatuvchi ishlab chiqarish operatsiyalarini bajarishga ixtisoslashtirilib, vaqt va fazo bo'yicha ritm asosida ishlab chiqarish takrorlanishiga asoslangan metoddir. Bu metod ommaviy va yirik seriyali ishlab chiqarish turlariga xosdir.

Ishlab chiqarishni partiyali tashkil qilish metodi - bu metodda davriy ravishda chegaralanmagan nomenklatura asosida ma'lum miqdorda mahsulot ishlab chiqarish tushuniladi. Ishlab chiqarishning partiyali metodi ishlab chiqarishning seriyali turiga xosdir.

Ishlab chiqarishning yagona metodini tashkil qilishda ma'lum vaqt oralig'ida takrorlanadigan yoki hech qachon takrorlanmaydigan yagona nusxada keng nomenklaturada mahsulot ishlab chiqariladi.

Ishlab chiqarishni tashkil qilish metodini tanlashda ta'sir qiluvchi omillar:

- ✓ ishlab chiqariladigan mahsulot nomenklaturasi;
- ✓ mahsulot ishlab chiqarish dasturi;
- ✓ ishlab chiqarish davriyligi;
- ✓ mahsulot mehnat sig'imi;
- ✓ ishlab chiqarish texnologiyasi xususiyati.

Korxonada ishlab chiqarishni tashkil qilishning ierarxik jihatdan uchta darajasi mavjud:

- ish joyidagi ishlab chiqarish jarayonini tashkil etish - bu texnika, ishlab chiqarish texnologiyasi va kadrlar malakasi;

- texnologik jarayonning bir bosqichini qamrab oluvchi alohida yoki guruh ish joylarida ishlab chiqarish jarayonlarini birlashtiruvchi vazifa darajasiga ega bo'lgan ishlab chiqarishni tashkil etish;

- ishlab chiqarishning idoralararo yoki interstitsional tashkiloti katta bosqichlarni, ishlab chiqarish jarayonining bosqichlarini masofaviy va vaqtinchalik kombinatsiyalash bo'yicha tadbirlarni amalga oshirishni o'z ichiga oladi, ushbu bosqichlarning har biri to'liq ishlab chiqarish bosqichi hisoblanadi.

Ishlab chiqarish jarayonlari tarkibiy bo'limlarga, ya'ni operatsiyalarga bo'linadi. Ishlab chiqarish operatsiyasi deb bir yoki bir nechta ishchilar tomonidan bir ish joyida bir xil mehnat predmetlari ustida va bir xil mehnat qurollari bilan bajarilgan ishlab chiqarish jarayonining qismiga tushuniladi. Ish kuchi, mehnat vositasi va mehnat predmetining o'zaro birlashuvi bir operatsiyani bajarishni bildiradi. Bu elementlardan birining o'zgarishi esa boshqa operatsiyaning boshlanishidan darak beradi. Mehnat predmetining bir sifatiy holatdan ikkinchi sifatiy holatga o'tishida katnashadigan bir yoki bir nechta operatsiyalarning birlashmasi ishlab chiqarish bosqichi deb aytiladi. Ishlab chiqarish jarayoni turli xildagi operatsiyalardan tuzilgan bo'lib, bu operatsiyalar 2 ta belgi orqali klassifikatsiyalanishi mumkin:

1. vazifasi bo'yicha operatsiyalar

2. bajarilishi bo'yicha operatsiyalar

Neft va gaz sohasida ishlatiladigan ishlab chiqarish jarayoni murakkab va xilma-xil bo'lib, funktsiya va maqsadlari, mexanizatsiyalash va avtomatlashtirish darajasi, tashkil etish uslublari va boshqalar bilan farqlanadi.

Ishlab chiqarish jarayonlarining tasniflanishi turlicha, jarayonlarning asosiy yo'nalishlari har xil bo'ladi:

- Mahsulot ishlab chiqarish funktsiyalariga muvofiq, ishlab chiqarish jarayonlari quyidagi qismlarga bo'linadi:

- asosiy

- yordamchi

Eng muhimi, ushbu korxona (ustaxona) uchun xos bo'lgan mehnat predmetining mehnat mahsuliga aylantirilishi uchun bevosita ishlov beradigan jarayonlar.

- Ishlab chiqarish jarayonini bajarilish usuliga ko'ra:

- Qo'l mehnatiga asoslangan

- Qo'l-mexanizatsiyalashgan

- Mashina
- Mashina-qo'l mehnatiga asoslangan
- Avtomatlashtirilgan
- Mexanik
- Bajarish vaqtiga ko'ra:
- uzlukli
- uzluksiz

Ham asosiy, ham yordamchi jarayonlar juda murakkab va ular tashkiliy va texnik jihatdan alohida jarayonlarga bo'linadi.

Yordamchi asosiy jarayonlar uchun odatiy jarayon uchun zarur shart-sharoitlarni yaratadigan ishlab chiqarish jarayonlari (masalan, mehnat sharoitida mehnat resurslarini ta'minlashga qaratilgan jarayonlar). Ba'zi hollarda yordamchi jarayonlarni yordamchi va xizmat ko'rsatuvchi turlarga ajratish tavsiya etiladi. Xizmat ko'rsatish jarayonlari asosiy va yordamchi jarayonlarning normal ishlashini ta'minlaydi (masalan, transport xizmatlari).

Neft qazib olishning ishlab chiqarish jarayoni quyidagi jarayonlarga bo'linadi: neft quduqlaridan neftni qazib olish, neft va gazni ajratish, neftni suvsizlantirish (dehidratatsiya qilish) va tuzsizlantirish, barqarorlashtirish va boshqalar.

Ishlab chiqarish jarayoni asboblari, ish joylari va ish joylarining o'zgarishligi bilan ajralib turadigan jarayonning bir qismidir. Agar ish paytida ishchi (yoki ishchilar guruhi) asbobni o'zgartirsa, ish joyini o'zgartirsa yoki boshqa ish joyiga o'tsa, demak, bitta operatsiyani bajarish tugallanadi va boshqasining bajarilishi boshlanadi. Misol uchun, "burg'ulash asbobini ishga tushirish" jarayonining ichki qismlari quyidagi jarayonlarga bo'linishi mumkin: bolg'ani, o'qni yoki ish shtangasini tushirish va hokazo.

Ishlab chiqarish jarayonining alohida elementlarga bo'linishi ishlab chiqarish va mehnatni oqilona tashkil etishda muhim ahamiyatga ega bo'lgan uning tarkibi va tuzilishini har tomonlama o'rganish uchun sharoit yaratadi.

Qo'lda bajariladigan jarayonlar mexanizmlar, mexanizatsiyalashgan vositalar va energiya manbalarining yoqligi bilan tavsiflanadi. Ular qo'lda asbob-uskunalar bilan yoki qo'lda bajaradigan ishchilar tomonidan amalga oshiriladi.

Qo'l-mexanizatsiyalashgan jarayonlar qo'lda bajariladiganlardan farqli o'laroq, energiya manbalari bor joyda mexaniklashtirilgan qo'l asboblari yordamida bajariladi. Misol uchun, qo'l burg'ulovchisida burg'ulash - qo'lda ishlov berishdan iborat va elektr dastgohi bilan burg'ulash - qo'l-mexanizatsiyalashgan hisoblanadi.

Mashina qo'lda ishlov berish mashinalar yordamida amalga oshiriladi, va mashina ishchi organi mehnat ob'ektiga yoki mehnat ob'ektiga ishchi organga kuch qo'llash orqali qo'l bilan harakat qiladi. Bunday jarayonlarga, masalan, o'qni

quduqqa tushirish, dastgohlarda detallarga qo'lda uzatish orqali ishlov berish va boshqalar kiradi.

Mashina jarayonlari ishchining fizik kuch ishlatmasdan harakatlanadigan mashina tomonidan amalga oshiriladi. Yordamchi operatsiyalar qo'lda yoki qisman mexanizatsiyalashgan holda amalga oshirilishi mumkin. Masalan, bo'sh liftni ko'tarish, quvurni ko'tarish yoki ko'tarish mexanizmi orqali o'qni quduqdan chiqarish, avtomatik uzatish bilan ishlaydigan kesuvchi dastgohlarda detallarni qayta ishlash va boshqalar.

Avtomatlashtirilgan ishlab chiqarish jarayoni - bu mahsulotlar ishlab chiqarish bo'yicha asosiy ishlar to'liq avtomatlashtirilgan va yordamchi jarayonlar to'liq yoki qisman ishlov berish jarayonlari. Xodimning funksiyalari - avtomatlashtirilgan mashinalar ishini, xom ashyolarni yuklash va tayyor mahsulotlarni tushirishni kuzatish va nazorat qilishdan iborat bo'ladi. Misol uchun, burg'ulash sharoitida avtomat ASP orqali tushirish-ko'tarish ishlarini misol qilish mumkin.

Apparat, ya'ni qurilmalardagi jarayonlar issiqlik, bosim, elektr yoki kimyoviy energiya ta'sirida, ish kuchini sifat jihatidan o'zgartiradigan asboblarda, pechlarda va hokazolarda amalga oshiriladi. Ishchining vazifasi texnologik rejim parametrlarini kuzatish va nazorat qilishni o'z ichiga oladi (masalan, dehidratatsiya, tuzsizlantirish va neft stabilizatsiyasi). Uskuna jarayonlari boshqalardan ko'ra avtomatlashishi osonroq.

Mazmuniga ko'ra, ishlab chiqarish jarayoni mexanik va fizik-kimyoviy turlarga bo'linadi:

- Ulardan birinchisi mexanik kuchlar ta'siri ostida fazoda mehnat ob'ektlarining shakli, o'lchami, holatini o'zgartiriladi. Tog'-kon sanoati sohasida mahsulotni tabiiy massadan (neft, gaz, ko'mir, ruda) ajratish ko'zda tutilgan.
- Har qanday energiyaning ta'sirida fizik-kimyoviy jarayonlar, mehnatning xom ashyo va materiallari xususiyati va tuzilishini bir holatdan ikkinchisiga (masalan, neft dehidratsiyasi jarayonida emulsiyani parchalash, neftni maromlashtirish va boshqalar) o'zgaradi.

Ishlab chiqarish jarayoni, vaqt oralig'ida davom etishiga ko'ra, uzlukli va uzluksizga bo'linadi:

- Uzluksiz ishlab chiqarish jarayonida muayyan vaqtlarda ishlash hech qanday zarar ko'rmasdan to'xtatilishi mumkin. Bu jarayonlar kichik tsikl davomiyligi bilan ishlashning aniq tsiklik xususiyatiga ega bo'lgan bir hil operatsiyalarning tez-tez takrorlanadiganligi bilan tavsiflanadi. Odatda uzlukli jarayonlar mehnat ob'ektlarining shakli va hajmi o'zgarishi bilan bog'liq jarayonlardir (qayta ishlash jarayoni, yig'ish va boshqalar).

- Uzluksiz ishlab chiqarish jarayonida har bir keyingi operatsiya vaqtinchalik to'xtab qolmasdan oldin darhol boshlanadi. Ko'p hollarda doimiy ishlab chiqarish jarayoni mehnat ob'ektlarining tarkibi va xususiyatlarini (kimyoviy, elektrokimyo va boshqalarni) o'zgartirish jarayonlari hisoblanadi.

- Ishlab chiqarishni rasional tashkil qilish ishlab chiqarish jarayonida yordamchi operatsiyalarning umumiy sonidagi solishtirma og'irligi kamaytirishni talab qiladiki, bu mahsulot ishlab chiqarish mehnat sig'imini va ishlab chiqarish jarayoni davomiyligini qisqartiradi. Ishlab chiqarish jarayonini tahlil qilish uchun jadval va grafik metodlari qo'llaniladi. Jadval usulda asosan 2 ta jadval to'ldiriladi. Grafik usulda har xil operatsiyalar geometrik shakllar bilan va chiziqlar bilan belgilanadi.

	- Texnologik operatsiyalar		- qo'lda bajariladigan operatsiyalar
	- Ko'chuvchi operatsiyalar		- mashina - qo'lda bajariladigan operatsiyalar
	- Nazorat operatsiyalar		- mashinada bajariladigan operatsiyalar

3.1-rasm. Operatsiyalarning belgilanishi

Ishlab chiqarish jarayonini tahlil qilish uchun har bir guruh operatsiyalarining umumiy miqdoridagi nisbiy vazni hisoblanadi. Bizga ma'lumki, ishlab chiqarish jarayonida asosiy ishini texnologik operatsiyalar bajaradi. SHuning uchun ularning asosiy soni qanchalik ko'p bo'lsa, ishlab chiqarish jarayoni shuncha takomillashgan hisoblanadi. Har xil operatsiyalarning ularning umumiy miqdoridagi o'zaro nisbati ishlab chiqarish jarayonining strukturasi deyiladi. Ishlab chiqarish jarayonini tashkil qilish shu jarayonning mexanizasiyalashtirish darajasini hisoblashga asos bo'ladi. Mexanizasiyalashtirish darajasi quyidagi formula orqali topiladi:

$$D_{\text{mec}} = \frac{K_m + K_{mq}}{K_{um}} \cdot 100$$

bu o'rda:

K_m - mashinada bajariladigan operatsiyalar miqdori;

K_{mq} - mashina-qo'lda bajariladigan operatsiyalar miqdori;

K_{um} - umumiy operatsiyalar miqdori

Tahlil natijalari asosida ishlab chiqarish jarayonining strukturasi yaxshilash tadbirlari ishlab chiqiladi.

3. Ishlab chiqarishni bir xilligi va ritmini ta'minlash

Bozor munosabatlariga o'tish sharoitida, muayyan turdagi mahsulotlar uchun iste'molchi talabining o'zgarishiga moslashuvchan javob berishni talab qiladigan - ishlab chiqarishni operativ rejalashtirishning roli ortadi. Uning vazifasi korxona va ichki bo'linmalarning ishlab chiqarish resurslaridan samarali foydalanish bilan aniq va uzluksiz ishlashini ta'minlashdan iborat.

Avtomatlashtirilgan va moslashuvchan ishlab chiqarish sharoitida yordamchi va xizmat ko'rsatish jarayonlari u yoki bu ko'rinishda asosiy jarayonlar bilan birlashib, mahsulot ishlab chiqarish jarayonlarining ajralmas qismi bo'lib qoladi.

Bu ichki jarayonlar qisqa muddatlar va uzluksizlik bilan tavsiflangan ishlab chiqarish siklini shakllantiradi.

Ishlab chiqarish jarayonini oqilona tashkil etishning iqtisodiy samaradorligi ishlab chiqarish jarayonining davomiyligini kamaytirish, ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish, asosiy ishlab chiqarish aktivlaridan foydalanishni yaxshilash va aylanma mablag'lar aylanishining tezlashishi bilan izohlanadi.

Ishlab chiqarish jarayoni uni rasional tahlil qilish prinsiplari asosida doimiy takomillashtirilib boriladi. Asosiy prinsiplardan bo'lib quyidagilar hisoblanadi:

- ✓ Jarayonlarning proporsionalligi.
- ✓ Jarayonlarning uzluksizligi.
- ✓ Jarayonlarning parallelligi.
- ✓ Jarayonlarning ritmliligi.
- ✓ Jarayonlarning aniqliligi.

Korxona barcha bo'linma va sexlarida ma'lum vaqt ichida mahsulot ishlab chiqarish bo'yicha alohida ish joylari, uchastkalarining, jihozlarning unumdorliklarining bir-biriga to'g'ri kelishiga ahamiyat berilishida ishlab chiqarish jarayonining proporsionalligi kuzatiladi. *Proporsionallik* nafaqat ishlab chiqarishni rejalashtirishda, balki ishlab chiqarishni boshqarishda ham muhim ahamiyat kasb etadi. Zarur proporsiyalarga amal qilish ishlab chiqarish vositalari va ishchi kuchining tsexlar va ish joylari bo'yicha hamda ishlab chiqarish bosqichlarida to'g'ri taqsimlanishiga va ulardan to'g'ri foydalanishga ko'maklashadi. Proporsiyalarga amal qilmaslik esa, aksincha, ishlab chiqarishning ba'zi uchastkalarda kuchayib, boshqalarida pasayishiga, ya'ni disproportsiyalarning vujudga kelishiga hamda korxonalarining noritmik tarzda faoliyat yuritishiga sabab bo'ladi. Zaruriy proporsionallikni ta'minlashda ishlab chiqarishni tashkil etishni texnik-iqtisodiy normalashtirish katta rol' o'ynaydi.

1. Ishlab chiqarishning proporsionallik darajasi mahsulot ishlab chiqarish bo'yicha har bir ish joyining ishlab chiqarish topshirig'i va o'tkazish qobiliyati

kattaligi orasidagi farqlar orqali aniqlanishi mumkin. Proporsionallik koeffisienti quyidagi formula orqali aniqlanadi:

$$K_n = \left(\sum_{i=1}^m \frac{n}{z} \right) / m$$

m - ish joylari soni;

n - o'rtacha o'tkazuvchanlik qobiliyati;

z - mahsulot ishlab chiqarish bo'yicha ishlab chiqarish topshirig'i.

Ishlab chiqarishning proporsionalligiga erishishda shu ishlab chiqarishda tor joylarning ya'ni bir ish joyining ortiq yuklanishi bo'lmasligi kerak.

2. Ishlab chiqarish jarayonining uzluksizligi mehnat predmetlarining harakatida jihozlar va ishchilarning ishida tanaffuslar bo'lmasligini taqozo qiladi. Uzluksizlik koeffisienti quyidagi ifoda orqali aniqlanadi:

$$K_H = \left\{ \sum_{i=1}^m (r - t_{mex}) \right\} / m r$$

r - potok chizig'ining ritmi

t_{mex} - ish joyida texnologik operasiyalarning davomiyligi

Agar ish joyida potok chizig'ining ritmi operasiyalar davomiyligidan katta bo'lsa, bu erda jihozlar to'xtovi sodir bo'ladi. Agar operasiyalar davomiyligi potok chizig'i ritmidan katta bo'lsa, bu ish joyida ishlov berish uchun mehnat predmetlarining to'planishi sodir bo'ladi

3. Ishlab chiqarishda jarayonlarning parallelligi mahsulot ishlab chiqarish bo'yicha alohida operasiyalarning bir vaqtda bajarilishi orqali ifodalaniladi. Parallellik koeffisienti quyidagi ifoda orqali aniqlanadi:

$$K_{par} = T_{s.p.} / T_s.$$

$T_{s.p.}$ - parallel bajariladigan operasiyalarning davomiyligi;

T_s - ishlab chiqarish davri davomiyligi.

4. Ishlab chiqarish jarayonlarining ritmliligi deganda har bir ish joyida, bir xil vaqt oralig'ida, bir xil hajmda ish bajarish tushuniladi. Bu erda mahsulotning bir me'yorda ishlab chiqarilishi kuzatiladi.

Ishlab chiqarish ritmi - ritmik ish va maromli ravishda mahsulot ishlab chiqarishdir. Ritimli deb muayyan ish joyida, uchastkada, sexda va umuman korxonada amalga oshirilayotgan ma'lum turdagi ishni yoki mehnatni teng vaqt ichida bir xil yoki teng ravishda ortib borayotganligi tushuniladi. Maromli chiqadigan mahsulot deb ishlab chiqarishni jadvalda belgilangan tartibda, unga muvofiq ravishda muntazam qayta takrorlanishi hisoblanadi.

Korxonaning barcha tarkibiy bo'linmalarining ritmik ishi mahsulot ishlab chiqarishning maromini ta'minlaydi. Biroq amalda bu qoidadan chetga chiqilishi

mumkin. Shunday qilib, kompaniyaning tugallanmagan ishlab chiqarish zaxirasi mavjud bo'lsa, sex va bo'limlari bir xil ishlamasa ham, bir xil ishlab chiqarishni ta'minlash mumkin.

Aksincha, korxonaning barcha tarkibiy bo'linmalari rejaga muvofiq ishlaydi va mahsulot ritmik tarzda ishlab chiqarilmaydi, chunki ehtiyot qismlari va detallar dasturga muvofiq etkazilmaydi. Natijada, ritmli deb teng vaqt oralig'ida teng miqdordagi ish bajarish va teng miqdorda mahsulot ishlab chiqarilishi tushuniladi.

Ritmik ish bu inson mehnatidan samarali va resurslardan oqilona foydalanish uchun eng muhim shartlardan biridir. Ayniqsa, ushbu omilni rivojlanishning hozirgi bosqichida ahamiyati katta. Korxonadagi texnika va uskunalar murakkablashsa, ishlab chiqarish ritmini ta'minlash vazifasi shunchalik murakkab bo'ladi, chunki mehnat unumdorligi yuqori asbob-uskunalarni ishlatishdagi eng qisqa uzilishlar ham katta yo'qotishlarga olib keladi.

Ishlab chiqarish ritmining buzishi shartnomalar bo'yicha etkazib berilayotgan mahsulotning uzilishiga olib keladi. Maromsiz ish ishlab chiqarishni izdan chiqaradi, ortiqcha ish vaqti sarflanadi, mehnat intizomini pasaytiradi va mahsulot sifatini yomonlashtiradi.

Ritmik bo'lmagan ishlarning asosiy sabablari - bu sex va ustaxonalarda asboblarning unumdorligi o'rtasidagi farqlarning borligi, "tor" joylarning hosil bo'lishi; rejalashtirilmagan to'xtab qolishlar; ishlab chiqarish, mehnat, rejalashtirishni tashkil etishdagi kamchiliklar; moddiy-texnika ta'minotidagi uzilishlar; mehnat va ishlab chiqarish intizomining past darajasi.

Amalda ishlab chiqarish ritmini baholash uchun bir qator ko'rsatkichlar qo'llaniladi. Ishlab chiqarish ritmining eng keng tarqalgan ko'rsatkichi (R) - oylik ishlab chiqarishga nisbatan o'n kunlik (haftada) ishlab chiqarishning ulushi (foizda) olinishi hisoblanadi. Ushbu indikatorning kamchiligi shundan iboratki, u o'n kun ichidagi ish kunlari soni va va ishlab chiqarish rejasini amalga oshirish jadvalini hisobga olmaydi.

Ishlab chiqarish maromining koeffitsientini K_r qo'llash orqali ishlab chiqarish ritmini darajasini yanada ishonchli baholash mumkin. Bunda rejaga muvofiq kunlik, o'n kunlik, oy, chorak va yil uchun amaldagi ishlab chiqarish hajmini o'sha davr uchun rejalashtirilgan miqdorga taqsimlash yo'li bilan aniqlanadi:

$$K_r = I_{a.r.} / I_r$$

I_{a.r.} - shu davr ichida rejali topshiriq bo'yicha amalda ishlab chiqarilgan mahsulot;

I_r - ma'lum bir davr ichida mahsulot ishlab chiqarish bo'yicha rejali topshiriq.

Ritm koeffitsientining afzalligi shundaki, u rejalashtirilgan ishlab chiqarish jadvaliga asoslanadi. U faqat kundalik bajarish bilan emas, balki soatlik, o'n kunlik, sutkalik va boshqa jadval (grafik) larda ham hisoblanishi mumkin.

5. Ishlab chiqarishda jarayonlarning aniqlilik prinsipi mehnat predmetlarining barcha operatsiyalar bo'yicha qisqa yo'lni o'tishini ta'minlash uchun ishlatiladi. Aniqlilik koeffitsienti quyidagi ifoda orqali aniqlanadi

$$K_{pr.} = 1 - T_{tr} / T_s$$

T_{tr} - transport ko'chuvchi operatsiyalarning davomiyligi

Shu prinsiplarga amal qilish ishlab chiqarishni tashkil qilishning samaradorligini oshiradi.

Nazorat va muhokama uchun savollar:

1. Ishlab chiqarish omillari nimalardan iborat?
2. Kapital tushunchasiga ta'rif bering va uning tarkibiga nimalar kirishini tushuntirib bering.
3. Ishlab chiqarish jarayonining mazmunini va uning ikki tomonini tushuntiring.
4. Ishlab chiqarishning umumiy va pirovard natijalarini tushuntirib bering.
5. Yaratilgan mahsulotning natural va qiymat tarkibi nimalardan iborat?
6. Zaruriy va qo'shimcha mahsulot nima, qo'shimcha mahsulot normasi va massasi formulasini yozib tushuntiring.
7. Qo'shilgan mehnat, qo'shilgan kapital va qo'shilgan mahsulot tushunchalarini izohlab bering.
8. "Norma", "normativ", "normalashtirish" tushunchalarining mohiyatini ochib bering.
9. Normalashtirishning usul va tamoyillari nimalardan iborat.

2.1-MAVZU. KORXONANING ASOSIY FONDLARI VA ISHLAB CHIQARISH QUVVATLARI

1. Asosiy fondlar ularning mohiyati va ahamiyati
2. Asosiy fondlarning tarkibi va tasnifi
3. Asosiy ishlab chiqarish fondlardan foydalanish ko'rsatkichlari
4. Asosiy fondlarning eskirishi va amortizatsiyasi
5. Korxonaning ishlab chiqarish quvvati to'g'risida tushuncha va uni hisoblash yo'llari

1. Asosiy fondlar ularning mohiyati va ahamiyati

Mamlakatning qudrati, iqtisodiy-ijtimoiy rivojlanishi, jamiyat a'zolarining moddiy va ma'naviy ehtiyojlarini to'laroq qondirish shu mamlakat resurslari, ayniqsa, asosiy va aylanma fondlarining miqdori va sifati bilan belgilanadi. Mamlakat va uning sanoati, boshqa tarmoqlari, korxona (firma)lari qanchalik ko'p

resurslarga ega bo'lsa, u shunchalik qudratli va rivojlangan bo'ladi. Agar u ana shu resurslardan to'la-to'kis, oqilona foydalana olsa, albatta buyuk davlatga aylanadi.

Sanoat ishlab chiqarishi faoliyatida asosiy fondlarning alohida o'rni bor. Chunki ularsiz birorta ishni bajarish, xizmat ko'rsatish va mahsulot ishlab chiqarish mumkin emas. Ma'lumki, har qanday ishlab chiqarish jarayonida mehnat buyumlari, mehnat qurollari (mehnat vositalari) va inson mehnati ishtirok etadi. Mehnat buyumlariga xomashyo, asosiy va yordamchi materiallar, yarim tayyor mahsulotlar, yoqilg'i, elektr quvvati, ta'mirlash uchun ehtiyot qismlar va h.k.lar kiradi. Mehnat vositalariga mashina va mexanizmlar, asbob-uskunalar, yuk tashuvchi va uzatuvchi vositalar, komp'yuter va laboratoriya anjomlari, bino va inshootlar kiradi.

Mehnat buyumlari va vositalarining birgalikda qiymat shaklida ifodalanishi ishlab chiqarish fondlarini tashkil etadi. Ular ishlab chiqarish jarayonida qatnashish roliga ko'ra asosiy va aylanma fondlarga ajratiladi. Mehnat qurollari asosiy fondlarni, mehnat buyumlari esa aylanma fondlarni tashkil etadi.

Sanoat korxonalari ishlab chiqarish faoliyatini amalga oshirishi uchun ma'lum miqdorda ishlab chiqarish vositalariga ega bo'lishlari kerak.

Ishlab chiqarish predmetlari (materiallar, xom-ashyo, yoqilg'i va h.k.z) ishlab chiqarishda qayta ishlanishi natijasida ishlab chiqarish jarayonining oxirida tayyor mahsulotning o'zagini tashkil etadi.

Iqtisodiy maqsadlariga ko'ra, asosiy fondlar ishlab chiqarish va noishlab chiqarish fondlariga taqsimlanadi. Ishlab chiqarish asosiy fondlari o'z mohiyatiga ko'ra, korxonaning ishlab chiqarish potentsialini tashkil qiladi.

Asosiy ishlab chiqarish fondlari (qurollar, asbob-uskunalar, transport, o'tkazuvchi qurilmalar va h.k.z.) yordamida ishchi kuchi ishlab chiqarish predmetlariga tayyor mahsulot olish uchun ta'sir etadi, ishlab chiqarish jarayonida ishtirok etib asta-sekin eskirib boradi. Ishlab chiqarish predmetlari esa ishlab chiqarish jarayonida butunlay ishlatilib o'zi mahsulotga o'tib ketadi.

Demak, tayyor mahsulotga ishlab chiqarish predmetlari o'z qiymatlarini butunlay hech qoldiqsiz bir ishlab chiqarish davrida o'tkazadi. Ishlab chiqarish fondlari esa asta-sekin eskirib borishiga qarab o'z qiymatini o'tkazadi va ishlab chiqarishda bir necha bor qatnashadi.

Shunday qilib, asosiy fondlar – qiymat (pul) shaklida ifodalangan, xizmat muddati 1 yildan kam bo'lmagan mehnat vositalarining yig'indisi bo'lib, ular ishlab chiqarish jarayonida uzoq vaqt qatnashadi va qiymatini tayyor mahsulotga asta-sekin, eskirishiga qarab o'tkaza boradi.

Neft-gaz qazib olish sanoatida asosiy fondlar hissasiga barcha ishlab chiqarish fondlari qiymatining 96-97 foizi to'g'ri keladi. Neftni qayta ishlash va neft-kimyo sanoati hissasiga 90 foizi to'g'ri keladi.

Noishlab chiqarish fondlari – asosiy fondlarning ajralmas qismi bo'lib, ishlab chiqarish xarakterida bo'lmagan ehtiyojlarga bir necha yil mobaynida xizmat ko'rsatuvchi fondlardir. Noishlab chiqarish asosiy fondlari korxona asosiy fondlarining ishlab chiqarishda bevosita ishtirok etmaydigan qismi bo'lib, shu sababli o'z qiymatini tayyor mahsulotga o'tkazmaydi. Uy-joylar, maorif, sog'liqni saqlash, kommunal xo'jalik, boshqaruv, madaniyat muassasalari va h.k. binolari, transport vositalari, inshootlar va asbob-uskunalar ishlab chiqarish xarakterida bo'lmagan asosiy fondlar jumlasidandir. Bu fondlar noishlab chiqarish sohasiga xizmat qiladi, moddiy ne'mat ishlab chiqarish jarayonida qatnashmaydi, ularning emirilgan qismi milliy daromad evaziga tiklanadi.

Mehnat predmetiga o'tkazuvchi ta'siriga ko'ra, asosiy ishlab chiqarish fondlari aktiv va passiv turlarga bo'linadi. Asosiy ishlab chiqarish fondlarining *passiv* turiga bino va inshootlar, *aktiv* turiga esa quvvat mashina va uskunolari, ishchi mashina va uskunalar, transport vositalari, texnologik liniyalar, ya'ni biron-bir turdagi mahsulot yaratishda foydalaniluvchi mehnat qurollari kiritiladi.

Ishlab chiqarish miqyosining o'sishi va boshqa ijobiy o'zgarishlar sharoitlarida, ba'zan korxonaning asosiy fondlari, jumladan, ishchi mashinalar va uskunalar, ishlab chiqarish binolari, qurilmalar va hokazolar yetmay qoladi. Bunday hollar ro'y berganda korxona shartnoma asosida o'ziga kerakli bo'lgan asosiy fondlarni yollaydi va ular ijaraga olingan hisoblanadi. Ijaraga beruvchi va ijaraga oluvchi o'rtasida yuzaga keluvchi mulk munosabatlari lizing deb ataladi (ingl. Lease - ijara).

Asosiy fondlarning umumiy hajmida alohida guruhlarining qiymat bo'yicha o'zaro nisbati asosiy fondlarning turlar bo'yicha tuzilmasini aks ettiradi hamda amaliyotda foizlarda o'lchanadi. Korxona asosiy ishlab chiqarish fondlari tuzilmasining, birinchi o'rinda uning aktiv qismini - mashina va asbob-uskunalarini ko'paytirishga yo'naltirilgan takomillashtirishdan manfaatdor bo'lishi lozim. Ularning ulushi qanchalik yuqori bo'lsa, ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar miqdori shunchalik katta bo'ladi va aksincha.

2. Asosiy fondlarning tarkibi va tasnifi

Sanoat korxonasining asosiy fondlari bajaradigan har xil vazifalariga binoan turli-tuman shakllari uchraydi. SHuning uchun ularni to'g'ri klassifikatsiyalash muhim ahamiyatga ega.

Ishlab chiqarishda qatnashadigan asosiy fondlarni iqtisodiy statistika ularni ishlab chiqarishdagi vazifasiga qarab klassifikatsiyalaydi. Ishlab chiqarish qurollarini ishlab chiqarishdagi vazifasiga qarab 3 qismga ajratiladi:

✓ Ishlab chiqarish suyak va muskul tizimi (stanoklar, mashinalar, apparatlar va h.k.z.)

✓ Ishlab chiqarish tomonidan quriladigan tizimlar (omborlar, o'qituvchi qurilmalar-transporterlar va h.k.z)

✓ Ishlab chiqarish jarayonini me'yorida o'tishi uchun sharoit yaratuvchilar (inshootlar, transport va h.k.z)

Shunga asoslanib, asosiy fondlarni natural ko'rinishi va texnologik vazifasiga qarab 11 ta guruhga ajratiladi:

1. Binolar

2. Inshootlar

3. O'tkazuvchi qurilmalar

4. Mashina va uskunalar.

a) quvvatli mashina va uskunalar (bug' qozonlari, turbinalar, generatorlar)

b) ishchi mashina va uskunalar (stanoklar, pechlar, kombaynlar, presslar, agregatlar, tarozi, metr va h.k)

Ulardan:

a) avtomatik mashina va uskunalar

b) o'lchaydigan va to'g'rilyadigan asboblar

v) EHMLar

5. Transport vositalari

6. Asboblar (1. ishlab chiqarish ashyo va anjomlari; 2. xo'jalik anjomlari).

7. Ishlab chiqarish inventarlari va jihozlar.

8. Xo'jalik inventarlari.

9. Ish hayvonlari va mahsuldor mollar.

10. Ko'p yillik daraxtlar.

11. Boshqa har xil asosiy ishlab chiqarish fondlari.

Bu turkumlash, asosiy fondlar harakatlari bo'yicha ma'lumot olish, texnik darajasidagi o'zgarishlarini bilish, asosiy fondlarning eskirishi va amortizasiyani to'g'ri aniqlash va ularni yaratuvchi tarmoqlarni rejalashtirish imkonini beradi.

Asosiy fondlar hisobini yuritishda va amortizasiyani hisoblashni qulaylashtirish maqsadida ba'zi bir vositalar ularga kiritilmaydi:

a) ishlab chiqarish jarayonida bir yildan kam vaqt mobaynida xizmat qiladigan (ularning qiymatidan qat'iy nazar)

b) xizmat muddatidan qat'iy nazar, maxsus kiyim-kechak, poyabzal, kichik inventar qilish va boshqalar.(qimmat bo'lmagan)

Ushbu holat qishloq xo'jaligi texnikasi va uskunalari, katta yoshdagi ishchi va mahsuldor chorvadorlikka taalluqli emas.

Markaziy zavod laboratoriyalari uchun sotib olingan asboblار, avtomatizatsiya uskunaları va laboratoriya uskunaları asosiy vositalarga kiritilmagan.

Asosiy fondlarga izohlar berib tasniflaymiz.

Binolar - zarur mehnat sharoitlarini ta'minlaydigan bino va arxitektura-qurilish ob'ektlari. Binolar, ya'ni arxitektura va qurilish ob'ektlari, bu yerda asosiy tarkibiy qismlar ishlab chiqarish binolari va binolarining devorlari va tomlari bo'lgan.

Binolarga sexlarni ishlab chikarish korpuslari, depolar, garajlar, omborxonalar, ishlab chikarish xonalari va laboratoriyalar kiradi.

Neft va gaz sohasida sexlar, nasoslar va kompressor stantsiyalari, issiqlik elektr stantsiyalari, transformator podstantsiyalari, mexanik sexlar, qozonxonalar, demulsiyalash zavodlari, laboratoriyalar, yoqilg'i quyish shoxobchalari, omborxonalar, elektr stantsiyalari, o't o'chirish stantsiyalari, omborlar, ma'muriy-madaniy xonalar va boshqalar.

Inshootlar - ishlab chikarish jarayonining bajarilishiga zarur va mehnat buyumlarini o'zgarishi bilan bog'lanmagan birorta texnik vazifaga belgilangan muhandis-qurilish ob'ektlari (nasos stantsiyalar, tunnellar, ko'priklar va h.k.). Muhandislik va qurilish ob'ektlarini o'z ichiga olgan inshootlar, mehnatning sub'ekti o'zgarishi bilan bog'liq bo'lmagan ma'lum texnik funksiyalarni bajarish orqali ishlab chiqarish jarayonini amalga oshirish uchun sharoit yaratishdir.

Har xil energiya, suyuq va gazsimon moddalar uzatadigan uzatuvchi uskunalar. Elektr, issiqlik va mexanik energiya mexanik dvigatellardan ishchi mashinalarga uzatiladigan transmissiya asboblari, shuningdek suyuq va gazli moddalarni bir ob'ektdan boshqasiga o'tkazish (tashish).

Neft, gaz, oziq-ovqat, suv, bug 'va boshqa quvur liniyalari, transmisyonlar, elektr uzatish liniyalari, yer osti kabeli, telefon va telegraf liniyalari, radio stantsiyalari va boshqalar.

Mashinalar va asbob-uskunalar, shu jumladan:

a) energiyani, suyuq va gazsimon moddalarni ishlash va almashtirishga mo'ljallangan *kuch mashinalari va asbob-uskunalar* (generatorlar va gazogeneratorlar, elektrogeneratorlar, bug' kazonlari, kompressorlar);

b) *ishchi mashinalari va jihozlar*. Ular mehnat buyumlariga bevosita (mexanik, kimyoviy, issiqlik va hokazo) ta'sir o'tkazadilar. Bularga dastgohlar, presslar, konveerlar, metallga ishlov berish mashinalar va boshqa turli yordamchi asbob-uskunalar.

v) *o'lchash va nazorat qilish asboblari*, laboratoriya uskunaları, agar ular boshqa ob'ektlarning ajralmas qismi bo'lmasa va mustaqil ahamiyatga ega bo'lsa.

Bularga elektr, pnevmatik, gidravlika va boshqa asboblarni, laboratoriya va kimyoviy vositalarni o'lchash va tartibga solish, avtomatik boshqaruv paneli, dispetcherlik nazorati vositalari va boshqalar.

g) *Elektron hisoblash mashinalari, boshqa kompyuterlar va qurilmalar.*

d) *ATS, o't o'chirish mashinalari va yong'inga qarshi mexanik narvonlar va uskunalar.*

Transport vositalari.

Odamlar yoki tovarlar (dizel lokomotivlar, vagonlar, tanklar, avtoullovlar, qayiqlar, barjalar, avtokorlar, tankerlar, traktor traktorlari, trolleybuslar va boshqalar) va shuningdek magistral truboprovodlar uchun mo'ljallangan ko'chma transport vositalarini o'z ichiga olgan transport vositalari.

Asboblar.

Qo'l mehnati uchun uskunalar va materiallarni qayta ishlash uchun ishlatiladigan (elektr burg'ulovchilar, bo'yoq purkagichlar, quvurkesgichlar, avtogen kesgichlar va boshqalar) mashinalar ob'ektlariga biriktirilgan vositalar

Ishlab chiqarish inventarlari va jihozlar.

Bunga ishlab chiqarish jarayonlarini va mehnatni muhofaza qilishni osonlashtiradigan ishlab chiqarish vositalari, shuningdek suyuq va sochiluvchi materiallarni saqlash hajmlari (verstaklar, baklar, chanlar, qutilar, kislorod ballonlari, temir bochkalar va hokazolar).

Xo'jalik inventarlari.

Bunga ofis va uy-ro'zg'or buyumlari (stollar, stullar, shkaflar, kassalar, yozgichlar, soatlar, gilamlar, pardalar, ko'chma narvon va boshqalar)

Ish hayvonlari va mahsuldor mollar.

Mehnat va unumdor qoramollar (otlar, ho'kizlar, sigirlar, buqalar va boshqa qishloq xo'jaligi hayvonlari, qushlar va ari oilalari).

Ko'p yillik daraxtlar.

Bunga ko'p yillik o'simliklar (meva daraxtlari va rezavor mevalar butalari, yashil va bezakli o'simliklar).

Boshqa asosiy fondlar.

Bunga kutubxona fondlari, muzey eksponatlari kiradi.

Ishlab chiqarish hisobotlarida oxirgi 6 ta bo'lim birgalikda hisoblanadi.

Mehnat buyumlariga ta'sir ko'rsatish darajasiga karab asosiy ishlab chiqarish fondlari aktiv va passiv fondlarga bo'linadi.

Aktiv asosiy ishlab chiqarish fondlariga mehnat buyumlari shaklini o'zgartiruvchi, ya'ni bevosita ta'sir ko'rsatuvchi fondlar (mashinalar, asbob-uskunalar, texnologik liniyalar, o'lchov va to'g'rilash asboblari, transport

vositalari) kiradi. Ushbu guruhlarning eng asosiylari - mashina va asbob-uskunalar, uzatuvchi qurilmalar, neft va gaz ishlab chiqarishda esa inshootlar ham hisoblanadi. Odatda ular asosiy vositalarning faol qismi deb ataladi, chunki maqsadli mahsulot ishlab chiqarish bevosita ularning ishlariga bog'liq.

Asosiy fondlarning faol qismiga:

- Kuch mashinalari va uskunalari: dizellar, bug' mashinalari, bug', gaz va suv turbinolari, elektrogeneratorlar va elektrodvigatellar
- Ishchi mashinalar va uskunalar: burg'ulovchi mashinalar, pechlar, ustunlar, muzlatgichlar, kondensatorlar, elektr burg'ulovchilar
- Uzatuvchi qurilmalar: quvurlar, elektr va issiqlik uzatuvchilar, telefon va telegraf tizimlari
- Avtomatik boshqaruv va nazorat vositalari kiradi.

Neft-gaz qazib olish sanoatida inshootlar ham asosiy fondlarning faol qismiga kiritiladi, va holanki boshqa sohalarda inshootlar (ko'priklar, quduqlar, suv omborlari, dambalar, kanallar, temir yo'l va boshqalar) asosiy fondlarning passiv qismi bo'lib hisoblanadi. Shu sababli neft va gaz quduqlari asosiy fondlarning faol qismi hisoblanadi. Asosiy fondlarning faol qismi ulushiga korxonaning umumiy ishlab chiqarish quvvati chambarchas bog'liq. Neft va gaz sohasida asosiy fondlar tarkibida faol qismi yuqori ulushga ega. Jumladan: neft va gaz qazib olishda - 90%, burg'ulashda - 80%, quvur transportida - 94%, neftni qayta ishlashda - 60% ni tashkil etadi.

Passiv asosiy ishlab chiqarish fondlariga mehnat buyumlariga bilvosita ta'sir o'tkazuvchi, ya'ni ishlab chiqarish jarayonining normal o'tishiga kerakli sharoit yaratuvchi ishlab chiqarish fondlari kiradi (bino va inshootlar, h.zo.).

Boshqa soha va tarmoqlar bilan taqqoslaganda neft va gaz sohasida kapital qo'yilmalarning samaradorligi yuqori, chunki ularning katta qismi aynan asosiy fondlarning faol qismiga kiritiladi, ular esa o'z navbatida tayyor mahsulot ishlab chiqarishda bevosita qatnashadi.

Asosiy fondlar tarkibini o'rganishda ularning strukturasi (tuzilmasi) masalasiga ham e'tibor berish kerak bo'ladi.

Asosiy fondlar tuzilmasi quyidagi turlarga ajratiladi:

Tasviriy tuzilma.

Texnologik tuzilma.

Tarmoq tuzilmasi.

Hududiy tuzilma.

Takror ishlab chiqarish tuzilmasi.

Asosiy fondlarning tuzilishiga konsentrasiya, ixtisoslash, kooperasiya, kombinatsiyalash, yangi korxonalar qurish va qayta qurishga kapital sarflashning texnologik tuzilishi, korxonalarning hududiy joylashishi, tayyorlanadigan

mahsulotning xususiyati va hajmi chambarchas bog'liqdir. Masalan, ishlab chikarilgan mahsulotning hajmi qancha ko'p bo'lsa, shuncha ishchi mashinalar va asbob-uskunalarining tutgan o'rni ko'prok bo'ladi.

Hududiy tuzilma asosiy fondlarining hududiy taqsimlanishi va ularning nisbati bilan belgilanadi.

Takror ishlab chiqarish strukturasi yangi qurilish va qayta qurish, qayta qurollantirish va asosiy fondlarni kengaytirishning nisbati va tutgan o'rnini ifodalaydi.

3. Asosiy ishlab chiqarish fondlardan foydalanish ko'rsatkichlari

Xo'jalik amaliyotida asosiy fondlar natural va qiymat ko'rinishida hisobga olinadi. Agar asosiy fondlarni natural baholash - ishlab chiqarishni texnik jihatdan qayta qurollantirish va zamonaviylashtirish masalalarini hal qilish, asbob-uskunalarni ta'mirlash uchun ularning guruh va turlari bo'yicha grafiklar tuzish, shuningdek, ta'mirlash vositalariga bo'lgan ehtiyojni aniqlash imkonini bersa, qiymat bo'yicha baholash esa, asosiy fondlarni qayta ishlab chiqarishni rejalashtirish, ularning mavjud hajmini aniqlash, amortizatsiya hajmini belgilash, asosiy fondlar va ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalanish darajasini tahlil qilish va hokazolarda muhim ahamiyat kasb etadi.

Asosiy fondlarni takror ishlab chiqarish, rejalashtirish, hisob-kitob qilish, ulardan foydalanishning samaradorligini ifodalash uchun juda ko'p ko'rsatkichlar kerak bo'ladi. Ularni bir necha guruhlarga bo'lish mumkin:

- asosiy ishlab chiqarish fondlarining qiymatini ifodalovchi ko'rsatkichlar;
- ulardan foydalanish darajasini, ularning samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar;
- ishlab chiqarish fondi bilan qurollantirish darajasini ifodalovchi ko'rsatkichlar;
- integral ko'rsatkichlar.

Asosiy fondlarni baholashning quyidagi usullari mavjud:

1. Boshlang'ich yoki to'liq qiymati bo'yicha
2. Tiklanish qiymati bo'yicha
3. Qoldiq qiymati bo'yicha
4. Yo'qotishdagi (likvidasiya) qiymati.
5. Yillik o'rtacha baho.

Boshlang'ich qiymat bo'yicha - asosiy vositalarni yaratish yoki sotib olish uchun sarflangan xarajatlar majmuidan iborat bo'lib, asosiy fondlar yoki ularning alohida qismlarini foydalanishga topshirish uchun yaroqli holga keltirish bilan bog'liq bo'lgan-ularni keltirish, o'rnatish kabi xarajatlarni hisobga olgan holda yuzaga keluvchi qiymat. Masalan, bitta mashina yoki uskunaning boshlang'ich

qiymati – bu korxonaning mazkur mashina yoki uskunani ma'lum bir sanada sotib olgan va bu haqda buxgalteriya hujjatlarida qayd qilingan sotib olish narxidir.

Boshlang'ich qiymat yoki dastlabki to'la qiymat orqali belgilangan baho (Ob) asosiy fondlarning sotib olingan bahosi (Sb), asosiy fondlarni olib kelish uchun kilingan transport xarajatlari (Xt) va montaj xarajatlari (Xm)ni o'z ichiga oladi.

$$Ob = Sb + Xt + Xm$$

Bu baho korxona (firma)ning asosiy ishlab chikarish fondlarini sotib olish va ishga tushirish uchun qilgan hakikiy xarajatlarini ifodalaydi. Bu ko'rsatkich korxona (firma) balansida xisobga olinadi. Hozirgi kunda amaliyotda asosiy vositalarning korxona balansi va hisobotlarida aks ettiriluvchi (ya'ni, boshlang'ich, belgilangan tartibda o'tkaziluvchi qayta baholashdan keyin esa tiklanish), hisobga olish qiymati balans qiymati deb ataladi.

Ammo asosiy fondlarning dastlabki to'la qiymat orqali belgilangan bahosi ularning hajmini va turli yillarda ko'rib ishga tushirilgan korxona (firma)lar asosiy fondlarini taqqoslashda etarli emas, shuning uchun asosiy fondlarni baholashda qiymatini qaytadan tiklash orqali belgilangan bahodan foydalaniladi.

Tiklanish qiymati bo'yicha - asosiy fondlar yoki ularning biron-bir qismini (binolar, qurilmalar, mashinalar, ishlab chiqarish uskunolari va hokazo) hozirgi paytdagi inflyatsiya va boshqa omillarni hisobga olgan holda baholash. Baholashning bu usuli ob'ektning hozirgi paytdagi qayta ishlab chiqarish davrida qancha turishini ko'rsatadi. Korxona asosiy fondlarining tiklanish qiymati, taftish va inventarizatsiya paytida, mamlakat miqyosida va davlat chora-tadbiri sifatida esa, asosiy fondlarni qayta baholash paytida amalga oshiriladi. Tiklash qiymati qiymatni hozirgi baholarda ifodalanishidir: qurilish materiallarining hozirgi bahosida, hozirgi vaqt transport xarajatlarida va h.k. Bu baho asosiy fondlarni qayta baholash natijasida qo'yiladi.

Qoldiq qiymati bo'yicha - asosiy fondlarning eskirishini inobatga olgan holda, birlamchi va qayta tiklash qiymatlari o'rtasidagi farq ko'rinishidagi baholashdir. Boshqacha qilib aytganda, bu asosiy fondlarning ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarga hali o'tkazilmagan qismidir. Korxonalar tomonidan foydalanilmaydigan hamda hisobdan chiqarish yoki sotib yuborish mo'ljallangan asosiy fondlar ham, ko'pincha qoldiq qiymati bo'yicha, mazkur xo'jalik yilidagi narxlarda baholanadi.

Yo'qotish qiymati – asosiy fondlarning eskirib ishlab chiqarishdan chiqarib tashlashdagi qiymati deyiladi. Asosiy fondlar juda eskirib, yaroksiz xolga kelgan, kaytadan tiklash, kapital remont kilish yoki modernizasiya kilish natija bermaydigan xollarda ularni ishlab chikarishdan olib tashlash zarur bo'lib koladi. Bunday xollarda asosiy fondlarni ishdan chikarib tashlash baxosi aniklanadi. Bu

baxo ishdan chikkan, ishlab chikarishdan chikarib tashlanadigan asosiy fondlarni (temir-tersak narxida) realizasiya qilish baxosidir.

Har xil iqtisodiy hisobotlar uchun asosiy fondlarni to'g'ri baholash muhim ahamiyatga ega. Bunday bahoni asosiy fondlarni inventarizasiya va qayta baholab bilish mumkin.

Yillik o'rtacha baho asosiy ishlab chiqarish fondlarini takror ishlab chiqarish ulardan foydalanish ko'rsatkichlarini hisoblash uchun zarur. Asosiy ishlab chiqarish fondlarining yillik o'rtacha bahosi quyidagicha aniqlanadi:

$$\bar{F} = F_o + \frac{F_k \cdot T_k}{12} - \frac{F_q \cdot T_q}{12};$$

bu erda: F_k va F_{ch} – yil davomida ishlab chiqarishga kiritilgan (F_k) va ishlab chiqarishda chiqib ketgan (F_{ch}) fondlar qiymati;

T_k – yil davomida ishlab chiqarishga kiritilgan asosiy fondlarning vaqti;

T_{ch} – asosiy fondlarning ishlab chiqarishdan chiqib ketgan keyingi vaqt (yil davomida).

Bu ko'rsatkichlar tizimida ayniqsa, fond qaytimi ko'rsatkichi va fond sig'imi (samarasi) ko'rsatkichi alohida o'rin egallaydi.

Fond qaytimi – bu bir so'mlik asosiy fond ishtirokida qancha mahsulot ishlab chiqarish mumkinligini ifodalaydi va quyidagi formula yordamida hisoblanadi:

$$F_k = Q / F_{as},$$

Bu yerda,

F_k – fond qaytimi (so'm hisobida);

Q – ishlab chiqarilgan mahsulot qiymati (so'm hisobida);

F_{as} – asosiy fondlarning o'rtacha yillik qiymati.

Fond sig'imi – bu fond qaytimiga teskari ko'rsatkich bo'lib, ma'lum miqdordagi mahsulot ishlab chiqarish uchun qancha asosiy fond kerakligini ifodalaydi va quyidagi formula asosida hisoblanadi:

$$F_s = F_{as} / Q$$

Mehnatning fond bilan ta'minlanganligi har bir ishlovchi hisobiga qanchadan asosiy vositalar to'g'ri kelishini bildiradi va u quyidagi formula bilan ifodalanadi:

$$F_{bt} = F_{as} / X_{ym},$$

Bu yerda,

X_{ym} – xodimlarning yillik o'rtacha miqdori (kishi hisobida).

Asosiy fondlardan foydalanishni ifodalaydigan ko'rsatkichlardan yana biri – bu jihozlardan foydalanish ko'rsatkichlari:

a) **ekstensiv foydalanish koeffitsienti** (K_e). U jihozlarning rejali ish vaqti fondida (T_{jr}) haqiqiy ishlagan vaqti (T_{jx}) darajasini ko'rsatadi:

$$K_e = T_{jx} / T_{jr},$$

b) **intensiv foydalanish koeffitsienti** (K_{in}). U jihozlarning minimum mahsulot ishlab chiqarishi mumkin bo'lgan miqdoriga (M_{ch}) nisbatan haqiqiy ishlab chiqargan mahsulot miqdori (M_x) darajasini ko'rsatadi:

$$K_{in} = M_x / M_{ch}.$$

4. Asosiy fondlarning eskirishi va amortizatsiyasi

Ishlab chiqarishda qatnashadigan asosiy fondlar ishlab chiqarish jarayonida yillar o'tishi bilan eskiradi va o'z sifatini yo'qota boradi. Asosiy fondlar ishlab chiqarishda uzoq muddat ishtirok etganligi tufayli vaqt o'tishi bilan jismoniy va ma'naviy jihatdan eskiradi.

Jismoniy eskirish deganda asosiy fondlarning ishlab chiqarish jarayonida foydalanishi natijasida butunlay yoki qisman to'zishi, emirilishi tushuniladi. Ma'lum vaqt o'tgandan keyin ishlab chiqarishda ishlab turgan mehnat qurollari ishga butunlay va qisman jismoniy yaroqsiz bo'lib qoladi, bunday hollarda ular Yangisi bilan almashtiriladi yoki ayrim qismlari kapital remont yoki modernizatsiya qilinadi. Jismoniy eskirish natijasida asosiy fondlarning qiymati yo'q bo'lib ketmaydi, balki tayyorlangan mahsulot qiymatiga ko'chiriladi.

Korxonalarda faqatgina amalda ishlayotgan mashina va asbob-uskunalariga to'zmay, balki bekor turganlari ham to'ziydi (emiriladi). Mashina va asbob-uskunalarining jismoniy eskirish miqdori ularning xizmat qilish muddati va to'zish (emirilish) darajasiga nisbatan aniqlanadi.

Fan-texnika taraqqiyoti va mehnat unumdorligining o'sishi tufayli ishlab turgan mashina va asbob-uskunalar qiymatining kamaytirilishi hamda eskilariga nisbatan unumli va tejimli Yangi mashinalar kashf etilishi, ularning ishlab chiqarishga joriy qilinishi natijasida ishlatilayotgan mashinalarning jismoniy eyilish muddati tugamasdan turib qadrsizlanishi – asosiy fondlarning **ma'naviy eskirishi** deb ataladi. Ma'naviy eskirish fondlarning bahosini vaqti-vaqti bilan qayta ko'rib chiqishni ko'p jihatdan zarur qilib qo'yadi. eskirgan asosiy fondlarni Yangilari bilan almashtirish rejali ravishda eng kam mehnat va mablag' sarf qilish yo'li bilan amalga oshiriladi.

Asosiy fondlar ishlab chiqarish jarayonida asta-sekin eskirib, o'z qiymatining ma'lum qismini **amortizatsiya** sifatida ishlab chiqarilayotgan tayyor mahsulot qiymatiga oz-ozdan ko'chirib boradi.

Amortizatsiya – (lotincha *amortisatio* – qoplash), asosiy kapital (fondlar) amortizatsiyasi – asosiy kapital (mashina va mexanizmlar, jihozlar va uskunalar,

binolar va inshootlar)ning ekspluatatsiya jarayonida eskirishi va ayni paytda ular qiymatining muayyan davr davomida ishlab chiqarilayotgan tayyor mahsulotga o'tib borishi⁸.

Asosiy vositalar moddiy yoki jismonan va ma'nan eskiradi. Moddiy eskirish mehnat vositalaridan foydalanish jadalligi va uning korxonada ishlatilgan muddatlari bilan belgilanadi. Ma'naviy eskirish fan va texnika taraqqiyoti natijasida mehnat vositalarining arzonlashuvi hamda iqtisodiy jihatdan mukammal bo'lgan Yangi mehnat vositalarining yaratilishi va joriy qilinishi bilan bog'liq. Amortizatsiya me'yori asosiy fondlar turiga, xizmat qilish muddatiga ko'ra tabaqalashtiriladi. Amortizatsiya qiymati ishlab chiqarilgan mahsulotning tannarxiga kiritib boriladi. Mahsulot sotilgach, bu qiymat **amortizatsiya ajratmalari** ko'rinishida eskirgan jihozlar o'miga Yangisini sotib olish uchun zarur bo'lgan mablag'lar summasi tarzida jamg'ariladi.

Amortizatsiya ajratmalari – mahsulot tannarxiga kiritiladigan asosiy fondlar amortizatsiyasi summasi; asosiy fondlarni qisman tiklash (kapital ta'mir va Yangilash) va to'liq tiklash (renovatsiya) fondlarini yaratishga xizmat qiladi. Amortizatsiya ajratmalari me'yorlari asosiy fondlar qiymatiga proporsional ravishda hisoblanishi, ya'ni taxminiy foydalanish muddatiga tekis taqsimlanishi yoki kamayib boruvchi balans usulida – jadallashtirilgan tartibda hisoblanishi mumkin. Jadallashtirilgan tartibda foydalanishning birinchi yilida amortizatsiya me'yori 2 marta oshiriladi, ikkinchi yili qoldiq qiymatining 20% va shu tarzda ajratmalar nazarda tutiladi. Natijada asosiy fondlar qiymatining 23 qismi ular xizmat muddatining yarmidayoq amortizatsiyalanadi. Amortizatsiya me'yorlarining pasaytirilishi asosiy fondlarning Yangilanishini sekinlashtiradi, oshirilgan me'yorlar mahsulot tannarxini qimmatlashtiradi. Shu sababli amortizatsiya ajratmalari davlat tomonidan tartibga solinadi. Amortizatsiya ajratmalari ta'minlanishi kerak bo'lgan asosiy shart asosiy fondlar eskirishini to'liq qoplashi va ularni takror yaratishni ta'minlashidir. Bozor iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda davlat amortizatsiya ajratmalari normativlarini belgilab, jadallashtirilgan amortizatsiya orqali tadbirkorlarga soliqqa tortiladigan foyda summasini kamaytirishga imkoniyat yaratib beradi. Ayni paytda asosiy fondlar qiymatini hisobdan chiqarishni tezlatish tadbirkorni asosiy fondlarning ma'naviy eskirishi bilan bog'liq ehtimoli bo'lgan zarar ko'rishdan saqlaydi, Yangi texnika va texnologiyani tezroq joriy etishga rag'batlantiradi.

Amortizatsiya ajratmalari asosiy fondlarning o'zini yoki uning ba'zi qismlarini Yangilash vaqti kelguncha shu shaklda ma'lum fondga jamg'arilib turiladi va bu fondni **amortizatsiya fondi** deb ataydilar. Demak, amortizatsiya fondi – amortizatsiya ajratmalari hisobiga shakllanadigan maxsus fondir.

⁸ O'zbekiston milliy ensiklopediyasi. 1 jild. – T.: «Davlat ilmiy nashriyoti», 2000. – 288 bet

Asosiy vositalar va ishlab chiqarish ahamiyatiga ega bo'lgan moddiy aktivlar amortizatsiyasi degan tushuncha ham mavjud.

Asosiy vositalar va ishlab chiqarish ahamiyatiga ega bo'lgan nomoddiy aktivlar amortizatsiyasi bo'yicha xarajatlar tarkibiga quyidagilar kiradi:

- asosiy ishlab chiqarish fondlarining dastlabki qiymatidan kelib chiqib hisoblangan amortizatsiya ajratmalarining summasi (hisoblangan eskirish);
- lizing bo'yicha va belgilangan tartibda tasdiqlangan normalar qonun hujjatlariga muvofiq amalga oshiriladigan, jadallashtiriladigan amortizatsiya summasi.

Ishlab chiqarish ahamiyatiga ega bo'lgan nomoddiy aktivlar eskirish, har oyda xo'jalik yurituvchi subyekt tomonidan dastlabki qiymati va ulardan natijali foydalanish muddatidan (biror xo'jalik faoliyati yurituvchi subyekt muddatidan ortiq emas) kelib chiqib hisoblanadigan mahsulot (ishlar, xizmatlar) tannarxiga tegishli bo'ladi. Natijali foydalanish muhlatini aniqlash imkoni bo'lmagan nomoddiy aktivlar bo'yicha eskirish normasi 5 yilga hisoblanadi.

Ma'lumki, amortizatsiya ajratmalari belgilangan normalar bo'yicha tayyor mahsulotning tannarxiga kiritiladi va u quyidagi formula yordamida aniqlanadi:

$$N_a = (F_1 - F_t) (T_a \times F_1) \times 100\%,$$

Bu yerda:

F_1 – asosiy fondlarning dastlabki yoki tiklash qiymati;

F_t – asosiy fondlarning tugatish qiymati;

T_a – asosiy fondlarning normativ ishlash muddati (amortizatsiya vaqti).

Amortizatsiya normasining darajasi asosiy fondlarning eskirgan qismini tiklash uchun resurslar hajmini aniqlaydi. Amortizatsiya normasi bilan asosiy fondlarning aylanish tezligi belgilanadi va ularni qayta ishlab chiqarish jarayoni jadallashtiriladi.

Asosiy fondlarning to'liq tiklashni amortizatsiya ajratmalar jami quyidagi formulaga asosanib hisoblanadi:

$$A_a = N_a \times F,$$

Bu yerda:

N_a – amortizatsiya normasi;

F – asosiy fondlarning o'rtacha yillik qiymati.

5. Korxonaning ishlab chiqarish quvvati to'g'risida tushuncha va uni hisoblash yo'llari

Asosiy ishlab chiqarish fondlari hajmi va ulardan foydalanish darajasi korxonaning ishlab chiqarish quvvati kattaligini belgilaydi. U ishlab chiqarish dasturini asoslashda katta rol o'ynaydi hamda korxonaning belgilangan

nomenklatura va sifatli mahsulot ishlab chiqarish bo'yicha potentsial imkoniyatlarini tavsiflaydi.

Korxonaning ishlab chiqarish quvvati vaqt birligi ichida belgilangan assortiment va nomenklatura, mavjud dastgohlar, ishlab chiqarish maydonlaridan to'liq foydalanilgan holda mahsulot ishlab chiqarish imkoniyatini ifodalaydi.

Bundan kelib chiqadiki, ishlab chiqarish quvvati – bu, ma'lum bir vaqt davomida ilg'or texnologiyalardan foydalanish, ishlab chiqarish va mehnatni tashkil qilishning ilg'or sharoitlarida ishlab chiqarish mumkin bo'lgan mahsulotlarning maksimal darajasidir.

Korxonaning ishlab chiqarish quvvati natura birligida o'lchanadi. Masalan, metallurgiya sanoatida ishlab chiqarish quvvati tonnada, to'qimachilikda yigirilgan ip tonnada, gazlamalar metrd, avtotraktor tarmoqlarida avtomobillar va traktorlar donalab o'lchanadi.

Ishlab chiqarish quvvati korxonaning texnik darajasi, unumdorligi, kadrlar malakasi, xomashyolarning sifati va mahsulotlarning assortimentiga qarab o'zgarib boradi.

Korxonaning ishlab chiqarish quvvati ilg'or (asosiy) sexlar quvvati bilan, tsexlar quvvati bosh uchastkalar quvvati bilan, uchastkalar quvvati esa bosh uskunalar quvvatiga asosan aniqlanadi. Korxona ishlab chiqarish quvvati kattaligini belgilab beruvchi ko'rsatkichlar qatoriga quyidagilarni kiritish mumkin:

- * uskunalar tarkibi va turlar bo'yicha soni;
- * uskuna, agregat va dastgohlardan foydalanishning texnik-iqtisodiy norma (normativ) lari;
- * uskunalarining ishlash vaqti fondi;
- * ishchilar soni;
- * ishlab chiqarilayotgan mahsulot nomenklaturasi va assortimenti (turlari va xilma-xilligi).

Korxona ishlab chiqarish quvvatining *boshlang'ich* (yil boshida), *yakuniy* (yil oxirida), *o'rtacha* yillik hamda *loyiha quvvati* turlari mavjud.

Loyiha quvvati qurilish loyihasida ko'zda tutilgan bo'ladi. qayta tiklash, kengaytirish va texnik jihatdan qayta qurollantirish davomida loyiha quvvati kattalashtirilishi mumkin. SHu sababli amaliyotda loyiha quvvati ko'pincha korxonaning amaldagi quvvati bilan solishtiriladi. Korxonaning amaldagi quvvati korxona ishlab chiqarish dasturini tayyorlash uchun asos bo'lib xizmat qiladi.

Korxonalarda ishlab chiqarish quvvatini hisoblash uchun quyidagi ma'lumotlar bo'lishi lozim:

- a) mavjud uskunalar va agregatlarning soniga (ta'mirlashdagi uskunalar) rejalashtirish davrida Yangidan kiritilgan uskunalar qo'shiladi, Lekin jismoniy va tabiiy sharoit ta'sirida emirilgan uskunalar hisobga kiritilmaydi;

b) korxonalar va tsexlarning ishlab chiqarish maydonlari haqidagi ma'lumot;

v) korxonalarning ish rejimi, ya'ni smenalar soni (ta'mirlashga to'xtash vaqtsiz), ish vaqti fondi;

g) uskunalar, agregatlarning unumdorlik normasi.

Ishlab chiqarishda turli uskunalardan foydalanish, korxonaning quvvati asosiy texnologik jarayonlarni bajaradigan yetakchi sexlar, bo'linmalar yoki agregatlarning quvvatlariga binoan hisoblanadi.

Ishlab chiqarish quvvatini aniqlashda mahsulot birligiga sarflanuvchi vaqt normasi yoki har bir uskunaning unumdorlik normalari muhim ahamiyatga ega bo'lib, ular ilg'or hamda progressiv bo'lishi talab qilinadi.

Korxona bosh bo'g'inining (asosiy sexining) ishlab chiqarish quvvati quyidagi formula asosida hisoblanadi:

$$M = \frac{n \times F_{\max}}{M_t}$$

Bu erda:

M - sex yoki uchaskaning qabul qilingan o'lchov birligidagi ishlab chiqarish quvvati;

n - sex yoki uchastkadagi ilg'or uskunalar soni;

$F_{\max}$ - bosh uskunadan foydalanish mumkin bo'lgan maksimal muddat, soat;

M_t - bosh uskunada mahsulot tayyorlashning progressiv mehnat sig'imi, soat.

Amaliyotda ishlab chiqarish quvvati va uskunalarning yuklanishini hisoblashda ba'zida xatolar, ular o'rtasidagi farqni sezmaslik hollari ham uchray turadi. Korxona quvvati asosiy ishlab chiqarish fondlari, yangi texnika va aniqlangan zaxiralardan foydalangan holda mahsulot ishlab chiqarish mumkin bo'lgan maksimal darajani tavsiflaydi, uskunalarning yuklanishni hisoblash natijalari esa, ushbu quvvatlardan rejadagi davrda foydalanishning darajasini aniqlaydi.

Turli korxonalar (birlashmalar)ning ishlab chiqarish quvvatini hisoblashda ularning xususiyatlari inobatga olinadi va quyidagi formula yordamida hisoblanadi:

$$Q = Ds \times Du \times Div,$$

bu yerda,

Q - korxonaning ishlab chiqarish quvvati;

Ds - bir turdagi dastgohlar soni;

Du - vaqt birligidagi bir dona dastgohning unumdorligi;

Div - dastgohlarning ishlash vaqti.

Korxona ishlab chiqarish quvvatini aniqlashda zaxiradagi uskunalardan tashqari, barcha o'rnatilgan uskunarlar hisobga olinadi. Ba'zi bir sexlarda (yig'uv, quyuv va boshqa tsexlarda) ishlab chiqarish quvvati ishlab chiqarish maydonlariga asosan hisoblanadi. Ayrim tarmoqlarning korxona va sexlarida yig'uv, quyuv, mebel, konserva ishlab chiqarish quvvati, maydon bo'yicha quyidagi formulaga asosan hisoblanadi:

$$Q = (M : Mn) \times (F : Vt),$$

bu yerda:

M – korxonaning yoki sexning ishlab chiqarish maydoni (kvm);

Mn – norma ish joyiga taalluqli ishlab chiqarish maydoni (kvm);

F – ish joyining yillik rejali ish vaqti fondi (soat);

Vt – mahsulotning mehnat talabchanligi – texnologik vaqt (soatda).

Yil boshida belgilangan ishlab chiqarish quvvati – kirish quvvati, yil oxiridagisi esa chiqish quvvati deyiladi. O'rtaacha yillik ishlab chiqarish quvvati quyidagi formula yordamida aniqlanadi:

$$Kur = Kk + (Kt \times P) / 12 - (Kch \times P) / 12,$$

bu yerda:

Kk – kirish (rejalashtirilayotgan yil boshidagi) quvvat;

Kt – yil davomida ishga tushirilgan quvvat;

Kch – chiqish (yil oxiridagi) quvvat;

P – rejalashtirilayotgan davrdagi ishlab chiqarish quvvatidan foydalanilmagan oylar soni;

P – rejalashtirilayotgan davrda, ishga tushirilgan ishlab chiqarish quvvatidan foydalanilgan oylar soni.

Ishlab chiqarish samaradorligini oshirishning asosiy yo'llaridan biri mavjud ishlab chiqarish fondlaridan foydalanishni yaxshilashdir. Ulardan samarali foydalanish masalasi ayniqsa, bozor iqtisodiyotiga o'tish sharoitida yanada dolzarblashadi.

Shuning uchun ham O'zbekistonda ulardan har taraflama unumli foydalanishga alohida e'tibor berib kelinmoqda.

Ishlab chiqarish quvvatlaridan qanchalik to'la va unumli foydalanilsa, ko'proq mahsulot ishlab chiqariladi, mahsulotning tannarxi kamayadi, korxonaning foydasi va samaradorligi oshadi.

Asosiy fondlardan va ishlab chiqarish quvvatidan foydalanishni yaxshilash ijtimoiy ishlab chiqarishning samaradorligini oshirishga, kapital mablag' sarflamay qo'shimcha mahsulot ishlab chiqarishga, mehnat unumdorligi va samaradorlik o'sishiga hamda mahsulot tannarxini kamaytirishga imkon yaratadi. Shuning uchun ham hozirgi sharoitda respublikada ulardan unumli foydalanishga katta e'tibor berilmoqda.

Sanoat asosiy fondlari va ishlab chiqarish quvvatlari samaradorligini oshirishda korxonalarda texnologik uskunalarning ish smenasini ko'paytirish katta ahamiyatga ega. Uskunalardan intensiv foydalanishni yaxshilash uchun korxonaning texnika va texnologiyasini takomillashtirish, mashinalarning ish tezligini oshirish, metall quyishga, ximiyaviy jarayonlarga sarflanadigan vaqtni qisqartirish, shuningdek, kadrlar malakasining texnikaviy saviyasini oshirish, korxonalarni yiriklashtirish, ixtisoslashtirish va hamkorlik asosida mahsulot ishlab chiqarishni tashkil etish zarur.

Asosiy ishlab chiqarish fondlaridan foydalanishni yaxshilash bilan bog'liq bo'lgan mazkur chora-tadbirlar, ko'pincha ishlab chiqarish quvvatlari balansini tuzish yo'li bilan amalga oshirilib, korxonaning ishlab chiqarish quvvatlari va ularni ta'minlash manbalariga bo'lgan ehtiyoji aniqlanadi.

Nazorat va muhokama uchun savollar:

1. Asosiy ishlab chiqarish va noishlab chiqarish fondlari deganda nimani tushunasiz?
2. Asosiy fondlar strukturasi qanday?
3. Asosiy fondlarni baholashning qanday usullarini bilasiz?
4. Asosiy fondlar eskirishi turlari va sabablari nimadan iborat?
5. Asosiy fondlar harakati holatini ifodalovchi qanday ko'rsatkichlarni bilasiz?
6. Asosiy fondlar yemirilishi va ishga yaroqlilik koeffitsientlari qanday aniqlanadi?
7. Asosiy fondlar yangilanish va ishlab chiqarishdan chiqarib tashlangan fondlar koeffitsientlari nima uchun ishlatiladi?
8. Fond samaradorligi nima va u nima uchun qo'llaniladi?
9. Fond sig'imi nimani ko'rsatadi?
10. Mehnatning fond bilan qurollanganlik ko'rsatkichi mehnat unumdorligi bilan qanday bog'liq?
11. Asosiy fondlarning eskirishi deganda nimani tushunasiz.
12. Asosiy fondlarning amortizatsiyasi nima.
13. Korxonaning ishlab chiqarish quvvati to'g'risida tushuncha bering
14. Ishlab chiqarish quvvati nima va uni hisoblash yo'llarini sanab bering

2.2-MAVZU. SANOAT KORXONALARINING AYLANMA MABLAG'LARI, ULARNING SHAKLLANISHI VA FOYDALANISHI

1. Korxonaning aylanma mablag'lari va aylanma fondlari tushunchalarining mohiyati, tarkibi va tasnifi
2. Aylanma mablag'lardan foydalanish ko'rsatkichlari

3. Sanoat korxonalarining aylanma mablag'laridan foydalanish samaradorligini oshirish ko'rsatkichlari

1. Korxonaning aylanma mablag'lari va aylanma fondlari tushunchalarining mohiyati, tarkibi va tasnifi

Korxonaning mulki bo'lib, aylanma fondlar va pul shaklidagi muomala fondlari yig'indisi bo'lgan aylanma aktivlar (aylanma mablag'lar) hisoblanadi.

Ishlab chiqarish jarayonining uzluksizligini ta'minlash uchun asosiy ishlab chiqarish fondlari bilan bir qatorda mehnat buyumlari, moddiy resurslar ham zarur bo'lib hisoblanadi. Mehnat buyumlari mehnat vositalari bilan birgalikda mehnat mahsulotining qiymatini va iste'mol qiymatini yaratishga qatnashadi. Ishlab chiqarish aylanma fondlarining moddiy unsurlari (mehnat buyumlari) aylanishi mehnat jarayoni va asosiy ishlab chiqarish fondlari bilan chambarchas bog'liqdir.

Korxona aylanma fondlari va aylanma mablag'lar tushunchalarini, ularning mohiyatini, ahamiyatini va tarkibini ko'rib o'tamiz. Shunga e'tibor berish kerakki, aylanma fondlar va aylanma mablag'lar aynan bir narsa emas. Aylanma fondlar bu ishlab chiqarish jarayonining eng zarur unsuri, mahsulot tannarxining asosiy qismi. Mahsulot birligiga ketadigan xom ashyo, materiallar, yoqilg'i va energiya xarajatlari kam bo'lsa, mehnat qancha kam sarflansa ishlab chiqariladigan mahsulot ham shuncha arzon bo'ladi.

Sanoat korxonalaridagi ishlab chiqarish aylanma fondlariga ishlab chiqarish mablag'lari va fondlari o'z qiymatini mahsulotga to'liq o'tkazib yuboradigan mehnat jarayonining moddiy resurslari kiradi. Mehnat jarayonida aylanma mablag'larning moddiy unsurlari o'z natural shaklini va fizik-kimyoviy xususiyatlarini o'zgartiradi. Ular ishlab chiqarilayotgan mahsulotning iste'mol qiymatini yaratish mobaynida o'z qiymatini yo'qotadi. Yangi iste'mol qiymati esa yangi yaratilgan mahsulot ko'rinishida namoyon bo'ladi.

Aylanma mablag'larga korxonadagi ishlab chiqarish zaxiralarini omborxonalarda yoki ishlab chiqarish jarayonining o'zida tashkil etish, ta'minotchilar bilan, byudjet bilan va ish haqi to'lash bo'yicha hisoblashishlar uchun zarur bo'lgan pul mablag'lari kiradi.

Aylanma mablag'larning tarkibi va strukturasi bir-biridan farqlanadi.

Aylanma mablag'larning tarkibi deganda aylanma mablag'larni tashkil etuvchi elementlar yig'indisi tushuniladi. Aylanma mablag'larning ishlab chiqarish aylanma fondlariga va muomala fondlariga bo'linishi ulardan foydalanish xususiyatlarini va ularning mahsulot ishlab chiqarish va sotish sohasiga taqsimlanishini aniqlaydi.

Ishlab chiqarishda band bo'lgan aylanma mablag'lar miqdori mahsulot ishlab chiqarishdagi ishlab chiqarish sikllarining davomiyligi, texnika rivojlanishi darajasi, texnologiyani takomillashtirish va mehnat ni tashkil etish asosida aniqlanadi.

Muomala mablag'larining summasi asosan mahsulotni sotish shart sharoitlari va mahsulotga maishiy xizmat va ta'minot xizmatini tashkil etishga bog'liq bo'ladi. Mahsulot muomalasi jarayonida ishlatiladigan aylanma mablag'lar, o'z oldiga muomala fondlarini qo'yadi.

Ularga korxona omborlarida turgan sotishga tayyor mahsulotlar, yuklab yuborilgan, ammo puli to'lanmagan mahsulotlar, korxonaning pul mablag'lari va hisob raqamidagi mablag'lar kiradi.

Neft va gaz qazib chiqarish sohasi va uni qayta ishlash sanoatida aylanma mablag'lar tarkibi jihatidan bir-biridan farq qiladi. Neft va gaz qazib chiqarish sanoatida yordamchi materiallarning ulushi yuqori, shuningdek, bunga tez yemiriladigan hamda eskiradigan jihozlar va instrumentlar, ta'mirlash uchun ehtiyot qismlar kiradi (quduq nasoslari, tasmalar, arqon, deemulgatorlar, turli metallar h.zo). Neftni qayta ishlash sanoatida aylanma vositalarning asosiy qismi xom-ashyo va asosiy va yordamchi materialarga to'g'ri keladi. Burg'ulash jarayonida burg'ulash quvurlari, uzaytiruvchilar, qulflar, dolotlar, metal arqonlar aylanma fondlarga kiradi.

Neft va gaz sohasida barcha aylanma mablag'lar ishlab chiqarishda faol qatnashib, muomala fondlari kamchilikni tashkil etadi.

Korxonada yetarli darajada aylanma mablag'larning mavjud bo'lishi, bozor iqtisodiyoti sharoitida korxona erkin faoliyat ko'rsatishi uchun asos hisoblanadi.

Eng asosiysi, korxonada aylanma fondlardan va aylanma mablag'lardan samarali foydalanish nima berishini va ishlab chiqarilayotgan mahsulotning material sig'imini kamaytirish hamda aylanma mablag'larning aylanishini tezlashtirish uchun qanday tadbirlar qo'llanilishi kerakligini bilishimiz kerak.

Korxona ishlab chiqarish aylanma fondlari uch qismdan tashkil topadi:

- ishlab chiqarish zaxiralari;
- tugallanmagan ishlab chiqarish va o'zidan tayyorlangan yarim fabrikatlar;
- kelgusi davr xarajatlari.

Ishlab chiqarish zaxiralari – bu ishlab chiqarish jarayonida ishlatish uchun tayyorlab qo'yilgan mehnat buyumlaridir, bo'lar: xom ashyo, asosiy va yordamchi materiallar, yoqilg'i, energiya, sotib olingan yarim fabrikatlar va yig'iladigan buyumlar, tara va tara materiallari, asosiy fondlarning joriy remonti uchun olib qo'yilgan ehtiyot qismlardan tashkil topadi. Burg'ulash sohasida moddiy buyumlarning katta zaxiralarini shakllantirilishi talab etiladi.

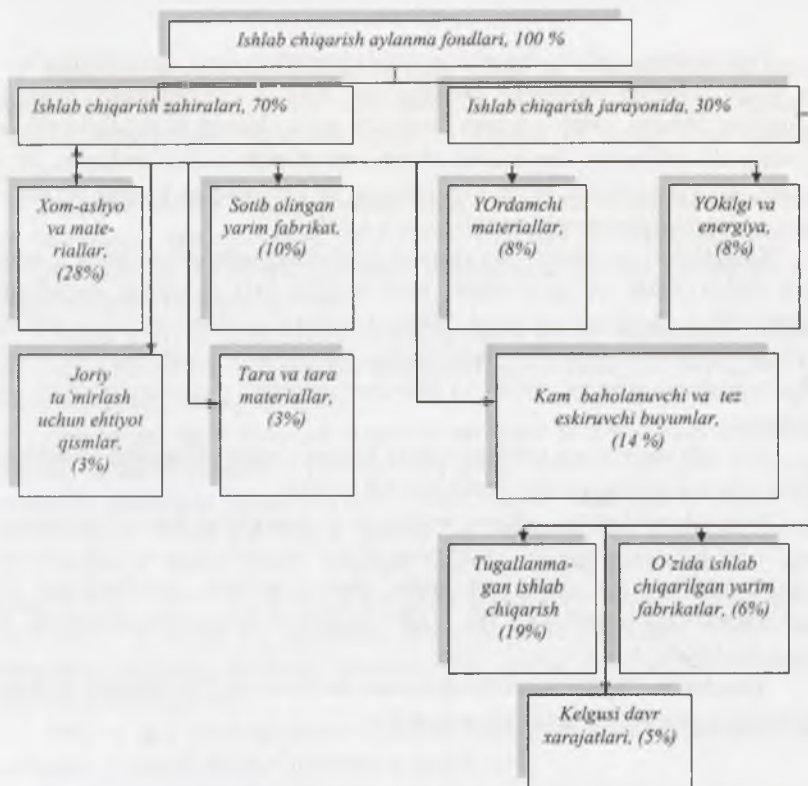
Tugallanmagan ishlab chiqarish va o'zida tayyorlanadigan yarim fabrikatlar – bu ishlab chiqarish jarayoniga qatnashadigan mehnat buyumlaridir, bularga: materiallar, detallar, ishlab chiqarish jarayonida qayta ishlanuvchi, to'ldiriluvchi va to'planuvchi buyumlar, shuningdek, o'zida tayyorlangan yarimfabrikatlar, birta sexida ishlab chiqarilishi to'liq tugatilmagan va korxonaning boshqa sexlarida yana qayta ishlanishi zarur bo'lgan buyumlar kiradi.

Kelgusi davr xarajatlari – bu aylanma fondlarning nomoddiy unsurlari, ya'ni ayni vaqtda ishlab chiqarilayotgan, lekin kelgusi davr mahsuloti bo'ladigan mahsulotlarni tayyorlash va yangi mahsulot turlarini o'zlashtirish bilan bog'liq bo'lgan xarajatlardir. (Masalan, yangi turdagi mahsulotlarni ishlab chiqarish uchun texnologiyalarni qayta ta'mirlash va jihozlarni qaytadan o'rnatish xarajatlari va boshqalar).

Foizlarda ifodalangan aylanma mablag'larning alohida elementlari o'rtasidagi nisbat aylanma mablag'larning strukturasi deb aytaladi.

Sanoat tarmoqlaridagi aylanma mablag'lar strukturasi farq ko'p omillarga bog'liq bo'ladi, ularga asosan: tashkilotdagi ishlab chiqarish jarayonlarining o'ziga xosligi, ta'minot va xizmat ko'rsatish shart sharoitlari, ta'minotchilar va iste'molchilarning joylashgan o'imi, ishlab chiqarish xarajatlarining strukturasi va boshqalar kiradi.

Aylanma mablag'lar umumiy strukturasi bo'yicha turli tarmoqlarda turlicha bo'lishini quyidagi chizmada ko'rish mumkin:



5.1-chizma. Aylanma mablag'lar umumiy strukturasi

Sanoat korxonalarida aylanma mablag'larning katta qismini tovar-material boyliklari tashkil etadi. Ularning egallagan ulushi 75-87 %. Turli tarmoqlarda tovar-material boyliklaridagi aylanma mablag'lar strukturasi ham turlicha bo'ladi.

Hozirgi davrda xarajatlarning yuqori ulushi kimyo sanoatida – 9%. Mashinasozlik sanoatida esa boshqa sanoatlarniki bilan solishtirganda zaxiralar ancha past, tugallanmagan ishlab chiqarish va o'zida tayyorlangan yarimfabrikatlar esa ancha yuqori.

Xom ashyo va materiallarning ishlab chiqarishdagi zaxiralari summasi turli tarmoqlarda turlicha bo'ladi, u tarmoq chiqaradigan mahsulotning texnik-iqtisodiy xususiyatlaridan bog'liq bo'ladi.

Asosiy va aylanma fondlarning umumiy ishlab chiqarish fonlaridagi ulushi turli sohalarda turlicha bo'ladi. Masalan, asosiy fondlarning ulushi umuman sanoatda o'rtacha -75%, mashinasozlikda - 55-65%, neft qazib olish sanoatida – 97%, neftni qayta ishlash sanoatida – 90%, gaz sanoatida -97% ni tashkil etadi.

Neft va gaz qazib chiqarish sohasi va uni qayta ishlash sanoatida aylanma mablag'lar tarkibi jihatidan bir-biridan farq qiladi. Neft va gaz qazib chiqarish sanoatida yordamchi materiallarning ulushi yuqori, shuningdek tez yemiriladigan hamda eskiradigan jihozlar va instrumentlar, ta'mirlash uchun ehtiyot qismlar kiradi. Neftni qayta ishlash sanoatida aylanma vositalarning asosiy qismi xomashyo va asosiy va yordamchi materiallarga to'g'ri keladi.

Neft va gaz sanoatining aylanma fondlari tarkibida o'ziga xos bir qator xususiyatlari mavjud. Masalan, tara va tara (qadoqlash) materiallari ushbu sohada juda kichik ulushni (1,5%) tashkil etadi. Mehnat predmetlari ko'p sonli bo'lib, ularni ishlab chiqarishdagi vazifasiga ko'ra keng tasniflash mumkin. Har bir sohada aylanma vositalarning tuzilishida farqlar mavjud. Neft va gaz sohasining o'ziga xosligi bu - xomashyo, asosiy materiallar, yarim tayyor materiallar va tugallanmagan ishlab chiqarishning mavjud emasligidadir.

Ishlab chiqarish fondlari tarkibida aylanma mablag'larning ulushi neft va gaz qazib chiqarish sanoatida 3-4% ni, neftni qayta ishlash va neft-kimyo sanoatida 9-10% ni tashkil etadi.

2. Aylanma mablag'lardan foydalanish ko'rsatkichlari

Aylanma fondlardan rejaviy foydalanishni tashkil qilishda ularning ayrim turlarini mahsulot birligiga sarf etishni ilmiy asosda normallashtirish katta ahamiyat kasb etadi. Bu ishni bajarish ishlab chiqarish xarajatlarini pasaytirish, ishlab chiqarishning rentabelligini oshirish, moddiy texnika ta'minotini tashkil etish, texnika va texnologiyani takomillashtirishning asosiy vositasi hisoblanadi. Barcha normalar ilmiy jihatdan asoslangan va o'zlarining xususiyatlari bo'yicha ilg'or davr talabiga javob beradigan bo'lishlar zarur.

Moddiy resurslarni sarflash normalari turlicha bo'lishi mumkin:

1. Foydalanish muddatiga normalar, a) istiqbolli; b) yillik va operativ normalar.

2. Qo'llanish miqyosi bo'yicha normalar ikki xil: shaxsiy normalar va rasmiylashgan normalar bo'ladi.

3. Normalashtirilayotgan mablag'ning detallashtirish darajasi: tayyor mahsulot yoki uning ayrim qismlari bo'yicha ajratilishi mumkin.

4. Materiallarni detallashtirish bo'yicha yig'ma normalar, yiriklashgan normalar bo'lishi mumkin.

5. Moddiy resurslarni to'g'ri, oqilona sarflashni normallashtirish uchun ularning tarkibini belgilash katta ahamiyatga ega.

Normalar tarkibida quyidagilar e'tiborga olinadi:

- mahsulot birligiga sarflanadigan foydali xomashyo va materiallarning miqdori.

– zaruriy texnik chiqindi va boshqalar. Normalar tajriba, laboratoriya, texnikaviy, analitik, hisob, statistik usullar bilan tuziladi. Bu usullarning eng muhimi birinchisi hisoblanadi.

Tashkil etilish usuliga qarab aylanma mablag'lar normalashtiriladigan va normalashtirilmaydigan mablag'larga bo'linadi.

Normalashtiriladigan aylanma mablag'lar korxonaning uzluksiz ishlashini ta'minlash uchun kerak bo'lgan mablag'larning minimal miqdoridir.

Aylanma mablag'larning aylanish davri 3 qismdan iborat bo'ladi:

1. Mablag'larning ishlab chiqarishdagi jamg'arma shakli;
2. Ishlab chiqarish jarayonidagi shakli;
3. Tayyor mahsulot yoki hisob-kitob schyotidagi shakli.

Normalashtirishning asosiy vazifasi ishlab chiqarish jamg'armalarini, tugullanmagan ishlab chiqarish hajmini, tayyor mahsulot qoldig'ini aniqlashdan iborat. Normalarga binoan, ishlab chiqarish jamg'armalari rejalashtiriladi. Ularning miqdori korxonalarda kamroq, Lekin ishlab chiqarish jarayoniga yetarli bo'lishi kerak.

Neft sanoatida tayyor mahsulotning aylanma mablag'lardagi ulushi yuqori bo'lib, ularga korxonaning saqlash uchun hajmlaridagi, tindirgichlarda topshirishga tayyorlangan, tovar quduqlari (rezervuar) da to'plangan, saqlash hajmlarida va quvurlardagi qoldiq sifatidagi neft mahsulotlari kiradi. Neftni qazib olish korxonalari uchun tayyor mahsulotga aylanma mablag'lar normativi 5 sutkani tashkil etadi.

Xom ashyo va xarid qilinadigan yarim fabrikatlar (neft, tabiiy gaz, mazut, moylar va h.zo) ga normativlar etkazish shartlari, transport turi, xom ashyoni qayta ishlashga tayyorlash davri va korxona quvvatiga bog'liq bo'ladi. Ushbu moddiy boyliklarning zaxiralari normativi 2-3 kundan to 10-15 kungacha, ba'zida 45-60 kungacha bo'lishi mumkin.

Ushbu omillardan kelib chiqib yordamchi materiallarning (sulfat kislotasi, soda, o'yuvchi natriy, ammiak, fenol, aseton, benzol, katalizatorlar) normativlari belgilanadi. Ularning zaxiralari 25-70 kunni tashkil etadi. Yordamchi materiallarga reagent va katalizatorlardan tashqari uskunalarni ta'mirlash uchun materiallar (yog'lash va h.zo). Ushbu materiallarning zaxiralari ta'mirlash qiymatidan kelib chiqib belgilanadi, ular remont ishlarining 5% ni tashkil etadi.

Aylanma mablag'larga bo'lgan ehtiyojni aniqlash maqsadida moddiy boyliklar zaxiralarining puldagi ifodasini bilish zarur. Aylanma mablag'larga bo'lgan ehtiyoj - O's ni aniqlashda quyidagi formula qo'llaniladi:

$$O_s = M \cdot N_z / T;$$

bunda: M – ko'rilayotgan davrda moddiy boyliklar sarfi, so'm;

T – ko'rilayotgan davrning davomiyligi, sutka.

Nz - moddiy boylikning zaxira normasi, sutka.

Ushbu formula har qaysi sanoat tarmog'i (korxonasi) va aylanma mablag'larning alohida turlari uchun o'zgarishi mumkin.

Har bir korxona aylanma mablag'larni saqlash va ulardan oqilona foydalanishni va ularning aylanishini tezlashtirishni ta'minlashi kerak. Faqat shundagina u samarali ishlagan bo'ladi. Aylanma mablag'larning iqtisodiy samaradorligi ularning doiraviy shaklda aylanishining tezlashishidir. Bunga erishilganda ortiqcha mablag'larning bo'shashiga va ulardan boshqa maqsadlarda qo'llanishiga sharoit yaratib beriladi.

Aylanma mablag'larning aylanishi turli ko'rsatkichlar bilan belgilanadi. Aylanma mablag'larning aylanish koeffitsienti quyidagi formula yordamida aniqlanadi:

$$Ka = Msm / Ay.q,$$

Bunda:

Msm – sotilgan mahsulot miqdori, so'm hisobida;

Ay.q. – aylanma mablag'larning o'rtacha yillik qoldig'i, so'm hisobida.

Aylana mablag'larning 1 ta aylanish davrini quyidagi formula bilan hisoblash mumkin:

$$Ad = (Ay.q \times 360) / Msm$$

Aylanma mablag'larning aylanish davrini hisoblashni osonlashtirish uchun yildagi kunlar sonini 360 kun, kvartalni 90 kun, oylikni 30 kun deb qabul qilingan.

3. Sanoat korxonalarining aylanma mablag'laridan foydalanish samaradorligini oshirish ko'rsatkichlari

Bozor iqtisodiyotiga o'tishning eng asosiy muammolaridan biri – bu resurslarning tejamkorligi asosida ishlab chiqarish intensivligini oshirishdir.

Tejash bo'yicha tadbirlar joriy etish sistemasida mehnat buyumlarini tejash asosiy o'rinni egallaydi va u xom ashyo, materiallar, yoqilg'i, energiya xarajatlarining mahsulot birligiga ketadigan ulushini kamaytirishini nazarda tutadi, lekin, bu xarajatlarni kamaytirish mahsulot sifatini tushurmasligi kerak hamda mahsulotning ishonchligi va uzoq muddat saqlanishini ta'minlash kerak.

Hozirgi sharoitda aylanma fondlarni tejashning iqtisodiy ahamiyati quyidagiga ifodalanadi:

– xom ashyo, materiallar, yoqilg'i xarajatlarini kamaytirish ishlab chiqarishga ko'plab iqtisodiy foyda keltiradi. U har doimgi ishlatiladigan moddiy resurslardan foydalanib, ko'proq tayyor mahsulot ishlab chiqarishni ta'minlaydi va ishlab chiqarish hajmi oshirishga asos bo'lib xizmat qiladi.

– Moddiy resurslarni tejash, ishlab chiqarishda yangi, ancha tejimli bo'lgan materiallarni qo'llash, ishlab chiqarishning alohida tarmoqlari o'rtasida takomillashgan munosabatlarining paydo bo'lishiga olib keladi va sanoat ishlab chiqarish tarmoqlarini yanada rivojlantiradi.

Mahsulot ishlab chiqarishda moddiy resurslar xarajatlarini xarakterlovchi umumiy ko'rsatkich bo'lib material sig'imi $-M$ ko'rsatkichi hisoblanadi va u mahsulot birligiga qilingan moddiy xarajatlarni natural yoki qiymat o'lchovlarida baholab beradi.

Bu ko'rsatkich natural, natural-qiymat va qiymat ifodalarida o'lchanadigan ko'rsatkichlar: metall sig'imi, energiya sig'imi, yoqilg'i sig'imi kabi alohida resurslar sarfini xarakterlovchi ko'rsatkichlar bilan bevosita bog'liqdir.

Mahsulotning material sig'imi turli ko'rsatkichlar bo'yicha hisoblanishi mumkin:

1) Ishlab chiqarish mahsulotning tabiiy birligiga sarflangan moddiy resurslarning solishtirma xarajatlari (solishtirma material sig'imi):

$$M = m = Q / N;$$

2) Ishlab chiqarilgan mahsulotning tabiiy birligiga sarflanadigan bir necha xil moddiy resurslarning miqdorini qiymat ifodada o'lchash (m :so'm-ltn, 1m kub, 1 m kv va boshqalar uchun):

Moddiy resurslarni tejash manbaalari va yo'llari bir-biridan farqlanadi.

Tejash manbai deganda, nima hisobidan tejashga erishilgani tushuniladi. Tejash yo'llari deganda qanday usulda, qaysi tadbirlarni qo'llab tejashga erishilgani nazarda tutiladi.

Har bir korxona moddiy resurslarni tejash zaxiralariga ega bo'ladi. Zaxira deganda topilgan yoki topilayotgan, lekin to'liq qo'llanilmagan moddiy resurslardan foydalanish imkoniyatlari tushuniladi.

Paydo bo'lish sohalari nuqtai nazaridan va moddiy resurslarni tejab zaxiralaridan foydalanish bo'yicha ularni uch guruhga bo'lish mumkin:

- Real sektor;
- umumsanoat – tarmoqlararo;
- ishlab chiqarish ichidagi (sex, zavod, tarmoqdagi).

Real sektordagi zaxiralar deganda mamlakat xo'jaligi uchun muhim ahamiyatga ega bo'lgan, xalq xo'jaligining ilg'or tarmoqlarida o'zlashtirilgan, qazib olishdagi va ishlab chiqarishdagi xom ashyolarning iqtisodiy, sun'iy va sintetik turlari, issiqlik energiya kompleksining takomillashgan strukturasi, bozor iqtisodiyoti sharoitidagi xalq xo'jaligining zamonaviy mexanizmi asosida tejab qo'llaniladigan resurslar tushuniladi.

Umumsanoat-tarmoqlararo zaxiralar – bu resurslarning jalb qilinishi yetakchi sanoat tarmoqlari o'rtasida oqilona tashkil etilgan ishlab chiqarish iqtisodiy

aloqalaridan bog'liq bo'lgan zaxiralar (masalan: qora metallurgiya, mashinasozlik, kimyo sanoati). Bu zaxiralar alohida sanoat tarmoqlarining va iqtisodiy zonalar rivojlanishining xususiyatlaridan bog'liq bo'ladi. Bularning eng muhimlari xalq xo'jaligi darajasidagi ahamiyatga ega. SHuning bilan birgalikda ularni ishlatish ancha cheklangan u ko'pincha o'zaro aloqador sanoat tarmoqlari yoki yirik sanoat tarmoqlari va ishlab chiqarish hududiy birlashmalari tomonidan taqsimlanadi.

Umumsanoat-tarmoqlararo zaxiralarga quyidagilar kiradi: foydali qazilmalarni topishni va qayta ishlashining yangi samarali usullarini joriy etish, ularni qazib olish jarayonida ilg'or texnologiyalardan foydalanish, moddiy xom ashyolarni to'liq va kompleks qayta ishlashni ta'minlash, ixtisoslashtirishni rivojlantirish, sanoatda kooperativlashtirish va kombinasiyalashtirishni tashkil etish, turli mulkchilik shaklidagi korxonalarni rivojlantirish, qo'llaniladiyogon xom ashyo va materiallarning sifatini oshirib, qishloq xo'jaligida moddiy resurslarni tejash bo'yicha tarmoq-ishlab chiqarishi rejalarini bajarish, ishlab chiqarishda ancha samarali xom ashyo va materiallardan foydalanib, resurslar aylanishini tezlashtirish.

Ishlab chiqarish ichidagi zaxiralarga moddiy resurslardan foydalanishni yaxshilash imkoniyatlari kiradi. U texnika va texnologiyalarni takomillashtirish, ishlab chiqarishda mahsulotlarning ancha samarali turlari va modellarini o'zlashtirish bilan, aniq tarmoqlar va korxonalarda mahsulot sifatini oshirish bilan bevosita bog'liq.

Ilmiy-texnika taraqqiyoti davrida ilmiy-texnik o'zgarishlarni tezlashtirishda butun xalq xo'jaligini harakatlantiruvchi kuchi bo'lib, jamiyat ishlab chiqaruvchi kuchlarini rivojlantirish hisoblanadi. Ko'pchilik hollarda fanni ishlab chiqarish bilan bog'lashda intensiv jarayon yuz beradi va u sanoat mahsulotining material sig'imini kamaytirishni tizimli ravishda tashkil etish imkoniyatini beradi.

Qabul qilinadigan tadbirlarning xarakteriga qarab iqtisodiy resurslarni tejashning asosiy yo'nalishlari sanoat ishlab chiqarishda ishlab chiqarish texnik va tashkiliy-iqtisodiy yo'nalishlariga bo'linadi.

Ishlab chiqarish texnik yo'nalishlariga xom ashyoning sifat jihatidan ishlab chiqarishga tayyorlash, mashinalar tuzilishini takomillashtirish, jihozlar va detallarni yangilash, xom ashyo, yoqilg'i, energiya ning tejamlaroq turlarini qo'llash, texnologik chiqindilar va moddiy resurslar nobudgarchiligini kamaytiradigan yangi texnikalar va texnologik jarayonlarni qo'llash kabi tadbirlar kiradi.

Xom ashyoga birlamchi ishlov berish tarmoqlarida xom ashyoni tejash uchun qilingan dastlabki tadbir bo'lib xom ashyoni qayta ishlashga sifat jihatidan yaxshilab tayyorlash hisoblanadi. Xom ashyoni tayyorlash usullariga – yoqilg'i sanoatida ko'mirni boyitish, to'qimachilik sanoatida paxta tolasiga birlamchi

ishlov berish va standartlashtirish kiradi. Masalan: shaxtadagi temirning holatini 1 % ga yaxshilash, pech unumdorligining 2 % ga oshishiga va 20 % atrofida qazilma kukunining tejalishtirishiga olib keladi.

Nazorat va muhokama uchun savollar:

1. Aylanma fondlarning ta'rifi.
2. Aylanma aktivlar qanday fondlardan tashkil topgan?
3. Aylanma fondlar qanday qismlardan tashkil topgan?
4. Tugallamagan ishlab chiqarish deganda nimani tushunasiz?
5. Ishlab chiqarish aylanma fondlarining tuzilishi?
6. Aylanma aktivlardan samarali foydalanish qanday qilib tannarxga ta'sir qiladi?
7. Moddiy resurslar deganda nimani tushunasiz?
8. Material sig'imi katta mahsulotlarga qanday mahsulotlarni misol qilib ko'rsatish mumkin?
9. Moddiy resurslardan tejab foydalanishning qanday yo'llari mavjud?
10. Aylanish koeffitsienti qanday hisoblanadi?
11. Aylanish tezligi qanday hisoblanadi va nimani bildiradi?

2.3-MAVZU. SANOAT KORXONALARINING KADRLARI, ULARNING SHAKLLANISHI VA FOYDALANISH

1. Korxona personal, uning tarkibi va shakllanish shartlari
2. Korxonalarda personalni boshqarish
3. Kadrlar salohiyatidan foydalanish

1. Korxona personal, uning tarkibi va shakllanish shartlari

Sanoat taraqqiyotining muammolari umumiy majmuida uni xodimlar bilan ta'minlash masalasi, ularning manbalari, tayyorlash va qayta tayyorlash shakllarini hamda ulardan oqilona foydalanish masalalarini aniqlash alohida o'rin egallaydi. Ayniqsa, bozor iqtisodiyoti sharoitida sanoat korxona (firma) larni kadrlar (xodimlar) bilan ta'minlash va ulardan oqilona foydalanish alohida ahamiyat kasb etadi.

Sanoat ishlab chiqarishida nafaqat mehnat qurollari va mehnat buyumlari (ishlab chiqarish vositalari), balki kadrlar ham alohida ahamiyat kasb etadi. Aynan kadrlar ishlab chiqarishni boshqaradilar, joriy va istiqbolga tegishli rejalashtirishni va bashorat qilishni amalga oshiradilar, ishlab chiqarish vositalari va moliyaviy resurslarni harakatga keltiradilar. Kadrlarning bilimi, ilmi, kasbiy mahorati qanchalik yuqori bo'lsa, sanoat faoliyatining ishlab chiqarish – iqtisodiy

parametrlari shunchalik yuksak bo'ladi. Demak, sanoat ishlab chiqarishining ahvoli, holati, rivoji uning *kadrlar potentsiali* bilan belgilanadi.

Shu yerda «potentsial» atamasining ma'nosini tushuntirib o'tish kerak bo'ladi, chunki bu tushuncha bozor iqtisodiyoti sharotitida juda ko'p ishlatiladi. O'zbek tilining izohli lug'atida «potentsial» so'zi lotincha «potentia» so'zidan olinganligi va imkoniyat, kuch-qudrat, yashirin imkoniyatlar ma'nolarini bildirishi ta'kidlangan. Odatda bu atamada mavjud bo'lgan va safarbar etilishi, harakatga keltirilishi, ma'lum maqsadlarga erishish uchun foydalanilishi mumkin bo'lgan vositalar, zaxiralar va manbalar ham izohlanishi mumkin.

Kadrlar salohiyati – bu mehnat zaxirasi yoki imkoniyatidir. U jamiyat mehnat potentsialining tarkibiy qismi hisoblanadi. Unda mehnat resurslarining umumiy soni va ularning tarkibi, ma'lumot darajasi, professional ko'nikmasi va ishlab chiqarishning u yoki bu sohasida mehnat qilish qobiliyati aks etadi.

Kadrlar salohiyati - mehnat resurslarining umumiy soni va jinsi, yoshi, ma'lumoti, kasbiy ko'nikmalari, korxonaning u yoki bu bo'g'inlarida va jamoatchilik ishlab chiqarishida qatnashishi bilan ifodalanuvchi mehnat resurslari yoki imkoniyatlarini ifodalaydi. Kadrlar salohiyati jamiyat mehnat salohiyatining tarkibiy qismidir.

Kadrlar korxonada mehnat bilan band bo'lgan hamda korxona shaxsiy tarkibiga kiruvchi turli kasbiy-malakaviy guruhlardagi xodimlar majmuasidir. Korxonaning mehnat resurslari uning ishchi kuchini tavsiflaydi. Korxona personali doimiy va yollanib ishlovchi, malakali va malakasiz barcha xodimlardan iborat bo'lgan shaxsiy tarkibni izohlaydi.

Sanoat ishlab chiqarishining muvaffaqiyati pirovard natijada rahbar kadrlarning etukligiga, bilim va ilmining darajasiga, ish malakasi hamda tashkilotchilik qobiliyatiga, ularni to'g'ri tanlash, joy-joyiga qo'yish va tarbiyalashga bog'liqdir.

Davlat kadrlar siyosatini jamiyat hayotining barcha tomonlariga rahbarlik saviyasini oshirish bilan, iqtisodiy-ijtimoiy va madaniy hayotning barcha sohalarida jamoa tashkilotlarining rahbarlik rolini kuchaytirish bilan bevosita bog'laydi. Davlat va nodavlat tashkilotlari kadrlar bilan ishlashni muttasil nazorat qilib boradilar va mahalliy sharoitlarni hisobga olgan holda kadrlar masalasida Prezident va Vazirlar Mahkamasining yagona yo'lini og'ishmay o'tkazib boradilar.

Ishlab chiqarish – xo'jalik faoliyatining har qanday sohasida, shu jumladan, sanoat tarmog'ida ham natijalilik, samaradorlik ko'p jihatdan o'rta bo'g'in kadrlarga bog'liq. Ular rahbarlarning eng ko'p sonli kategoriyasi bo'lib, ishlab chiqarishga hammadan yaqinroq turadilar. Shu boisdan respublikada o'rta bo'g'in kadrlarga alohida ahamiyat beriladi.

Kadrlar siyosatining mazmuni, uni amalga oshirishda amal qilinadigan bir qator tamoyillar mustaqillikka erishilgandan keyin butunlay o'zgardi. Kadrlar

ishining usullari, shakllari, bu ishga yondoshishning siyosiy va tashkiliy rahbarlik usullari haqidagi qoidalar qaytadan ishlab chiqildi.

Ma'lumki, siyosat kishilar orqali yuritiladi. Har qanday tashkiliy masalalarni siyosatdan ajratish mumkin emas. Shu sababli, odatda xodimlarning ishchanlik va siyosiy xislatlariga; oshkoralikka va xodimlarni ochiq-oshkora tanlashga; rahbarlikning davomiyligiga rioya qilgan holda ularni o'zgartirib turishga; keksa va yosh kadrlarni qo'yib ishlatishga, kadrlarga ishonishga hamda ularga nisbatan qat'iy talabchan bo'lishga; davlatning asosiy vazifalari va xodimlarning shaxsiy qobiliyatlariga muvofiq tarzda kadrlarni joy-joyiga qo'yishga; ularning ajoyib fazilatleri va kamchiliklarini o'rganishga; xo'jalik va siyosiy rahbarlarning g'oyaviy-nazariy saviyasini muttasil oshirib borishga katta ahamiyat beriladi.

1997 yilning avgust oyida «Kadrlar tayyorlash milliy dasturi» qabul qilindi va ta'lim tizimining aniq strategiyasi yaratildi. Bu dasturning maqsadi – ta'lim sohasini tubdan isloh qilish, uni o'tmishdan qolgan mafkuraviy qarashlar va sarqitlardan to'la xalos etish, rivojlangan demokratik davlatlar darajasida, yuksak ma'naviy va axloqiy talablarga javob beruvchi yuqori malakali kadrlar tayyorlash Milliy tizimini yaratishdir.

Kadrlar (xodimlar) – bu muayyan kasbni egallash bo'yicha tayyorgarlikni o'tgan, amaliy tajriba va mehnat ko'nikmasiga ega bo'lgan ishlab chiqarish sohasida ish bilan band bo'lgan kishilardir.

Kadrlarga bo'lgan talabni aniqlash, ularni tayyorlash va qayta tayyorlash, ulardan oqilona foydalanish, kadrlarning mehnati bo'yicha rejalashtirish va hisobga olish va boshqa yo'nalishlar bilan mujassamlashtirish uchun xodimlarni guruhlariga ajratish kerak bo'ladi, ya'ni tasniflash zarur.

Ishlab chiqarish, xo'jalik faoliyatida qatnashishiga qarab sanoat tarmog'ida band bo'lgan barcha kadrlar ikki guruhga bo'linadi:

- sanoat ishlab chiqarish xodimlari;
- nosanoat ishlab chiqarish xodimlari;

Mahsulot ishlab chiqarish doirasida band bo'lgan xodimlarning barchasi sanoat ishlab chiqarish xodimlari guruhiga kiradi. Sanoat ishlab chiqarish xodimlari o'z navbatida bajaradigan funktsiyasining tavsifiga qarab quyidagi kategoriyalarga bo'linadi:

1. Ishchi xodimlar;
2. Muhandis-texnik xodimlar;
3. Xizmatchilar;
4. Ish bajaruvchi kichik xodimlar;
5. Qorovullar va o't o'chiruvchilar, ya'ni korxonani qo'riqlaydigan va yong'indan muhofaza qiluvchi xodimlar.

Sanoat ishlab chiqarish xodimlarning eng muhim va juda ko'p qismi – bu **ishchilar** bo'lib, ular mahsulot ishlab chiqarish (ish bajarish, xizmat ko'rsatish)da bevosita qatnashadilar, jihozlarni ta'mirlash, mehnat buyumlari va tayyor mahsulotni bir yerdan ikkinchi joyga tashiydilar va nixoyat ta'mirlash – qurish ishlarini bajaradilar.

Ishchilardan keyingi o'rinda **muhandis-texnik xodimlar** turadi va ular rahbar xodimlar hisoblanadi. Ularga direktorlar, boshqaruvchilar, ularning muovnlari, bosh mutaxassislar, xizmat ko'rsatish bo'limlarining rahbarlari kiradi. **Xizmatchilar** kategoriyasiga – hujjatlarni tayyorlovchi, ularni rasmiylashtiruvchi, hisob va nazorat ishlarini bajaruvchi, xo'jalik xizmatini bajaruvchi (agentlar, kassirlar, ish yurituvchilar, kotibalar, statistlar va boshqa)lar kiradi.

Ishga yonlash davri uzunligiga qarab korxona xodimlari quyidagi guruhlariga ajratiladi:

- doimiy xodimlar;
- vaqtincha xodimlar;
- mavsumiy xodimlar;
- uchrab qolgan ishlarni bajarish uchun qabul qilingan xodimlar.

Kadrlar salohiyati miqdoriy tavsif berishdan tashqari korxona personalining sifat tavsifi ham muhim ahamiyatga ega bo'lib, u korxona xodimlarining mazkur ishlab chiqarishga kasbiy va malakaviy jihatdan yaroqlilik darajasi bilan aniqlanadi.

Bu borada, birinchi o'rinda "mutaxassislik", "kasb", "ixtisoslik", "malaka" degan tushunchalar yuzaga keladi.

Mutaxassislik – bu ma'lum bir yoki bir necha turdagi ishlarni amalga oshirish uchun insonga zarur bo'lgan bilimlar va malakalar yig'indisi. Masalan, iqtisodchi, marketolog, vositachi, moliyachi, buxgalter, yoki texnika sohasida – muhandis, mexanik, energetik va h.k.

Ishchilarning bilim va qobiliyatlariga bo'lgan talab yagona tarif-malakaviy ma'lumotnomasida (YATMM), (MTP) va xizmatchilarga esa lavozimlar malakasi ma'lumotnomada aks ettirilgan. Bu hujjatlar asosida korxonalar ishchi va xizmatchilar tariflariga o'zgartirishlar kiritadilar.

Kasb – faoliyatning maxsus va tor ko'rinishdagi turi bo'lib, mutaxassislik kabi nazariy bilim va amaliy ko'nikmalarni talab qilsada, mutaxassislikdan farqli ravishda ishlab chiqarishning o'ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqib qo'shimcha ko'nikmalarni ham talab qiladi.

Ixtisos – insonning hosil qilgan bilimlar va amaliy ko'nikmalari majmui. Ixtisos kishiga hayotning moddiy va ma'naviy sohasida muayyan ishni bajarish imkoniyatini beradi.

Malaka – biron bir mutaxassislik va ixtisoslik bo'yicha murakkab ishni bajarish uchun zarur bo'lgan bilim va ilm hamda mehnat ko'nikmasining darajasidir. Kadrlarning malaka darajasini baholash uchun o'rtacha koeffitsient va o'rtacha tarif koeffitsienti razryadi belgilanadi.

Yangidan-yangi ishlab chiqarish sohalari vujudga kelishi, fan va texnikaning rivoji, ish, shu jumladan, bir texnologik jarayonning boshqa jarayonga almashinishi bilan boshqaruv, rejalashtirish, tashkil etish, takomillashuvi bilan yangi mutaxassisliklar kasb va ixtisoslar yuzaga keladi, eskirganlari barham topadi.

Kadrlar ilmini o'rganish nazariyasida «**Kadrlar tuzilmasi**» degan tushuncha mavjud. Masalan, korxona xodimlari umumiy sonini 100 foiz deb olsak, ishchilar 75 foizni, muhandis-texnik xodimlar 12 foizni, xizmatchilar 8 foizni, boshqa xodimlar esa 5 foizni tashkil etishi mumkin. Bu misoldan ko'rinib turibdiki, xodimlar kategoriyalari, ya'ni ularning tarkibiy qismlari o'rtasidagi nisbat ularning tuzilmasini, ya'ni strukturasi ifodalaydi.

Kadrlar tarkibi va strukturasi faqat korxonalarda emas, balki tarmoqlarda ham bir-biridan farq qilishi mumkin. Bu tarmoqning murakkabligiga, korxona (firma)ning katta-kichikligiga, ularning texnikaviy va texnologik jihatdan qurollanganligiga, ishchi-xizmatchilarning bilimi va ilm darajasiga va mehnat ko'nikmasiga, sohaning hamkorlik munosabatlari rivojlanganligiga va boshqa bir qator xususiyatlarga bog'liq.

Kadrlar salohiyatining yuqorida sanab o'tilgan va boshqa tushuncha va ko'rsatkichlari korxona personalining miqdoriy, sifat va tuzilmaviy holatlari haqida va ularni personalni va umuman ishlab chiqarishni boshqarish, jumladan, korxona mehnat resurslari samaradorligini oshirish bo'yicha chora-tadbirlarni ishlab chiqish, tahlil qilish va rejalashtirish maqsadlari uchun o'zgartirishlar kiritish yo'nalishlari haqida ma'lumot beradi.

2. Korxonalarda personalni boshqarish

Kadrlar ishlab chiqarishning muhim elementi hisoblanadi. SHu sababli korxona ishlab chiqarish faoliyatining joriy va istiqboldagi strategiyasi kadrlar siyosati bilan chambarchas bog'liq bo'lib, u quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- ishchi kuchini yollash, joylashtirish va rejalashtirish;
- xodimlarni o'qitish, tayyorlash va malakasini oshirish;
- kadrlarni xizmat lavozimlari bo'yicha yuqori pog'onaga ko'tarish;
- yollash shartlari, mehnat va unga haq to'lash sharoitlari;
- mehnat jamoasida qulay ruhiy (psixologik) muhitni yaratish.

Korxonalarning kadrlar siyosatini, garchi yagona javobgar shaxs sifatida ishlab chiqarish va xo'jalik faoliyatining barcha jabhalari, jumladan, kadrlarni tanlash va joylashtirishda asosiy javobgarlikni korxona direktori o'z bo'yiga olsada, faqatgina uning o'zi amalga oshirmaydi. Bunda direktordan tashqari bo'lim va xizmat boshliqlari, kadrlar bo'limi, iqtisodiy va ishlab chiqarish bo'limi, mehnat va haq to'lash bo'limi, texnik bo'lim va boshqalar ham ishtirok etadi.

Korxonada kadrlar siyosati sog'lom va mehnat qobiliyatiga ega bo'lgan jamoani shakllantirish, kadrlarning jinsi va yoshiga ko'ra tarkibi va malakasi hamda ularning ishlab chiqarishda to'g'ri joylashtirilishini hisobga olishdan tashqari, ishlab chiqarish va mehnat sharoitlarining o'zgarib borishiga o'z vaqtida e'tibor qaratishi, fan va texnikaning yangi, ilg'or yutuqlarini ishlab chiqarishga joriy qilish, xodimlarning mehnat unumdorligini oshirishni rag'batlantirishi lozim. Boshqacha qilib aytganda, kadrlar siyosati birinchi o'rinda, insonning ishlab chiqarish va turmushdagi yangi axloqini shakllantirish, ikkinchidan, novatorlik va yuqori mehnat unumdorligiga mafaatdorligini rivojlantirishi lozim.

Korxonaning kadrlar siyosati amaliyotda faqat ichki vazifa va muammolarni hal qilishdan tashqari, bandlik sohasida davlat siyosatiga tayanadi va quyidagilarni ko'zda tutadi:

- fuqarolarning mehnat huquqi va kasb tanlash erkinliklarini amalga oshirishda bir xil imkoniyatlarga ega bo'lishini ta'minlash;

- fuqarolarning mehnat va tadbirkorlik tashabbuslarini qo'llab-quvvatlash, ularning ishlab chiqarish qobiliyatlarini rivojlantirishga bandlik sohasidagi faoliyatni iqtisodiy va ijtimoiy faoliyatning boshqa yo'nalishlari bilan uyg'unlashtirish orqali ko'maklashish ;

- mehnat faoliyati davrida va nafaqaga chiqqandan so'ng ham xodimlarning ijtimoiy muhofazasini ta'minlash;

- aholi bandligi muammolarni echishda, qo'shma korxonalar tuzish va ishlab chiqarish bilan bog'liq loyihalarni amalga oshirish yo'li bilan xalqaro hamkorlik yuritish va boshqalar.

Iqtisodiyotni boshqarishning turli darajasida, jumladan, korxonalarda ham kadrlar siyosati ko'p qirrali, murakkab va uzoq muddatli jarayon bo'lib, bir qancha resurs va vaqt sarflanishini talab qiladi. Ishchilar yoki oliy ma'lumotli mutaxassislar, ya'ni turli kadrlar bilan turli darajadagi xarajatlar ko'zda tutiladi. Agar ishchilar zamonaviy korxonalar personalisi tuzilmasida 70-80 % va undan ortiqni tashkil qilsa, oliy ma'lumotli mutaxassislar 15-20 % ni tashkil etadi. Shunga mos ravishda ularni tayyorlash ham turlicha bo'ladi: ishchilar korxona, ixtisoslashtirilgan maktab va kasb-hunar bilim yurtlarida tayyorlansa, oliy ma'lumotli mutaxassislar bir necha yil davomida oliy o'quv yurtlarida tahsil oladilar.

Afsuski, ba'zi korxonalarning rahbarlari, bugungi kunda tahlillarning ko'rsatishicha, ko'proq buyurtmalar "portfeli"ni shakllantirish, resurs va investitsiyalar izlash, mahsulotlarni sotish kanallarini aniqlash, debitorlik va kreditorlik qarzlarini qisqartirish, turli xo'jalik muammolarini hal qilish bilan band bo'lib, ularning barchasi bozor munosabatlari sharoitlarida muhim ahamiyat kasb etsada, ularning ahamiyati kadrlar siyosatini to'g'ri olib borishning ahamiyatidan kamdir. Bu masalada yirik korxonalar unchalik yutuqlarga ega bo'lmasada, mazkur holatlar asosan shaxsiy tarkibi 100 kishigacha bo'lgan kichik va o'rta korxonalar uchun xosdir.

Shunday bo'lsada, kadrlar siyosatiga, jumladan zarur bo'lgan kadrlar salohiyatini shakllantirish va uning tarkibiga ijobiy o'zgarishlar kiritish, xodimlar malakasini oshirishga e'tiborni qaratmasdan, ishlab chiqarishni rivojlantirish vazifalarini muvaffaqiyatli hal qilish, korxonalar hayotiga fan-texnika taraqqiyoti yutuqlarini joriy qilish, eng asosiysi, korxonaning barqaror va daromad keltiruvchi faoliyat yuritishini ta'minlash qiyin.

Masalan, Yaponiyada korxona va firmalarning kadrlar siyosati birinchi o'rinda universitetlar va ilmiy markazlar bilan aloqalarni kuchaytirishga, ikkinchidan, sanoatni robotlashtirish sohasida mutaxassislar tayyorlashga qaratilgan bo'lib, bu ishlab chiqarishni mexanizatsiyalashtirish va avtomatlashtirishning o'sishidan tashqari, ishchi va mutaxassislar o'rtasida raqobatchilik muhiti yaratilishiga ham xizmat qiladi.

Kadrlar siyosati barcha mamlakatlarda korxonalarning muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi uchun asosiy omillardan biri hisoblanadi. Bizning fikrimizcha, mamlakatimizdagi korxonalar ham bundan mustasno emas. Ular chet elning ilg'or korxonalari yutuqlarini o'zlashtirishdan tashqari, o'z kadrlar siyosatini yaxshilashi, xodimlar malakasining o'sishi va hayotning mehnat bilan bog'liq davri sifatini oshirishga e'tibor berishlari zarur. Bu vazifalarning muvaffaqiyatli hal etilishiga, korxonalarning mustaqilligidan tashqari korxona va ishlab chiqarishni boshqarishning aktsiyadorlik shakllari, shuningdek, iqtisodiyotda rivojlanib borayotgan bozor munosabatlari o'z hissasini qo'shmoqda.

Kadrlarni tanlash, ularni joy-joyiga qo'yish, ulardan oqilona foydalanish va tarbiyalash masalasi kadrlar siyosatining, umumiy iqtisodiyotning, shu jumladan, makro- va mikroiktisodiyotning eng muhim masalalaridan biri hisoblanadi. Hozirgi kunda kadrlar va ularning sifatiga katta e'tibor berilmoqda.

Kadrlarni tanlashda, ularni joy-joyiga qo'yish, foydalanish va tarbiyalash borasida quyidagi tamoyillarga alohida e'tibor berish kerak:

- aql-idrok, did va farosat;
- qat'iylik, matonatlilik, printsiptiallik. o'z vazifasiga puxtalik;
- rahbarlik sohasini juda yaxshi bilish;

- o'z eliga, yurtiga, Vataniga sadoqatli bo'lish.

Kadrlar siyosatining eng muhim masalalaridan biri ularni attestatsiya qilish masalasidir.

Kadrlar attestatsiyasi – bu xodimlarning malakasini bilim va ko'nikmalarining darajasini, faoliyatining samaradorligini, ishdagi, xizmatdagi va boshqa sohalardagi fazilatlari, egallab turgan lavozimiga to'g'ri kelishi yoki kelmasligini aniqlab olish bo'yicha bajariladigan jarayon va ish tartibidir.

Attestatsiya ishining ahamiyati nimadan iborat?

Kadrlar attestatsiyasi xodimlarning sifat tarkibini yaxshilash, ularni oqilona joy-joyiga qo'yish, xodimlarni topshirilgan ish uchun javobgarligini kuchaytirishga qaratiladi. Attestatsiya xodimlarni egallab turgan lavozimlariga qanchalik munosib ekanligini aniqlashning asosiy vositasi sifatida xizmat qiladi. Kadrlar attestatsiyasi vaqti-vaqti bilan xar yili yoki ikki-uch yilda bir marta ham o'tkazilishi mumkin.

Respublikada bozor iqtisodiyoti davrida kadrlar tayyorlash borasida bir qator Yangi talablar yuzaga keldi. Ular ichida eng muhimlari quyidagilardan iborat:

- ijtimoiy-psixologik diagnostika;
- kadrlarni boshqarish tizimini axborot bilan ta'minlash;
- bandlikni boshqarish;
- zaruriy bo'sh lavozimlarga nomzodlar tanlash;
- kadrlar salohiyati va xodimlarga bo'lgan ehtiyojlarni tahlil etish;
- kadrlar marketingini belgilash;
- xizmat martabasini rejalashtirish va nazorat qilish;
- xodimlarning kasbiy va psixologik moslashuvi, ko'nikishi;
- mehnat-huquqiy munosabatlar masalalari;
- mehnat etikasi va estetikasi.

Agar ma'muriy – buyruqbozlik tizimi sharoitida bu mezon va vazifalarga ikkinchi darajali deb qaralgan bo'lsa, bozor munosabatlari sharoitida ular birinchi o'ringa chiqarildi. Bu mezon va vazifalarga e'tibor berish sanoat taraqqiyotining barqaror va izchil rivojlanishiga katta imkoniyatlar yaratib beradi.

Boshqaruvning barcha darajalarida inson rolining ortib borishi, iqtisodiyotda, shu jumladan, sanoatda keng qamrovli tarkibiy o'zgarishlar sodir bo'lishi va raqobat darajasining o'sishi kadrlarning boshqarishga yondoshuvini o'zgartirishni taqozo etadi. Bunday yondoshuvlar quyidagilardan iborat:

- xodimlarning samarali ishlashlarini, faoliyat ko'rsatishlarini tashkil etish;
- lavozimlar darajasini optimallashtirish, zaruriy mahorat va malakalar tizimini yaratish;
- ishlab chiqarish madaniyatini shakllantirish va rivojlantirish;
- institutsional maqsadlarga erishish;

– o'z jamoa va o'z xodimlarining manfaat va ehtiyojlarini to'laroq qondirish.

Sanoatda kadrlar malakasini oshirish va ularni qayta tayyorlash mutaxassislarning bilim va ilm darajasini yuqoriga ko'tarish, kasb mahorati va ko'nikmalarini Yangilash hamda chuqurlashtirishga qaratilgan. Kadrlar malakasini oshirish va ularni qayta tayyorlash tarmoq va korxonalarda bu borada olib borilgan faoliyat natijalariga ko'ra davlat tomonidan tasdiqlangan namunadagi guvohnoma yoki sertifikat topshiriladi.

Sanoatda kadrlar malakasini oshirish hamda ularni qayta tayyorlash tizimini tashkil etish va rivojlantirish uchun quyidagilar zarur:

– kadrlar malakasini oshirish va ularni qayta tayyorlash tizimi faoliyatida Yangicha tarkib, mazmun hamda bu tizimni boshqarishni shakllantirish;

– yuqori malakali o'qituvchi-mutaxassis kadrlar tayyorlash va sohani ular bilan to'ldirib borishni ta'minlash;

– kadrlar malakasini oshirish va ularni qayta tayyorlash tizimining bu sohada raqobatga asoslangan muhitini shakllantirish va samarali faoliyat olib borishni ta'minlovchi normativ bazasini yaratish;

– kadrlar malakasini oshirish va ularni qayta tayyorlash ta'lim muassasalarini davlat attestatsiyasi va akkreditatsiyasidan o'tkazish tizimini ishlab chiqish va amaliyotga joriy etish;

– iqtisodiyotning davlat va nodavlat sektorlari, mulkchilikning turli shaklidagi tashkilot va muassasalarning talab-ehtiyojlariga muvofiq kadrlar va mutaxassislarni ildam qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirishni ta'minlovchi davlat va nodavlat ta'lim muassasalarini tashkil etish va rivojlantirishga ko'maklashish;

– professional treningning ilg'or texnologiya va uskunalarini, shuningdek, murakkab, fan yutuqlarini talab qiluvchi texnologiya jarayonlari imitatorlarini ishlab chiqish, yaratish va amaliy o'zlashtirib olish.

Kadrlar tayyorlash va qayta tayyorlash tizimida xalqaro hamkorlik alohida ahamiyat kasb etadi. Bu muammoni hal etish uchun hamkorlikning xalqaro-xuquqiy bazasi yaratilishi, uning ustuvor yo'nalishlari ro'yobga chiqishi, xalqaro ta'lim tizimlari rivojlantirilishi, mutaxassislar almashishi kengayishi kerak. Bu boradagi milliy ho'jjatlar xalqaro miqyosda e'tirof etilishi, investitsiyalarning keng jalb qilinishi borasidagi faoliyat kuchaytirilishi kerak.

3. Kadrlar salohiyatidan foydalanish

Tarmoq va korxona faoliyatini rejalashtirish va tahlil etishda, ayniqsa mehnat unumdorligini hisoblash, o'rtacha ish haqini aniqlash, kadrlar qo'nimsizligini aniqlash uchun xodimlarning o'rtacha soni ko'rsatkichi ko'p ishlatiladi.

Ma'lum kunga nisbatan xodimlar soniga quyidagilar kiritiladi:

- ro'yxatda turgan xodimlar;
- boshqa korxonalardan ishga olingan o'rindoshlar;
- fuqarolik-huquqiy ega bo'lgan ishlarni bitim asosida bajaruvchi xodimlar.

Har kungi ro'yxatdagi xodimlar tarkibiga shtat jadvali asosida doimiy, mavso'miy yoki vaqtincha ishga qabul qilingan kishilar, shuningdek ish haqi olib ishlovchi shu tashkilot, korxona egalari ham kiritiladi.

O'rindoshlar ham qo'shiladi, lekin ularning mehnat daftari asosiy ish joyida saqlanadi.

Bitim asosida – maxsus yoki xo'jalik ishlarini bajaruvchi (remont, maslahat berish va h.k.) kishilar ro'yxatdagi xodimlarga kiritilmaydilar.

Ro'yxatdagi xodimlar soni korxona ixtiyoridagi har kungi mavjud bo'lgan mehnat resurslari salohiyati haqida fikr yuritish imkoniyatini beradi. SHu va boshqa ko'rsatkichlar momentli ko'rsatkichlar bo'lib, ularni soni har kuni o'zgarib turadi. SHuning uchun malum iqtisodiy tahlilni amalga oshirish uchun (o'rtacha mehnat unumdorligi, o'rtacha ish haqi va h.k.). O'rtacha ro'yxatdagi xodimlar soni aniqlanadi. Buning uchun har kungi ro'yxatda turgan xodimlar sonini qo'shib, kalendar kunlar soniga bo'linadi (28, 29, 30, 31). Bunda shanba va yakshanba kunlar uchun juma kunida ro'yxatda turganlar soni olinadi. Agar korxona oy davomida to'liq ishlamagan bo'lsa ham o'rtachani aniqlashning bu usuli o'zgarmaydi.

Mehnat resurslaridan foydalanish darajasining tahlili uch xil yo'nalishda amalga oshiriladi:

- soni bo'yicha;
- ish vaqti bo'yicha;
- mehnat unumdorligi bo'yicha.

Soni bo'yicha korxonada mehnat potentsialidan foydalanishni o'rganish uchun ro'yxatdagi xodimlar sonidan foydalanish koeffitsienti aniqlanadi

$$K_{ro'y.foydalanish} = \frac{o'rtacha\ amalda\ ishlagan\ xodimlar\ soni}{o'rtacha\ ro'yxatdagi\ xodimlar\ soni}$$

Keyingi yo'nalishlar bo'yicha tahlil keyingi bo'limlarda ko'riladi.

Ishchi kuchi harakatini vaqt bo'yicha, korxonalar bo'yicha intensivligini o'rganish maqsadida quyidagi nisbiy ko'rsatkichlar aniqlanadi:

1. Ishga qabul qilish koeffitsienti:

$$Kq = \frac{\text{ishga qabul qilinganlar soni}}{\text{o'rtacha ro'yxatagi xodimlar soni}} \times 100\%$$

2. Ishdan bo'shash koefitsienti:

$$Kb = \frac{\text{ishdan bo'shaganlar soni}}{\text{o'rtacha ro'yxatagi xodimlar soni}} \times 100\%$$

3. Xodimlar sonini to'ldirish koefitsienti:

$$Kt = \frac{\text{ishga qabul qilinganlar soni}}{\text{ishdan bo'shaganlar soni}} \times 100\%$$

4. Xodimlar doimiylik koefitsienti:

$$Kd = \frac{\text{o'rganilayotgan davrda ro'yxatda turgan xodimlar soni}}{\text{o'rtacha ro'yxatagi xodimlar soni}} \times 100\%$$

Ishga qabul qilish va undan bo'shash natijasida ishchi kuchi sonining o'zgarishi ishchi kuchi harakati deb ataladi. Uni ifodalash uchun quyidagi absolyut ko'rsatkichlar aniqlanadi:

- qabul qilish oboroti (ishga qabul qilinganligi haqida buyruq chiqarilgan);
- ishdan bo'shash oboroti (ishdan bo'shamaganligi haqida buyruq chiqarilgan);
- ishchi kuchi umumiy oboroti (qabul qilingan va bo'shaganlar umumiy soni).

O'z xohishi bilan ishdan bo'shagan kishilar qatoriga quyidagilar kiradi: o'z xohishi bilan ishdan bo'shaganlar, shuningdek quyidagilar: tanlovdan o'tish natijasida boshqa joyga o'tganlar, yashash uchun boshqa joyga ko'chganlar, kasallik yoki nogironlik, o'qishga kirish, pensiyaga chiqish, oiladagi kasal kishini boqish, ikki tomon bitimiga asosan bo'shagan kishilar.

Ishga qabul qilish va bo'shash haqidagi ma'lumotlar asosida ham korxona, ham milliy iqtisodiyot darajasida quyidagicha ishchi kuchi balansi tuziladi:

$$T_o + Q_q - B = T_i$$

bunda:

T_o – davr boshidagi xodimlar soni;

Q_q – qabul qilinganlar soni, shu jumladan manbaalar bo'yicha:

- bandlilik xizmat yo'llanmasi bilan;
- boshqa korxonalardan o'tkazilganlar;
- boshqa manbaalardan (korxonaning o'zi qabul qilgan; o'qishdan, armiyadan qaytgan va h.k.);

B – ishdan bo'shaganlar soni, shu jumladan sabablar bo'yicha:

- boshqa tashkilotga o'zkazish sababli;
- xodimning xohishi bilan mehnat bitimini tugatilishi (o'z xohishi bilan);
- korxonaning xohishi bilan mehnat bitimini tugatish, arniya safiga chaqirish sababli;

- boshqa sabablar bilan.

T₁ – davr oxiridagi xodimlar soni.

Aholi bandligini o'rganish uchun korxona va tashkilotlardagi ish joylarining yangisini barpo etish va ba'zilarini yo'qotish bo'yicha harakatini ham o'rganishni taqozo etadi. Bandlilik xizmatlari idoralari korxona va tashkilotlardan ularning xodimlarga bo'lgan talabini olib o'rganadilar va shu ma'lumotlar asosida statistika quyidagi ko'rsatkichlarni hisoblaydi:

- ish joylarining umumiy soni – umumiy mavjud ish joylari + bo'sh ish o'rinlari;
- bo'sh ish joylar soni (korxona va tashkilotlarning buyurtmalari asosida aniqlanadi);
- yangi kiritilgan ish joylar soni (ishlab chiqarishni kengaytirish, qayta qurish va ish smenalarini ortishi natijasida va h.k.);
- bir bo'sh joyga band bo'lmagan aholining yuklamasi.

Nazorat va muhokama uchun savollar:

1. Davlatning kadrlar siyosati: mohiyati, ahamiyati va mazmuni haqida fikrlang.
2. Sanoat ishlab chiqarish kadrlari haqida fikrlab bering.
3. Kadrlarni tanlash, joy-joyiga qo'yish va ularni tarbiyalash tizimi haqida fikrlang.
4. Kadrlarni tayyorlash va qayta tayyorlash O'zbekistonda qanday tashkil etilgan.
5. Kadrlar sonini bashorat qilish va ulardan oqilona foydalanish muammolari haqida fikrlang.

3.1-MAVZU. ISHLAB CHIQUARISH XARAJATLARI VA ULARNI KAMAYTIRISH YO'LLARI

1. Xarajatlarning iqtisodiy mazmuni va mohiyati
2. Xarajatlarning tasniflanishi
3. Mahsulot tannarxi va uning tarkibi
4. Mahsulot tannarxini kamaytirishning asosiy yo'llari va omillari

1. Xarajatlarning iqtisodiy mazmuni va mohiyati

Ishlab chiqarish jarayoni nafaqat mahsulot ishlab chiqarish, balki turli resurslarni – ishlab chiqarish vositalari va jonli mehnatni sarflash jarayonidir. Korxona o'z faoliyati davomida ishlab chiqarishni tashkil etish bilan bog'liq

bo'lgan asosiy va aylanma fondlarni xarid qilish, mahsulot ishlab chiqarish va sotish, jamoani ijtimoiy qo'llab quvvatlash uchun xarajatlarni amalga oshiradi.

Korxonada ishlab chiqarish xarajatlari korxona faoliyati uchun muhim rol o'ynaydi, chunki mahsulot ishlab chiqarish va sotish xarajatlari qancha kam bo'lsa korxona foydasi va rentabelligi shuncha oshadi.

Korxona ishlab chiqarish va sotish xarajatlari quyidagi xarajatlar kiradi:

- mahsulot ishlab chiqarish bilan bog'liq xarajatlar;
- resurslarni sarflash bilan bog'liq xarajatlar;
- ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish bilan bog'liq xarajatlar;
- ishlab chiqarishga xizmat qilish bilan bog'liq xarajatlar;
- texnika xavfsizligi va ish joyini tashkil etish bilan bog'liq xarajatlar va h.zo

Xarajatlarga turli adabiyotlarda turlicha deb bo'lmasada, bir-biriga yaqin ta'riflar berilgan, ularning ayrimlari quyidagilar:

1. Xarajat deganda, hisobot davrida korxona aktivlarining kamayishi yoki majburiyatlarning ko'payishi tushuniladi.⁹
2. Xarajat – bu mahsulotni ishlab chiqarish, tovarlarni sotish va xizmatlar ko'rsatish bilan bog'liq bo'lgan sarflarning puldagi ifodasidir¹⁰, boshqacha qilib aytganda ko'zlangan maqsadga erishish uchun amalga oshirilgan sarflarning puldagi ifodasidir.
3. Xarajatlar – bu hisobot davri davomida kompaniya mulkdorlariga badal to'lovlari bilan bo'g'liq bo'lmagan holda kapitalning kamayishida o'z aksini topgan aktivlarning chiqarib ketilishi va boshqa eskirishi yoki majburiyatlarning o'sishi shaklida yuz beradigan iqtisodiy naflarning kamayishidir.¹¹
4. Xarajatlar – mahsulotlarning (tovarlarning) yetkazib berilishi yoki ishlab chiqarilishi, xizmatlarning ko'rsatilishi yoki boshqa bir, xususiy kapitalning kamayishiga olib keluvchi, biroq uning qatnashchilar o'rtasida taqsimlanishi bilan bog'liq bo'lmagan faoliyat turlarining amalga oshirilishi oqibatida aktivlarning kamayishi yoki boshqa xil sarflanishi yoki / va qarzlarning (passivlarning) yuzaga kelishidir¹²

2. Xarajatlarning tasniflanishi

Korxona sarf xarajatlari o'z ichiga 1) mahsulot ishlab chiqarish tannarxi, 2) davr xarajatlari, 3) moliyaviy faoliyat bo'yicha xarajatlar, 4) favqulotda zararlarni oladi.

• ⁹ K.B.Urozo'v. Buxgalteriya hisobi va audit. T.: "O'qituvchi", 2004. 245-bet

• ¹⁰ Musayev H.N. Audit. T.: "Moliya", 2003. 143-bet

• ¹¹ S.N.Toshnazarov. Xalqaro hisob asoslari. Ma'ruza matnlari to'plami. Samarqand-2008. 83-bet

• ¹² I.A.Zavalishina. Yangicha buxgalteriya hisobi. Amaliy qo'llanma. T.: "Iqtisodiyot va huquq dunyosi", 2004. 91-bet

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1999 yil 5 fevralda qabul qilgan 64 son Qarori bilan tasdiqlangan «Mahsulot (xizmatlar)ning sotish xarajatlarining tuzilishi va moliyaviy natijalarning tashkil topishi qoidalari»ga asosan korxonalarning xarajat moddolari quyidagilardan tashkil topadi:

Ishlab chiqarish xarajatlari:

– **mahsulot tannarxi:**

Ishlab chiqarishning moddiy xarajatlari:

- mahsulotga qushiladigan xom ashyo va materiallar – sotib olingan materiallar (ishlab chiqarishni me'yorida o'tishini ta'minlash, ehtiyot qismlar, mahsulotlarni urash, joylash uchun materiallar va h.k);
- ishlab chiqarish xususiyatiga ega xizmatlar va ishlar;
- tabiiy xom ashyo (suv, yog'och va h.k);
- energiya va yoqilg'ining hamma turlari;
- materiallarning tabiiy kamayishi.

Ishlab chiqarish xarakteridagi mehnatga to'lovlar:

- bajarilgan ishlar uchun to'lovlar;
- qo'shimcha to'lovlar;
- ishlanmagan vaqtlar uchun to'lovlar.

Ijtimoiy sug'urtaga ajratmalar:

- ish haqi fondiga nisbatan ajratmalar;
- nodavlat nafaqa fondiga, ixtiyoriy tibbiy sug'urtaga va boshqa ixtiyoriy to'lovlar.

Asosiy fondlar va nomaterial aktivlar amortizasiyasi:

- asosiy fondlarning eskirishiga qarab bosh birlamchi bahodan ajratma.

Ishlab chiqarish xarakteridagi boshqa xarajatlari:

- ishlab chiqarish jarayoniga ko'rsatilgan xizmatlar;
- ishlab chiqarish xom ashyo va materiallar bilan ta'minlash;
- asosiy fondlarni ishchi holda saqlash xarajatlari;
- o't o'chirishni ta'minlash va qorovullar;
- ishlab chiqarish asosiy fondlarining ijara haqi.

-davr xarajatlari:

Mahsulotni sotish bilan bog'liq bo'lgan xarajatlar:

- tovarlarni tashish xarajatlari;
- savdo va umumiy ovqatlanish korxonalarining muomala xarajatlari;

Ma'muriy xarajatlar:

- boshqaruv xodimlarining mehnat to'lovlari;
- ularga sug'urta ajratmalari;
- xizmat avtomobillarini asrash;

- boshqaruvning texnik vositalari, aloqa, signalizasiya, hisoblash markazi va h.k.

- boshqaruvdagi asosiy fondlar amortizatsiyasi;

- xizmat safari xarajatlari.

Boshqa operasion xarajatlar:

- kadrlar tayyorlashi;

- qurilishdagi kamchiliklarni yo'qotish;

- maslahatlar berish va axborotlar xizmati to'lovlari, auditlar xizmati to'lovlari va h.k.

-moliyaviy faoliyat xarajatlari:

- banklarning uzoq va qisqa muddatli kreditlari uchun to'lovlar;

- uzoq muddatli ijara uchun to'lovlar;

- valyuta kursining o'zgarishi sababli foyda va zararlar;

- korxonaning o'z qimmatbaho qog'ozlarini chiqarish va tarqatish xarajatlari.

-favqulodda zararlar:

- bularga kutilmagan holda yuz beradigan zararlar kiradi.

Yuqoridagilardan ko'rinib turibdiki, yangicha sharoitda mahsulot tannarxiga tijorat, ma'muriy, umumxo'jalik va moliyaviy xarajatlar kiritilmaydi. Balki ular har davrning o'zida korxona foyda summasi hisobidan qoplanadi va bu holat milliy hisoblar tizimiga mos keladi.

Davr xarajatlari – korxonalar faoliyatida yangi ko'rsatkich hisoblanadi. Bu xarajatlar bevosita ishlab chiqarish jarayoni bilan bog'liq emas.

Bularga ishlab chiqarishni boshqarish, tijorat xarajatlari, umumxo'jalik xarajatlari shu jumladan ilmiy-tekshirish va tajriba-konstruktorlik xarajatlari kiradi. Ular umumxo'jalik xarajatlari bo'lib, ularning hajmi ishlab chiqarish mahsulot hajmi bilan bog'liq emas, balki davr, vaqt bilan bog'liq.

Ishlab chiqarish xarajatlari ishlab chiqarish jarayonida tutgan o'miga qarab asosiy va qo'shimcha xarajatlarga ajratiladi. Asosiy xarajatlar bevosita mahsulot ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'ladi. Qo'shimcha xarajatlar korxonani xo'jalik jihatdan boshqarish bilan bog'liq bo'lib unga ortiqcha xarajat va nobudgarchiliklar ham (jarima, kamomad, brak, bekor turishlar) qo'shiladi.

Mahsulot hajmi bilan bog'liqligiga qarab xarajatlar o'zgaruvchan va shartli doimiy xarajatlarga ajratiladi. O'zgaruvchan xarajatlar mahsulot hajmi o'zgarishiga qarab o'zgaradi (xom ashyo, asosiy va yordamchi materiallar, energiya, asosiy ishchilarning ish haqi va h.k). Shartli doimiy xarajatlar mahsulot hajmi o'zgarishiga qarab o'zgarmaydi (boshqaruv xarajatlari). Mahsulot hajmining

ortishi shu xarajatlar hisobiga uning bir donasi tannarxining pasayishiga olib keladi.

Mahsulotlarning ayrim turlari orasida taqsimlanishiga qarab xarajatlar bevosita va bilvosita xarajatlarga ajratiladi.

Bevosita xarajatlar ayrim mahsulotlar tannarxiga to'g'ridan-to'g'ri qo'shiladi (xom ashyo yoki asosiy materiallar).

Bilvosita xarajatlar ayrim mahsulotlar turlari bo'yicha shartli ravishda qandaydir to'g'ri xarajat (masalan, ish haqi)ga nisbatan proporsional ravishda taqsimlanadi. Xarajatlarni bunday guruhlariga ajratish bir necha xil mahsulot ishlab chiqaradigan korxonalarga xos bo'lib, bir xil mahsulot ishlab chiqaradigan korxonalarga hamma xarajatlar ham o'sha mahsulot tannarxiga kiradi.

3. Mahsulot tannarxi va uning tarkibi

Mahsulot tannarxi korxona mahsulotini ishlab chiqarish va sotish bilan bog'liq bo'lgan, pul bilan ifodalangan xarajatlarning yig'indisidir.

Mahsulot tannarxining ma'lum darajasi juda ko'p ishlab chiqarish omillarining o'zaro ta'sir natijasidir. Masalan, tannarxning pasayishiga mehnat unumdorligining oshishi, xom ashyo, elektroenergiya, yoqilg'i materiallarning tejab tergap sarf qilinishi, asbob uskunalaridan foydalanish darajasining oshirilishi, brak, bekor turishlarning kamaytirilishi va h.k. ta'sir ko'rsatadi.

Tannarxning pasaytirilishi bilan korxonalarning pul jamg'armalari oshadi, ishlab chiqarishni yanada kengaytirish va takomillashtirish uchun qo'shimcha mablag' beradi, mahsulotlar chakana narxini pasaytirib bu bilan aholining turmush darajasini yuksaltirishga imkon yaratadi. Mahsulot tannarxi xarajat elementlari bo'yicha klassifikasiyalanadi.

Xarajatlarning iqtisodiy elementlari quyidagilardan iborat:

1. Xom ashyo va asosiy materiallar (chiqindilar kirmaydi);
2. Yordamechi va boshqa materiallar;
3. Yoqilgi;
4. Energiya;
5. Asosiy va qo'shimcha ish haqi;
6. Ijtimoiy sug'urta ajratmalari;
7. Asosiy fondlar amortizatsiyasi;
8. Boshqa pul xarajatlari.

Bundagi 1-4 – elementlar mehnat predmetlari uchun, 5 va 6 – elementlar kishi mehnati uchun, 7 – element mehnat vositalari uchun sarflangan pul xarajatlarni ifodalaydi. 8 – element esa ishlab chiqarishni normal amalga oshirish uchun zarur pul xarajatlardir (yollangan transport, xodimlarni xizmat safariga yuborish,

pochta, telegraf, o'qishga yuborilganlarga to'lanadigan stipendiya va boshqa shu kabi xarajatlar).

Xarajat elementlarining umumiy tarkibdagi ulushiga qarab sohalar turli guruhlarga ajratiladi:

Birinchi guruh – mehnattalab sohalar, bunda ish haqi va ijtimoiy to'lovlar hissasi yuqori bo'ladi. Bunday soha va tarmoqlarga ko'mir sanoatini misol keltirish mumkin.

Ikkinchi guruh – materialtalab sohalar, bunda xomashyo va materiallarga xarajatlar yuqori. Bunday tarmoqlarga neft va gazni qayta ishlash sanoatini misol keltirish mumkin.

Uchinchi guruh – energiyatalab sohalar, bunda energiya xarajatlari hissasi yuqori bo'ladi. Bunday soha va tarmoqlarga elektroenergetika, rangli metallurgiya va kimyo sanoatini misol keltirish mumkin.

To'rtinchi guruh – kapitaltalab (fond sig'imi yuqori) sohalar, bunda amortizatsiya ajratmalari yuqori. Bunday tarmoqlarga neftni qazib olish, gidroenergetika, gaz sanoatini misol keltirish mumkin.

Beshinchi guruh – aralash ishlab chiqarishga asoslangan tarmoqlarni qamrab oladi. Ularga mashinasozlik, qora metallurgiya sanoati kiradi.

Shunday qilib, tannarx tarkibi tarmoq ishlab chiqarishi xususiyatlari bilan bog'liq.

Ishlab chiqarish xarajatlarini mazkur iqtisodiy elementlari bo'yicha klassifikatsiya qilish tannarxning tuzilishini o'rganish imkonini beradi. Birlik mahsulot uchun xarajat kalkulyatsiya moddalarini bo'yicha mahsulot tannarxidagi xarajatlar klassifikatsiyalanadi.

Mahsulot tannarxining dinamikasini o'rganishning muhim shartlaridan biri o'rganilayotgan mahsulotning albatta solishtirma tovar mahsulot bo'lishidir. Solishtirma tovar mahsulotga solishtirilayotgan ikki davr (bazis va joriy)da ishlab chiqarilgan va shu bilan birga texnologiyasi, konstruksiyasi bir oz o'zgarsa ham lekin iste'mol xususiyati o'zgarmagan mahsulotlar kiradi.

4. Mahsulot tannarxini pasaytirishning manbalari va omillari

Ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish, ya'ni tannarxni pasaytirish – bu korxona ish faoliyatining sifat ko'rsatkichlaridan biri bo'lib hisoblanadi.

Mahsuloti tannarxini pasaytirishning eng muhim manbalari sifatida mehnat unumdorligini oshirish, xomashyo va material, yoqilg'i va elektroenergetika xarajatlarini kamaytirish, xizmat ko'rsatish va boshqarish sarflarini qisqartirish, ishlab chiqarishdan tashqari xarajatlarni tejash hisoblanadi.

Mehnat unumdorligini oshirish uchun yangi texnika, texnologiya jarayonlarini va ishlab chiqarishni o'stirish yoki tashkil etishning ilg'or usullarini joriy qilish orqali har bir mehnatchi tomonidan tayyorlanayotgan mahsulotni ko'paytirish kerak bo'ladi. Bu holda har bir mahsulot birligiga sarflanadigan ish haqi qisqaradi, ammo ishchining umumiy ish haqi esa ortib boradi. Mehnat unumdorligi ish haqiga nisbatan jadal o'sgandagina tannarx pasayadi.

Mehnat unumdorligining o'sish mohiyati shundan iboratki, bunda mahsulot ishlab chiqarishga ketadigan jonli mehnat ulushi kamayadi, ilgari sarflangan mehnatning ulushi esa ortadi, biroq mahsulot birligi uchun ketadigan mehnat sarfi qisqaradi.

Material, yoqilg'i va elektr energiya xarajatlarini kamaytirish uchun ularni tejab sarflash, qimmatbaho materiallarni arzon, lekin yaxshi materiallar bilan almashtirish, ularni sotib olish va korxonaga keltirish bilan bog'liq bo'lgan sarflarni qisqartirish kerak bo'ladi.

Xizmat ko'rsatish va boshqarish uchun ketadigan xarajatlarni qisqartirishga esa tarmoq va korxonalardagi ma'muriy boshqaruv apparatining sarflarini kamaytirish, asbob-uskuna, bino va inshootlarni saqlash, yoritish, isitish uchun ketadigan mablag'larni tejab-tergab sarflash orqali erishiladi.

Unumsiz xarajatlarni (jarima to'lash, penya va hokazolar) tugatish mahsulot tannarxini pasaytirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Texnika taraqqiyoti ishlab chiqarishni tashkil etishning ijtimoiy shakllarini takomillashtirishning, ishlab chiqarishni rasional joylashtirish, ishlab chiqarish va mehnatni korxonaning ichida uyushtirishni yaxshilash mahsulot tannarxini pasaytirishning ta'minlovchi omillari bo'lib hisoblanadi. Masalan, texnika taraqqiyoti mahsulot tannarxini pasaytirishning barcha manbalariga ta'sir ko'rsatadi. Ishlab chiqarishni elektrlashtirish va elektronizatsiyalash hamda kompleks avtomatlashtirish, ximiyalash mahsulot tayyorlash uchun sarflanadigan solishtirma xarajatlarni kamaytiradi.

Har bir korxonada mahsulot tannarxini pasaytirish darajasini hisoblash uchun eng avvalo undagi rezervlarni, ya'ni foydalanilmayotgan imkoniyatlarni aniqlash kerak. Ular ko'zga tashlanadigan, yuzaki, juda murakkab, ko'z ilg'amaydigan bo'lishi mumkin. Faqat chuqur, har taraflama iqtisodiy-texnik tahlildan keyin ularni aniqlash, topish mumkin bo'ladi.

Rezervlar har xil belgilarga qarab guruhlariga ajratilishi mumkin. Ular eng avvalo to'planish joyiga qarab ichki ishlab chiqarish va tashqi rezervlarga ajraladi. Tashqi rezervlarga tarmoqlar bo'yicha rezervlar, regional (hududiy) va tabiiy-ekologik rezervlar kiradi. Rezervlar safarbar etilishi muddati bo'yicha joriy va istiqbolli rezervlarga ajraladi. Rezervlarni ishlab chiqarish jarayonlarining

elementlari bo'yicha ham guruhlarga bo'lish mumkin. Bunday rezervlarga mehnat, moddiy va asosiy fondlardan foydalanish rezervlari kiradi.

Korxona yoki tarmoq faoliyatini tahlil etish uchun rezervlarni ikkiga bo'lib ko'rish mumkin:

- tashkiliy-texnikaviy rezervlar;
- ijtimoiy-iqtisodiy rezervlar.

Demak, tannarxni pasaytirishning asosiy yo'llari bo'lib:

- mehnattalab sohalarda – ishlab chiqarish jarayonlarini mexanizatsiyalash va avtomatlashtirish;
- kapitaltalab sohalarda – ishlab chiqarish fondlaridan samarali foydalanish, yer qo'ridan eng ko'p miqdorda neft va gaz qazib olish, quvurlarni maksimal darajada yuklash;
- materialtalab sohalari – moddiy resurslarni tejash, material sig'imini kamaytirish, chiqindisiz texnologiyalarni tatbiq etish, neft va gazni chuqur qayta ishlash;
- energiyatalab sohalari – energiyani tejovchi texnologiyalarni joriy etish, energiya yo'qotishlarini kamaytirish.

Mana shu yuqorida keltirilgan barcha rezervlar, ya'ni foydalanilmayotgan imkoniyatlarni safarbar etish, ishga solish hamda shu asosda tannarxni keskin pasaytirish uchun bir qator omillardan keng foydalanish va ularni hisoblab chiqish kerak.

Mahsulot tannarxini rejalashtirish mehnat, moddiy va moliyaviy mablag'lardan oqilona foydalanish asosida ishlab chiqarishning yuqori samaradorligiga erishishga qaratilgan. Tannarx rejasi quyidagi bo'limlarni o'z ichiga oladi:

1. Mahsulot tannarxini pasaytirish rejasi;
2. Mahsulot tannarxini kalkulyasiya etish;
3. Ishlab chiqarish xarajatlari smetasi;
4. Tovar va sotiladigan mahsulot tannarxining hisobi.

Tannarx rejasi, ikki bosqichda ishlab chiqiladi. Birinchi bosqichda, eng avvalo, hisobot yilida rejalarining bajarilishi tahlil etiladi, mahsulot tannarxini pasaytirish, foyda va rentabellikni oshirish rezervlari aniqlanadi va aniqlangan rezervlardan foydalanish tadbirlari belgilanadi, reja loyihasi ishlab chiqiladi. Ikkinchi bosqichda esa rejaning uzil-kesil loyihasi ishlab chiqiladi va bu reja topshiriqlari korxona bo'limlariga etkaziladi.

Mahsulot tannarxi va uni pasaytirish topshiriqlari davlat va korxona rejasida yuqoridan belgilanmaydigan, aksincha, korxonalarining o'zida hisob qilinadigan ko'rsatkich hisoblanadi. Shunga qaramay, mahsulot tannarxi sanoat ko'rsatkichlaridan biri bo'lib qolaveradi. Chunki sanoat mahsuloti tannarxini

pasaytirish ishlab chiqarishning rentabellik darajasini oshirish rezervlaridan biri hisoblanadi. Mahsulot tannarxi qanchalik past bo'lsa, albatta, boshqa shart-sharoitlar bir xil bo'lgan holda (masalan, xuddi o'sha mahsulotning narxi barqaror bo'lganda) uni sotishdan kelgan foyda ham shunchalik ko'p bo'ladi.

Neft va gaz sohasida tannarxning pasaytirilishining o'ziga xos xususiyatlari bor. O'zbekiston Respublikasida yillik uglevodorod xom-ashyosini qazib olish xajmi 86 mln.tonnagacha shartli yoqilg'i tashkil etadi. Yildan yilga uglevodorod xomashyosini qazib olish hajmi oshib bormoqda. O'zbekistonda Jarqoq, Mingbuloq, Jarqo'rg'on va boshqa neft qazib olish konlarida yuqori parafinli va yuqori qatronli neftlar qazib olinib, ularning quvurlar orqali tashilishida oquvchanligini oshirishning samarali usullarini qo'llashni talab qiladi.

Ma'lumki, neftlarning yuqori qovushqoqligi ular tarkibida turli moddalarning: parafin, qatron, oltingugurt, mexanik aralashmalar va boshq. sezilarli miqdori saqlanishi bilan izohlanadi.

Neftni quvurlar orqali tashish uni iste'mol qilish joylariga etkazib berishning asosiy va tejamkor usullaridan biri bo'lib hisoblanadi. Jumladan elektr energiyasidan foydalanish holatida, tashiladigan neftning qovushqoqligi qanchalik yuqori bo'lsa, elektr energiyasi sarfi ham shuncha yuqori bo'ladi, ba'zi holatlarda esa yuqori qovushqoq neftning katta diametrli quvurlardan harakatlanish imkoniyati hatto mavjud bo'lmaydi.

Kimyoviy reagentlar (crituvchilar, suyultiruvchilar, sirt-faol moddalar va boshq.) foydalanish yuqori qovushqoq neftlarning quvurlar orqali tashilishida u yoki bu darajada ularning oquvchanligi oshishiga ko'maklashadi. Biroq bunda barcha reagentlar ham samarador hisoblanamaydi, chunki ularning bir qismi quvurlarning portlash-yong'in xavfini oshiradi, boshqa qismi esa ularni tashish tannarxini keskin oshiradi.

Tayyorlanadigan neftning sifat ko'rsatkichlari tovar mahsulot darajasigacha oshirish, xomashyo va yoqilg'i-energetika resurslaridan oqilona foydalanish takomillashgan texnologik jarayonlar, yuqori samarali jihoz va qurilmalarni qo'llash bilan bog'liq.

Shu sababli emulsiyalar, neftlar va qatlam suvlarining fizik-mexanik xossalarni kompleks tadqiq qilish, yuqori qovushqoqli neftlarni tayyorlash qurilmasining funksional blok sxemasini o'rganish maqsadida texnologik jihozlarni ilmiy asoslab tanlash va ishlatish dolzarb hisoblanadi.

Og'ir neftlarni kon sharoitida ananaviy usullarda – termik, kimyoviy, kompleks yoki elektr yordamida tayyorlash (tuzsizlantirish va suvsizlantirish)da neftni isitish, tarkibiga reagent-deemulgatorlar qo'shish, elektr maydoni kuchlanishni oshirish neftni tayyorlash tannarxini ortishiga olib keladi.

Faqat deemulgatorlarga neft emulsiyalarini to'liq buzish imkonini beradi. Qazib olingan neft tarkibidagi qatlam suvlari va unda erigan tuzlar jihozlar korroziyasini tezlashtiradi, neftkimyo jarayonlarida ishlatiladigan katalizatorlarni neytrallaydi va neftni qayta ishlash mahsulotlari tarkibida kul miqdorining ortishiga olib keladi. Undan tashqari neft tarkibidagi suv quvurlarning o'tkazuvchanlik qobiliyatini va avtotransport jihozlari yuk tashish qobiliyatini pasaytiradi.

Ishlatiladigan deemulgatorlar jihoz va quvurlarni korroziyaga uchratmaydigan, neft mahsulotlari sifatiga salbiy ta'sir ko'rsatmaydigan, tuzlar va isitish ta'sirida o'z suvsizlantirish xossalarini o'zgartirmaydigan, shuningdek, sanoat miqyosida ishlab chiqarish imkoniyatiga ega bo'lishi lozim.

Neftga akustik, magnitli va mikrotulkinli ta'sir ko'rsatish yo'li bilan neftni tayyorlash yangi zamonaviy usullardan bo'lib hisoblanadi. Bu usullarni ishlab chiqarishga keng qo'llash uchun bu usullarning suv-neft emulsiyasiga ta'sirini o'rganishni taqozo etadi.

Shunday qilib, suv-neft emulsiyalarini samarali buzish, optimal tuzsizlantirish, mexanik qo'shimchalarni samarali ajratish imkoniyatiga ega bo'lgan noorganik moddalar asosidagi kompozitsiyani tanlash dolzarb muammo bo'lib hisoblanadi.

Nazorat va muhokama uchun savollar:

1. Ishlab chiqarish xarajatlari tarkibini ayting.
2. Mahsulot tannarxi nima.
3. Mahsulot tannarxi kalkulyasiyasi nima.
4. Narx deganda nimani tushunasiz?
5. Narxga ta'sir etuvchi omillar nimalardan iborat?
6. Narxlashtirishni maqsadlari nimalardan iborat?

3.2- MAVZU. FOYDA VA ISHLAB CHIQARISH RENTABELLIGI

1. Korxona faoliyatida foydaning mohiyati va roli
2. Foydani maksimallashtirish
3. Foydani shakllanishi va taqsimlanishi
4. Rentabellik turlari va iqtisodiy tarkibi

1. Korxona faoliyatida foydaning mohiyati va roli

Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxona iqtisodiy rivojlanishining asosiy manbaasi bo'lib foyda hisoblanadi. Foyda ko'rsatkichi korxona ishlab chiqarish va

moliyaviy faoliyatini baholash uchun muhim hisoblanadi. Foyda korxona ishining samaradorlik ko'rsatkichi va uning hayotiy faoliyati manbaasi hisoblanadi. Foyda o'sishi korxona faoliyatini o'z-o'zini mablag' bilan qoplash uchun baza yaratadi. SHuningdek, mehnat jamoasining ijtimoiy va moddiy ehtiyojini qondirishning asosi bo'ladi.

Foyda bozor munosabatlarining muhim kategoriyasi sifatida iqtisodiyotda, ma'lum funktsiya (vazifa)larni bajaradi:

- ishlab chiqarish faoliyatining natijasidan olingan iqtisodiy samarani tavsiflaydi, chunki u so'nggi moliyaviy natijani ifodalaydi;
- turli darajadagi byudjetlarni shakllantiradi;
- xodimlarning manfaatlarini himoya qiladi va bu borada iqtisodiy dastak va stimul rolini o'ynaydi;
- ilmiy-texnikaviy, tashkiliy va ijtimoiy ishlarni amalga oshirishga imkoniyat beradi.

Foyda sanoat, tarmoq va korxonaning hamma ishlab chiqarish xo'jalik faoliyati natijalarini umumlashtiruvchi ko'rsatkichdir. Balansdagi foyda yoki foydaning umumiy summasi – korxona balansidagi mavjud ishlab chiqarish va ishlab chiqarishdan tashqari, xo'jaliklarning moliya-xo'jalik faoliyatlari natijasida olingan foyda summasidir. Foydaning umumiy summasi tovar mahsulotini sotishdan, ishlab chiqarishdan tashqari, bajarilgan ishlar va xizmatlardan olingan daromadlardan, korxona yordamchi xo'jaliklarining mahsulotlarini sotishdan olingan daromadlardan, realizatsiyadan tashqari, foyda va uy-joy kommunal xo'jaligi, har xil jarimalar, penya va hokazolardan tashkil topadi.

Yuqorida keltirilgan foyda turlaridan tashqari, uning yana bir qancha turlari mavjud:

- haqiqiy foyda;
- o'rtacha foyda;
- monopol foyda yoki iqtisodiy renta;
- maksimal foyda.

Haqiqiy foyda – bu haqiqatda hisobot ma'lumotlari, ya'ni haqiqiy xarajatlar asosida aniqlangan foyda hisoblanadi. Bu foyda korxona moliyaviy faoliyatini tashkil etishda asosiy manba bo'lib hisoblanadi.

O'rtacha foyda deganda boshqa hamma korxonalar kabi sarflangan kapitaliga bir xil foyda olish yoki bir xil rentabellikka ega bo'lish tushuniladi. O'rtacha foyda korxona (firma)ning faoliyat ko'rsatayotgan sohada, tarmoqda qolishini ta'minlaydi. Bunday foydaning yuzaga kelishi bozorning uzoq muddatli barqarorlikka erishganidan dalolat beradi. O'rtacha foydani ko'pincha iqtisodiy foyda deb ataydilar.

Iqtisodiy foyda qachon paydo bo'ladi? Agar korxona bir mahsulotni tayyorlab, sotib, haqiqatda 100 ming so'm foyda olgan bo'lsa-yu, ana shu mablag'ni boshqa mahsulot ishlab chiqarishga sarflab, uni sotganda 150 ming so'mlik foyda olsa, bunday foydani iqtisodiy foyda deb tushunish kerak. Bu holda foyda ijobiy tus oladi. Ijobiy iqtisodiy foyda korxonani biron-bir investor faoliyat boshlashiga rag'batlantirsa, ijobiy haqiqiy foyda ishlab chiqarish yoki firmaning ancha oyoqqa turib olganidan darak beradi.

Monopol foyda yoki iqtisodiy renta – bu cheklangan ishlab chiqarish omillaridan foydalanish natijasida sodir bo'lgan foyda hisoblanadi. Masalan, ikkita korxona bir xil yerga ega bo'lib, yerni olish bilan bog'liq xarajatlar bir xil bo'lishi sharoitida birinchi yer transport tarmog'iga yaqin bo'lganligi uchun mahsulotni tashishga 10 mln. so'm kam sarf qilinishi mumkin, ana shu 10 mln so'm uning qo'shimcha foydasi hisoblanadi. Iqtisodiy renta ishlab chiqarish omillari cheklanganligidan kelib chiqadi va u yoki bu ishlab chiqarish omiliga berish holatini bildirgan baho bilan shu omilning eng kam bahosi o'rtasidagi farqdan iborat bo'ladi.

Maksimal foyda – bu bir birlik qo'shimcha mahsulotni sotishdan olingan daromadni shu bir birlik qo'shimcha mahsulotga qilingan xarajat miqdori bilan bab-barobar kelishi natijasida olingan foyda. Shu holda rentabellikning eng yuqori darajasiga erishilgan bo'ladi. Shunga ko'ra, foydani maksimallashtirish degani, eng yuqori rentabellikni ta'minlash deganidir.

2. Foydani maksimallashtirish

Har bir korxona (firma) yashashi va ravnaq topishi uchun foyda olishi kerak. Korxona foydani o'z rivojini ta'minlovchi birinchi muhim omil deb biladi. Foydani maksimallashtirish bilan shug'ullanmaydigan korxonaning yashab ketish imkoniyati kam bo'ladi. Makroiqtisod sohasida uzoq muddatga foydani maksimallashtirish masalasiga katta e'tibor berilishi shundan iboratki, shu asosda firma faoliyati oldindan bashorat qilinadi.

Mulk egasini o'zi boshqaradigan unchalik katta bo'lmagan korxona (firma)da ularni yuritish bilan bog'liq bo'lgan hamma qarorlarda foydani ko'paytirish asosiy o'rin tutadi. Juda katta va yirik korxona (firma) larda rahbar (boshqaruvchi)lar kundalik qarorlarni qabul qilishda mulk egalari har doim ham boshqaruvchilar faoliyatini nazorat ostida saqlay olmaydilar. Shuning uchun boshqaruvchilarda va korxonaga rahbarlik qilishda ma'lum darajada erkinliklar bo'lib, foydani maksimallashtirish bilan yetarli shug'ullanmasliklari mumkin. Ular mulk egasi bo'lmaganliklari uchun uzoq muddatli manfaat o'rniga qisqa manfaatni afzal ko'rishlari mumkin. Boshqaruvchilar ko'pincha foydani maksimallashtirish

o'rniga daromadni ko'paytirish yoki aksiyadorlarni qiziqtirish uchun dividendni oshirishga harakat qilishlari mumkin. Bundan tashqari, ular yuqori lavozimga erishish yoki katta mukofotlar olish maqsadida foyda keyinchalik kamayib ketsa ham hozirgi kunning o'zida oshirishga harakat qiladilar. Shu tufayli bunday rahbarlar o'z lavozimlaridan chetlashtirilishi va korxonani boshqa rahbarlarga topshirish zaruriyati yuzaga keladi.

Korxonada foydani oshirishning asosiy yo'llari.

Har bir korxonada foydani oshirish bo'yicha rejali chora-tadbirlar ko'zda tutilishi kerak. Umuman olganda, bunday chora-tadbirlar quyidagilardan iborat bo'lishi mumkin:

- ishlab chiqarilayotgan mahsulot miqdorini oshirish;
- ishlab chiqarilayotgan mahsulot sifatini oshirish;
- ortiqcha asbob-uskunalar yoki boshqa mulkni sotib yuborish yoki ijaraga berish;

- moddiy resurslar, ishlab chiqarish quvvatlari va maydonlari, ishchi kuchi va ish vaqtidan unumliroq foydalanish hisobiga mahsulot tannarxini pasaytirish;

- ishlab chiqarishni diversifikatsiya qilish;
- mahsulot bozorini kengaytirish va hokazolar.

Foyda korxona faoliyatining muhim iqtisodiy ko'rsatkichi bo'lsada, uning samaradorligini to'la tavsiflab bermaydi. Korxona faoliyati samaradorligini aniqlash uchun natijalarni (foydani) xarajatlar yoki bu natijalarga erishish uchun sarflangan resurslar bilan solishtirish lozim.

3. Foydani shakllanishi va taqsimlanishi

Korxonada foyda turli xil faoliyat natijasida olinishi mumkin. Barcha foydalar yig'indisi korxonaning yalpi foydasini tashkil qiladi. Yalpi foydaning tarkibiy elementlari quyidagilardan iborat:

- bajarilgan ish, ko'rsatilgan xizmat va mahsulot sotishdan olingan foyda;
- asosiy fondlar, shuningdek, korxonaning boshqa mulki sotishdan olingan foyda;
- korxonaning moliyaviy faoliyati orqali olinuvchi foyda.

Korxona daromadi ikki ko'rsatkich, ya'ni mahsulot bahosi va uni ishlab chiqarishga sarflanuvchi xarajatlarga bog'liq bo'ladi. Mahsulotning bozordagi bahosi talab va taklif munosabatlari natijasida kelib chiqadi. Erkin raqobat sharoitlarida bahoni shakllantirish qonunlari asosida mahsulot bahosi ishlab chiqaruvchi yoki xaridor xohishiga ko'ra emas, balki avtomatik ravishda tartibga solinadi.

Foyda korxona faoliyati natijasida olingan iqtisodiy samarani tavsiflaydi. Korxonaning foyda olishi daromadlarning korxona faoliyati bilan bog'liq bo'lgan xarajatlardan ko'p bo'lishini anglatadi hamda u rag'batlantirish vazifalarini ham bajaradi. Bu esa foyda bir paytning o'zida moliyaviy natija bo'lish bilan birga korxona moliyaviy resurslarining asosiy elementi ekanligi; daromadning turli darajadagi byudjet shakllanishi uchun asosiy manba bo'lib xizmat qilishi bilan izohlanadi.

Foyda olishning asosiy manbalari quyidagilar:

birinchi manba korxonaning mahsulotning u yoki bu turini ishlab chiqarishdagi monopoliya holati yoki mahsulotning nodirligi hisobiga shakllanadi. Bu manbaning saqlanishi mahsulotni doimiy ravishda yangilab borishni ko'zda tutadi;

ikkinchi manba ishlab chiqarish va tadbirkorlik faoliyati bilan bog'liq. Undan foydalanish samaradorligi bozor kon'yunkturasini bilish hamda ishlab chiqarishning rivojlanishini, doimiy ravishda o'zgarib turuvchi bozor kon'yunkturasiga moslashtirish qobiliyatiga bog'liq bo'ladi. Foyda miqdori korxonaning mahsulot ishlab chiqarish bo'yicha yo'nalishini to'g'ri tanlash (doimiy ravishda talab darajasi yuqori bo'lgan mahsulotni tanlash); mahsulotlarini sotish va xizmat ko'rsatish uchun raqobatbardosh sharoitlarni yaratish (baho, etkazib berish muddati, xaridorlarga xizmat ko'rsatish, sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatish va hokazo); ishlab chiqarish hajmi (ishlab chiqarish hajmi qanchalik katta bo'lsa, daromad miqdori shunchalik ko'p bo'ladi); ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish tuzilmasi bilan bog'liq bo'ladi;

uchinchi manba korxonaning innovatsion faoliyatidan kelib chiqadi. Undan foydalanish doimiy ravishda texnologiyalarni takomillashtirish, ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarni yangilash, uninga raqobatbardoshligini ta'minlash, mahsulot sotish hajmi va foyda miqdorini oshirishni anglatadi.

Korxonalarning ishlab chiqarish-xo'jalik faoliyati natijasida olinadigan daromadlar quyidagilardan iborat:

1. Sotishdan olinadigan sof tushum
2. Asosiy ishlab chiqarish faoliyatidan olinadigan boshqa daromadlar
3. Moliyaviy faoliyatdan olinadigan daromadlar
4. Favqulodda foyda

Sotishdan olingan sof tushum mahsulot (ishlar, xizmatlar)ni sotishdan olingan, undan qo'shilgan qiymat, aksiz soliki va eksport boj poshlinasi, chegirilgan tushum sifatida aniqlanadi. Unga tovarlarning qaytarilishi, xaridorlar uchun berilgan chegirmalar va boshqalar kiritilmaydi.

Asosiy ishlab chiqarish faoliyatidan olinadigan boshqa daromadlarga quyidagilar kiradi:

- Undirilgan yoki qarzдор tomonidan c'tirof etilgan jarimalar, penyalar, vaqtida to'lanmagan qarzlار va xo'jalik shartnomalari shartlarini buzg'anlik uchun boshqa xil jazo jarimalari, shuningdek etkazilgan zararلarni undirish bo'yicha daromadlar.

- Hisobot yilida aniqlangan o'tgan yillardagi foyda.

- Ishlab chiqarish va mahsulotlar (ishlar, xizmatlar)ni sotish bilan bevosita bog'liq bo'lmagan operatsiyalardan renta daromadi, xo'jalik yurituvchi sub'ektlar xuzuridagi oshxonalardan tushumlar, yordamchi xizmatlardan daromadlar sifatidagi boshqa daromadlar.

- Xo'jalik yurituvchi sub'ektning asosiy fondlarini va boshqa

- mol-mulkларini sotishdan olingan daromadlar.

- Da'vo bildirish muddati o'tgan kreditorlik va deponent

- qarzlarni hisobdan chiqarishdan olingan daromadlar.

- Tovar-moddiy boyliklarni puxta baholash. Tovar-moddiy boyliklarni to'liq baholash summasi mahsulot (ishlar, xizmatlar) sotilishiga ko'ra soliq solinadigan daromadga kiritiladi).

- Davlat subsidiyalari dan daromadlar

- Xolisona moliyaviy yordam.

- Boshqa operatsion daromadlar.

Moliyaviy faoliyatdan olinadigan daromatlarga quyidagilar kiradi:

- Olingan royaltilar va sarmoya transferti.

- O'zbekiston Respublikasi hududida va uning tashqarisida boshqa xo'jalik yurituvchi sub'ektlar faoliyatida ulush qo'shgan xolda qatnashishdan olingan daromad, aksiyalar bo'yicha dividendlar va obligatsiyalar hamda xo'jalik yurituvchi sub'ektga tegashli qimmatli qog'ozlar bo'yicha daromadlar.

- Mol-mulkni uzoq muddatli ijaraga berishdan olingan daromadlar (lizing to'lovini olish).

- Valyuta schyotlari, shuningdek chet el valyutalaridagi operatsiyalar bo'yicha ijobiy kurs tafovutlari.

- Sarflangan (qimmatli qog'ozlarga, sho'ba korxonalarga va hokazolarga) mablag'larni qayta baholashdan olingan daromadlar.

Moliyaviy faoliyatdan olingan boshqa daromadlar.

- Favqulodda foyda moddalari - bu ko'zda tutilmagan, tasodifiy tusga ega bo'lgan, xodisa yoki xo'jalik yurituvchi sub'ektning odatdagi faoliyati doirasidan chetga chiqadigan tusdagi operatsiyalar natijasida paydo bo'ladigan va olinishi kutilmagan foydadir. Bunga daromatlarning favqulodda moddalari yoki asosiy faoliyatdan olingan boshqa daromadlar bo'limida aks ettirilishi kerak bo'lgan o'tgan davrlardagi foyda kirmaydi.

Korxona faoliyatining oxirgi moliyaviy natijasi bo'lib, balans foyda hisoblanadi. Balans foyda mahsulot sotishdan foyda, boshqa sotishdan foyda, sotishdan tashqari operatsiyalar daromad va xarajatlari summasidan iborat.

Mahsulot sotishdan foyda balans foydaning ko'p qismini tashkil qiladi. U mahsulot sotishdan tushum (qo'shimcha qiymat solig'isiz)dan uning to'la tannarxini ayirish orqali topiladi. Agar mahsulot tannarxi uning ulgurji narxlardagi qiymatidan yuqori bo'lsa, unda korxona xo'jalik faoliyati natijasi bo'lib zararlar hisoblanadi.

Korxona yalpi daromadi ham korxona faoliyatining moliyaviy natijasini ifodalaydi. Boshqa sotishdan foyda (zarar) korxona yordamchi, xizmat ko'rsatuvchi ishlab chiqarishlaridagi mahsulot (ishlar)ni sotishdan hosil bo'ladi.

Sotishdan tashqari operatsiyalar daromadlari mahsulot sotish bilan bog'liq bo'lmagan har xil kirimlar, chiqimlar va yo'qotuvlarni birlashtiradi.

Bu ko'rsatkich quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- iqtisodiy sanksiyalar va zararlarini koplash yig'indisi;
- hisobot yilida aniqlangan o'tgan yilgi daromadlar (zararlar);
- tabiiy ofatlar zararlarini;
- debitor qarzdorligi va boshqa qarzlar yo'qotuvlari;
- ijaraga berilgan mulk daromadi;
- aksiyalar, obligatsiyalar, qimmatli qog'ozlar dividendlari;
- qonunga asosan foyda va zararlar hisobiga tegishli boshqa daromadlar, xarajatlar va yo'qotuvlar.

Sof foyda – korxona ixtiyorida qoladigan foyda. U balans foydadan soliqlarni ayirish orqali aniqlanadi.

Korxonada sof foydadan korxona texnik rivojlanishi, rezerv fondi va dividendlar uchun foydalaniladi.

Korxona moliyaviy natijalar shaklida foydani aniqlash turlari berilgan:

1. $YAlpi\ foyda = Sof\ tushum - Sotilgan\ mahsulot\ tannarxi.$
2. $Asosiy\ faoliyat\ bo'yicha\ foyda = YAlpi\ foyda - Davr\ xarajatlari + Boshqa\ daromadlar - Boshqa\ zararlar.$
3. $Umumxo'jalik\ faoliyat\ bo'yicha\ foyda = Asosiy\ faoliyat\ bo'yicha\ foyda + Dividentlar\ bo'yicha\ daromad \pm chet\ el\ valyutasi\ bo'yicha\ daromad\ (zarar) \pm qimmatli\ qog'ozlar\ investitsiyalarni\ qayta\ baholash\ bo'yicha\ daromad\ (zarar) - foizlar\ bo'yicha\ xarajatlar.$
4. $Soliq\ to'lashdan\ oldingi\ foyda = Umumxo'jalik\ faoliyati\ bo'yicha\ foyda \pm favqulotda\ foyda\ yoki\ zarar\ bo'yicha\ qoldiq.$
5. $Sof\ foyda = Soliq\ to'lashdan\ oldingi\ foyda - (Foyda\ solig'i + Boshqa\ soliq\ va\ to'lovlar)$

Xo'jalik yurituvchi subyekt faoliyatining moliyaviy natijalari foydaning quyidagi ko'rsatkichlari bilan tavsiflanadi:

- mahsulotni sotishdan olingan yalpi foyda (YaF), bu sotishdan olingan sof tushum bilan sotilgan mahsulotning ishlab chiqarish tannarxi o'rtasidagi tafovut sifatida aniqlanadi:

$$YaF = SST - MIT,$$

bu yerda:

YaF – yalpi foyda;

SST – sotishdan olingan sof tushum;

MIT – sotilgan mahsulotning ishlab chiqarish tannarxi;

Mahsulot sotishdan foyda balans foydaning eng ko'p qismini tashkil qilganligi uchun unga ta'sir qiluvchi omillar o'zgarishi aniqlanadi. Bunday omillarga quyidagilar kiradi:

- sotiladigan mahsulot bahosining o'sishi yoki kamayishi, ishlar va xizmatlar tariflarining o'sishi yoki kamayishi;
- sotiladigan mahsulot (ishlar, xizmatlar) tannarxi dinamikasi;
- sotiladigan mahsulot hajmi oshishi yoki kamayishi;
- sotiladigan mahsulot strukturasini o'zgarishi.

- asosiy faoliyatdan ko'rilgan foyda (AFF) – bu mahsulotni sotishdan olingan yalpi foyda bilan davr xarajatlari o'rtasidagi tafovut va qo'shimcha asosiy faoliyatdan ko'rilgan boshqa daromadlar yoki minus boshqa zararlar sifatida aniqlanadi:

$$AFF = YaF - DX + BD - BZ,$$

bu yerda:

AFF – asosiy faoliyatdan olingan foyda;

DX – davr xarajatlari;

BD – asosiy faoliyatdan olingan boshqa daromadlar;

BZ – asosiy faoliyatdan ko'rilgan boshqa zararlar;

- xo'jalik faoliyatidan olingan foyda (yoki zarar) – bu asosiy faoliyatdan olingan foyda summasi plus moliyaviy faoliyatdan ko'rilgan daromadlar va minus zararlar sifatida hisoblab chiqiladi:

$$UF = AFF + MD - MX,$$

bu yerda:

UF – umumxo'jalik faoliyatidan olingan foyda;

MD – moliyaviy faoliyatdan olingan daromadlar;

MX – moliyaviy faoliyat xarajatlari;

- qarzga olingan kapital rentabelligi;
- real asosiy kapital rentabelligi;
- investorlashgan kapital samaradorligi.

Rentabellik bir necha turi mavjud: ishlab chiqarish rentabelligi, alohida mahsulot rentabelligi, o'z kapitali rentabelligi.

Ishlab chiqarish rentabelligi balans foydaning (BF) o'rtacha yillik ishlab chiqarish fondlari qiymatiga (asosiy ishlab chiqarish fondlari va aylanma mablag'lar) nisbati orqali aniqlanadi:

$$R_{i, is} = \frac{BF}{A_{asf} + A_a} \cdot 100 \%$$

Bu ko'rsatkich bir so'm ishlab chiqarish fondiga to'g'ri keluvchi foyda hajmini ko'rsatadi.

Asosiy faoliyat rentabelligi sotishdan foyda (SF) ning mahsulotni ishlab chiqarish xarajatlari (X) ga nisbati orqali aniqlanadi:

$$R_{af} = \frac{SF}{X} \cdot 100 \%$$

Bu ko'rsatkich har bir so'm ishlab chiqarish xarajati qancha foyda berishini ko'rsatadi.

Sotish rentabelligi deganda har bir sotilgan mahsulot summasiga qancha xarajat qilinganlik darajasi tushuniladi. Demak, bu ko'rsatkich sotilgan mahsulot qiymati bilan ana shu mahsulotni ishlab chiqarishga sarflangan xarajatlarni taqqoslash asosida yuzaga keladi. Bunday koeffitsient baholash siyosatidagi o'zgarishlarni va sotilgan mahsulot tannarxini nazorat qilish bo'yicha korxonaning qobiliyatini tavsiflaydi.

Sotish rentabelligini quyidagi formula orqali ifodalash mumkin:

$$R_s = \frac{X}{SF} \cdot 100 \%$$

Mahsulot rentabelligi balans foydani mahsulot tannarxiga bo'lish orqali aniqlanadi:

$$R_m = \frac{BF}{MT} \cdot 100 \%$$

Korxona hamma aktivlari rentabelligi quyidagicha aniqlanadi:

$$R_a = SF/A \times 100 \%$$

bu erda: A – korxona aktivlarining o'rtacha yillik qiymati.

Korxonaning hamma aktivlari rentabelligi – shu korxona aktivlariga investorlar va kreditorlar tomonidan qo'yilgan har bir so'm necha so'm foyda keltirganligini ifodalaydi.

Korxona xususiy kapitalining rentabelligi:

$$R_{xk} = SF/XK \times 100 \%$$

bu erda: AK – xususiy kapitalning o'rtacha yillik qiymati. (ustav kapitali + qo'shimcha kapital + rezerv kapital + jamg'arilgan foyda) – bu ma'lumotlar korxona balansidan olinadi.

Korxona xususiy kapital rentabelligi xususiy mulk egalari tomonidan qo'yilgan xususiy kapitalning har bir so'm necha so'mlik sof foyda keltirganini ifodalaydi.

Sotilgan mahsulot rentabelligi:

$$R_{sm} = YAlpi \text{ foyda} / \text{Sotilgan mahsulot hajmi} \times 100 \%$$

yoki, $R_{sm} = SF / \text{Sotilgan mahsulot hajmi} \times 100 \%$.

Sotilgan mahsulot rentabelligi har bir so'mlik sotilgan mahsulotdan qancha yalpi yoki sof foyda keltirganini ifodalaydi.

1 aksiyaning rentabelligi quyidagicha aniqlanadi:

$$R/A = \text{Sof foyda} / AK_o$$

bu erda: AK_o – muomalaga chiqarilgan aksiyalar miqdori.

1 aksiyaning rentabelligi korxonaning muomaladagi har bir aksiya qancha so'm sof foyda keltirganini ifodalaydi.

Qarzga olingan kapitalning rentabelligi – bu qarzga olingan kapitalning foydaliligi, unumliligi. U quyidagicha aniqlanadi:

$$Rq = \frac{\text{sof foyda}}{\text{qarzga olingan kapitalning o'rtacha qiymati}}$$

Bu koeffitsient har bir so'mli qarzga olingan kapital qancha foyda keltirganligini ifodalaydi.

Real asosiy kapitalning rentabelligi uning foydaliligini ifodalaydi va har bir so'mli real asosiy kapital qancha so'm foyda keltirganligini ko'rsatadi. U quyidagi formula asosida aniqlanadi:

$$Rrk = \frac{\text{sof foyda}}{\text{real asosiy kapital}}$$

Investorlangan kapital rentabelligi – bu investitsiya mablag'larining natijaliligi, foydaliligi. Bu ko'rsatkich investitsiya tufayli olingan mablag'larning qanchalik samara berishini ifodalaydi va quyidagi formula orqali aniqlanadi:

$$Rik = \frac{\text{soliqsiz foyda } Q \text{ to'langan foizlar summasi}}{\text{xususiy kapital } Q \text{ uzoq muddatli qarzli kapital}}$$

Rentabellik darajasi ko'rsatkichining yuqori bo'lishi korxona (firma) ixtiyoridagi asosiy va aylanma fondlardan oqilona foydalanilayotganini va korxona (firma)ning ma'lum miqdorda foyda (daromad) olayotganligini ko'rsatadi.

Rentabellik darajasini ko'tarish uchun sanoatning barcha tarmoqlari va korxonalari sotilgan mahsulot hajmini oshirishga, uni ishlab chiqarish uchun

sarflanayotgan xarajatlarni kamaytirishga, ishlab chiqarilgan mahsulot sifatini oshirishga qaratilgan tadbirlarni amalga oshirishlari zarur.

Shu tariqa, tavsiya qilinuvchi ko'rsatkichlar tahlil jarayonida korxonaning moliyaviy barqarorligini aniqlash, ishlab chiqarish samaradorligi va korxonaning bozordagi raqobatbardoshligini oshirishga oid chora-tadbirlar belgilashga ikoniyat yaratadi.

Nazorat va muhokama uchun savollar:

1. Foyda iqtisodiy kategoriya sifatida hamda uning korxonaning tijorat va ishlab chiqarish faoliyatini tashkil qilishdagi ahamiyati
2. Foydani shakllantirish manbalari
3. Foydani taqsimlash va uni ko'paytirish yo'llari
4. Rentabellikning iqtisodiy mohiyati
5. Rentabellik ko'rsatkichlari va ularni aniqlash uslubiyati

4.1-MAVZU. KORXONANING IQTISODIY VA IJTIMOII SAMARADORLIGI

1. Samaradorlikning iqtisodiy xarakteri
2. Ishlab chiqarishning iqtisodiy samaradorligini baholash
3. Ishlab chiqarish samaradorligini oshirish yo'llari

1. Samaradorlikning iqtisodiy xarakteri

Rivojlanayotgan bozor iqtisodiyoti sharoitida davlatning iqtisodiy strategiyasi uzoq vaqtga mo'ljallangan fundamental maqsadlarni o'rta qo'yish bilan bir qatorda, bu maqsadlarga erishish vositalari, yo'llarini belgilashni ham o'z ichiga oladi. Bular orasida **ishlab chiqarish samaradorligini** to'xtovsiz oshirib borish asosiy o'rinda turadi.

O'zbekiston davlatining qudratini mustahkamlash, aholining moddiy va ma'naviy ehtiyojlarga bo'lgan ehtiyojlarini to'laroq qondirish, kelajakda esa ularni mo'l-ko'l yaratish, iqtisodiy va ilmiy-texnika sohasida eng rivojlangan davlatlar qatoridan joy olish ishlab chiqarish samaradorligini oshirishga bevosita bog'liqdir.

Mustaqillikka erishilganlik, qudratli iqtisodiy va ilmiy-texnik salohiyat yaratilayotganlik, iqtisodiy-ijtimoiy munosabatlarning takomillashayotganligi ishlab chiqarish samaradorligini oshirish masalalarini birinchi o'ringa qo'ydi. Binobarin, Respublika Prezidentining ma'ruza va nutqlarida, Vazirlar Mahkamasining qarorlarida ishlab chiqarishning, jumladan, sanoat ishlab chiqarishi samaradorligini oshirishning mohiyati va ahamiyati, dolzarb

muammolari, iqtisodiyotni intensiv taraqqiyot yo'liga o'tkazish munosabati bilan kelib chiqadigan ustuvor vazifalar chuqur va har tomonlama tahlil etib berilmoqda.

Ma'lumki, ishlab chiqarishni rivojlantirishda ikki xil omil: miqdor va sifat, ekstensiv va intensiv, ya'ni kengaytiruvchi (uzaytiruvchi) va zo'r beruvchi, kuchaytiruvchi omillar harakatda bo'ladi. Boshqacha qilib aytganda, agar ishlab chiqarish sohasi kengaytirilsa, ekstensiv suratda kengaygan takror ishlab chiqarish bo'ladi; agar yana ham **ko'proq samara** beradigan ishlab chiqarish vositalari qo'llaniladigan bo'lsa, intensiv suratda kengaygan takror ishlab chiqarish yuzaga keladi.

O'zbekiston sanoatida ana shu ikki yo'ldan oqilona foydalanish natijasida ishlab chiqarishning samaradorligi bosqichma-bosqich o'sib bormoqda.

Samaradorlik so'zi – bu eng ko'p uchraydigan umumiy tushunchalardan biri bo'lib, iqtisodiy-ijtimoiy taraqqiyotning xilma-xil sohalarida juda keng ishlatiladi. Masalan, ijtimoiy ishlab chiqarish samaradorligi, mehnat samaradorligi, o'qish va o'qitish samaradorligi, davolash va davolanish samaradorligi, qabul qilingan qonun va qoidalar hamda yechimlarning samaradorligi va hokazolar.

Samaradorlik sanoat ishlab chiqarish faoliyatining «ko'zgusi» hisoblanadi. Bu «ko'zgu»da ishlab chiqarishning barcha natijalarini ko'rish mumkin. Ma'lumki, har bir tarmoq, korxona, qolaversa, har bir shaxs o'z ishlab chiqarish faoliyatida maksimum foyda olishga intiladi. Uning uchun ma'lum xarajatlar qiladi. Ana shu foyda bilan xarajatlar o'rtasidagi farq tarmoq va korxona faoliyatining «ko'zgusi» bo'lgan samaradorlikda ko'zga tashlanadi. Ishlab chiqarishning eng yuqori samaradorligi ishlab chiqarish xarajatlarini minimallashtirishdan iborat.

Bozor munosabatlari sharoitida samaradorlikning alohida o'rni mavjud. Bozor iqtisodiyoti natijalilikni, foydalilikni taqozo etadi. Tartibli bozorga asoslangan iqtisodiyotda eng kam resurs sarflab ko'p natijaga erishish zarur. Mahsulot ishlab chiqarish jarayonida 5 turdagi resurslar tizimi harakatda bo'ladi: a) moddiy resurslar, b) mehnat resurslari, v) moliyaviy resurslar, g) energetik resurslar, d) axborot resurslari, ya'ni informatsion resurslar. Mana shu resurslardan oqilona foydalanib, ishlab chiqarishning samaradorligini oshirish mumkin. Bunday faoliyat ishlab chiqarish samaradorligini oshirish yo'nalishida muhim ahamiyat kasb etadi. Sanoat ishlab chiqarishi samaradorligini oshirishning aniq-ravshan yo'nalishlari Oliy Majlis tomonidan qabul qilingan qonunlar, Prezident farmonlari va Vazirlar Mahkamasining qarorlarida ko'rsatib berilgan.

2. *Ishlab chiqarishning iqtisodiy samaradorligini baholash*

Samaradorlik – bu foydalilik, natijalilikdir. Ma'lumki, qandaydir natija olish uchun mehnat qilish, ishlash, mahsulot ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatish va ma'lum miqdorda xarajat qilish kerak.

Samaradorlikni aniqlash uchun natijani shu natijaga erishishga sarflangan xarajatlar yoki resurslar bilan taqqoslash kerak. Demak, samaradorlik ishlab chiqarish faoliyati natijalari bilan ularga erishish uchun sarflangan mehnat, moddiy va moliyaviy resurslarning o'zaro nisbatidir.

$$S = \frac{\text{natija}}{\text{xarajatlar}} = \frac{\text{natija}}{\text{mehnat, moddiy va moliyaviy resurslar}}$$

Ishlab chiqarishning iqtisodiy va ijtimoiy samaradorligini farqlaydilar. Samaradorlikni iqtisodiy va ijtimoiy turlarga bo'lish shartli bo'linish hisoblanadi. Moddiy ishlab chiqarish jarayonida yuzaga keladigan va mehnat xarajatlari bilan bog'liq bo'lgan natijalarning hammasi iqtisodiy va ma'lum ma'noda ijtimoiy samara deb aytish mumkin.

Bu yerda shuni eslatib o'tish kerakki, iqtisodiy va ijtimoiy tushunchalarning sun'iy bo'linishi haqida bahslashish mumkin. Lekin, iqtisod ijtimoiy hayotdan tashqarida bo'lmagani kabi, ijtimoiy hayot ham iqtisodsiz bo'lmaydi. Demak, ularni bir-biridan ajratib bo'lmaydi. Chunki amalga oshirilgan har bir ish ayni vaqtda ham iqtisodiy, ham ijtimoiy samara keltiradi.

Iqtisodiy samaradorlik ishlab chiqarishning iqtisodiy natijasini ko'rsatadi. Masalan, mahsulot ishlab chiqarish, boshqaruv, Yangi texnika va texnologiyani joriy etish, mehnat sifatini oshirish va hokazolarning natijasi. Iqtisodiy samara material, mehnat, pul va boshqa resurslarni tejash tufayli erishilgan miqdor, vaqtni tejash, qurilish muddatlarini qisqartirish, mehnat sarfini tejash, ish vaqtining zoe ketishini kamaytirish, mablag'lar oborotini tezlashtirish, mahsulot etishtirish hajmini o'stirish, ishlar sifatini yaxshilash va boshqa natijalar bilan tavsiflanadi.

Ijtimoiy samaradorlik shaxsning har tomonlama kamol topishiga yordam beradigan tadbirlarni amalga oshirishning samaradorligini ifodalaydi. U mehnat va turmush sharoitlarini yaxshilanishida, xodimlar malakasini oshirishda aks etadi va asosiy oziq-ovqat, sanoat tovarlarining aholi jon boshiga iste'mol qilinishi, ijtimoiy iste'mol fondlaridan beriladigan nafaqa va imtiyozlar, kadrlar tayyorlash bo'yicha xarajatlarning o'sishi bilan tavsiflanadi.

Ekologik samaradorlik. Jahondagi ekologik vaziyatning yomonlashuvi tufayli bir qator xalqaro kelishuvlar, konventsiyalar va yirik loyihalar shakllantirilgan. O'zbekiston Respublikasi ham bunday xalqaro kelishuvlarning faol qatnashchisi hisoblanadi. Mamlakatimiz hududida amalga oshiriladigan investitsiya loyihalari xalqaro konventsiyalar va kelishuvlar shartlariga mos kelishi ekspertlar tomonidan o'rganilgach, tadbir etish uchun tavsiya etiladi.

1992 yilda BMT tomonidan iqlim o'zgarishlari to'g'risidagi Konventsiya qabul qilindi va a'zo bo'lish uchun ochildi. 1993 yilda O'zbekiston Respublikasi ushbu Konventsiyaga a'zo bo'ldi. Konventsiya global iqlim o'zgarishlari va uning oqibatlariga qarshi kurash borasidagi birinchi xalqaro kelishuv bo'ldi. Ushbu

kelishuvning asosiy maqsadi – insoniyat tomonidan parnik gazlari chiqarishni maromlashtirish evaziga iqlimga antropogen ta'sirlarni kamaytirishdan iborat. 1997 yilning 11 dekabrda Yaponiyaning Kioto shahrida Konventsiyaga Protokol imzolandi. O'sha paytda 159 ta mamlakat Protokolni qabul qilgan bo'lsa, hozirgi kunda Kioto Protokolini imzolagan mamlakatlar soni 192 taga etdi. O'zbekiston Respublikasi Kioto Protokolini 1999 yilda qabul qildi.

Kioto Protokoli – xalqaro kelishuv bo'lib, 1990 yilga nisbatan 2008-2012 yillarda atmosferaga chiqariladigan chiqindilarni kamaytirish bo'yicha chora-tadbirlarni tadbiq etish to'g'risidagi javobgarlik shartnomasidir.

2002 yilning avgustida yo'ldosh gazlarni yondirish hajmlarini kamaytirish borasidagi Global Hamkorlik (GGFR) tashkil etildi. O'zbekiston respublikasi tomonidan 2008 yilda "O'zbekneftgaz" MXK ushbu GGFR Hamkorligiga a'zo bo'ldi. Global Hamkorlik neft ishlab chiqaruvchi mamlakatlar hukumatlari, davlat korxonalari va yirik xalqaro neft kompaniyalari vakillarini birlashtirib, ularning o'rtasida yo'ldosh gazlarni yondirish hajmlarini kamaytirish borasidagi ilg'or jahon tajribasining almashinuvi va maxsus dasturlarni amalga oshirilishiga ko'maklashadi. Hamkorlikka 21 ta mamlakat, 12 ta xalqaro neft kompaniyalari va 4 ta Xalqaro tashkilotlar a'zodir.

O'zbekiston Respublikasi tomonidan Sof rivojlanish mexanizmi doirasida 14 loyiha amalga oshirilmoqda. Bulardan 7 tasi neft-gaz sohasida, 6 tasi kimyo sohasida, 1 tasi chiqindilarni utilitatsiya qilish sohasida amalga oshirilmoqda. SHuni alohida ta'kidlash lozimki, O'zbekiston nafaqat SHarqiy Evropa va SNG mamlakatlari o'rtasida, balki dunyo reytingida yuqori o'rinlarni egallab kelmoqda: chiqindi hajmlarini yillik kamaytirish bo'yicha – 8 o'rinda, loyihalar soni bo'yicha – 19 o'rinda turadi. Neft va gaz sohasidagi 7 ta loyiha bo'yicha rejalashtirilayotgan qisqartirishlar yiliga 6,5 mln. tonna SO₂ ni tashkil etadi.

Ushbu samaralar ishlab chiqarishning o'zida vujudga kelayotganini va birlashib bajarilgan mehnat tufayli ishlovchilar o'rtasidagi munosabatlar ta'riflanishini nazarda tutsak, ularni ijtimoiy-iqtisodiy samara deb atasak bo'ladi.

Iqtisodiy samaradorlikning mohiyati uning mezonini va ko'rsatkichlar tizimida aks etadi.

Mezon masalasi iqtisodiy samaradorlik nazariyasining eng muhim sohasi hisoblanadi. Falsafiy ma'noda mezon – bu asosiy o'lov, muhim farqli belgi, asosiy nuqtai nazardir. Shular asosidagina u yoki bu sohadagi bizning bilimlarimizni obyektiv haqiqatligini, to'g'riligini va ishonchliligini aniqlash, haqiqatni anglashmovchiliklardan farq qilish mumkin.

Ishlab chiqarishning asosiy maqsadiga erishish uchun barcha resurslardan oqilona foydalanish, tayyorlanadigan mahsulotning har bir birligiga sarflanadigan

xarajatlarni kamaytirish kerak bo'ladi. Demak, samarani o'lchaganda mezon sifatida jami ijtimoiy mehnatni tejash, uning unumdorligini oshirish qabul etiladi.

Ishlab chiqarishning umumiy (mutloq) samaradorligi deganda xarajatlar va resurslarning ayrim turlari bilan solishtirilgan yoki taqqoslangan iqtisodiy samaraning umumiy miqdori tushuniladi.

Ishlab chiqarishning umumiy samaradorligi xarajatlar va resurslarning ayrim turlaridan foydalanish darajasini aniqlash va baholash uchun qo'llaniladi va umuman xalq xo'jaligi bo'yicha, tarmoqlar, korxonalar, kapital qurilish obyektlari bo'yicha hisoblab chiqiladi. Bunday samaradorlikni aniqlash xarajatlar va resurslar samaradorligi darajasini, samaradorlikning asosiy yig'imlarini aks ettiruvchi differentsiyalangan ko'rsatkichlarni hisoblab chiqishga asoslanadi. Bunday ko'rsatkichlarga ishlab chiqarishning yoki unda tayyorlanadigan mahsulotning mehnat sig'imi, material sig'imi, fond sig'imi, kapital sig'imi kiradi.

Mehnat sig'imi milliy daromad, sof, yalpi, tovar mahsulotning yoki natural shaklda ifodalangan mahsulot birligiga sarflangan xarajat miqdorini tavsiflaydi.

Mahsulotning sermehnatliligi – bu muayyan turdagi mahsulotni (masalan, bitta traktorni, kostyumni yoki ko'ylakni) ishlab chiqarishga sarf bo'lgan ish vaqti miqdorini ifodalovchi ko'rsatkich hisoblanadi.

Mehnat sig'imining uch turi bo'ladi: texnologik, to'la va xalq xo'jaligi mehnat sig'imi. Mehnat sarfini hisobga olish jihatiga qarab esa u yana uch turga: rejali mehnat, normativ mehnat va haqiqiy (amaldagi) mehnat sig'imlariga bo'linadi.

Mehnat sig'imi bevosita sarf (asosiy xodimlar sarf qilgan mehnat) bo'yicha, to'la sarf (yordamchi xodimlar sarf qilgan mehnat) bo'yicha hamda umumiy ijtimoiy mahsulot yoki milliy daromad qiymatiga nisbati bilan belgilanadi. Ayrim komplekslar va ularning tarmoqlarida, korxonalarda esa moddiy sarflar miqdorining qiymatiga nisbatan belgilanadi:

$$Ms = \frac{Mx}{Tmx}$$

Ko'pincha amaliyotda mehnat sig'imining boshqacha ma'nosini bildiruvchi mehnat unumdorligi (Mu) ko'rsatkichidan foydalaniladi:

$$Mu = \frac{Tmx}{Mx}$$

Mehnat unumdorligi – bu inson mehnatining muayyan vaqt ichida ozmi-kopmi mahsulot ishlab chiqarish qobiliyatidir.

Ishlab chiqarishning material sig'imi – bu mahsulot (ish bajarish, yoki xizmat ko'rsatish) birligiga ketadigan va unda ifodalanadigan moddiy resurslar (xomashyo, asosiy va yordamchi materiallar, sotib olinadigan butlovchi buyumlar

va yarim fabrikatlar, yoqilg'i va energiya) yalpi sarfini tavsiflab beruvchi ko'rsatkichdir. U quyidagi formula yordami bilan ifodalanadi:

$$Ms = \frac{Mr}{Tmx}$$

Ishlab chiqarishning fond talabligi bu mahsulot birligiga (natural yoki qiymat doirasida) to'g'ri keladigan asosiy ishlab chiqarish fondlarini tavsiflovchi ko'rsatkichdir. Fond sig'imi (Fs) asosiy fondlardan foydalanishning samaradorligini ko'rsatadi va uning o'rtacha yillik qiymatini (F) mahsulot hajmiga (Mx) nisbatini ifodalaydi:

$$Fs = \frac{F}{Mx}$$

Bu miqdorning teskarisi fond samarasi (natijasi) yoki fond qaytimi (Fk) deb yuritiladi va quyidagi formula yordamida aniqlanadi:

$$Fk = \frac{Mx}{F}$$

Ijtimoiy ishlab chiqarishning samaradorligini baholashda kapital qo'yilmalardan foydalanish ko'rsatkichlari ishlab chiqarish fondlarini qayta takror ishlab chiqarishning yangi asosiy va aylanma fondlarini yaratish uchun zarur bo'lgan jamg'arma fondlari samaradorligini tavsiflaydi. Bunday ko'rsatkichlardan eng muhimi kapital talablik yoki kapital sig'imi hisoblanadi. Bu ko'rsatkich (Ks) kapital mablag'lar (K) ning yordami bilan tayyorlangan mahsulotning ko'paygan qismiga nisbati bilan ifodalanadi:

$$Ks = \frac{K}{\Delta Mx}$$

Yuqorida keltirilgan va boshqa bir qator tabaqalashtirilgan (differentsiyalangan) ko'rsatkichlar ishlab chiqarishning samaradorligini baholash va tashkil etishda muhim o'rin egallaydi, xarajatlar va resurslar asosiy turlarining qaytarib berilishini tavsiflaydi. Lekin, faqat bu ko'rsatkichlar asosida ishlab chiqarishning iqtisodiy samaradorligi o'zgarishiga baho berish qiyin, chunki ular o'zgarishning xarakteri va dinamikasini taqqoslay olmaydi. Undan tashqari, ba'zi bir davrlarda ular har xil yo'nalishda o'zgaradilar.

Iqtisodiy samaradorlikni rejalashtirish va tahlil etish nafaqat xarajat va resurslar asosiy turlaridan foydalanish darajasini tahlil etishni o'z ichiga olishi kerak, balki uning butunlay o'zgarishini, yig'indi (integral) samaradorlikni baholashni ham o'z ichiga oladi. Mana shu maqsadda iqtisodiy samaradorlikning umumlashtiruvchi, kompleks ko'rsatkichlari hisoblab chiqiladi va ishlab chiqarishning oqibat natijalari shu ko'rsatkichlar yordamida tahlil etiladi. Bunday ko'rsatkichlar turli xarajatlar va resurslarning darajasini yig'ilgan turda, har xil omillarning ta'sirini hisobga oladi.

Ishlab chiqarish – texnik vazifani hal etishning biror variantining ijtimoiy-iqtisodiy afzalligini asoslab berish, taqdim etilgan variantlardan eng samaralisini tanlab olish maqsadida aniqlanadigan samaradorlik qiyosiy samaradorlik deb ataladi. Qiyosiy samaradorlik ikki va undan ortiq variantlarni taqqoslash va shu asosda bir variantning boshqa variantlardan ustunligi va uning optimalligini aniqlab beradi.

Optimal variantni tanlab olish hamda uni asoslab berish uchun qo'shimcha kapital mablag'larning qoplanish muddati yoki qiyosiy samaradorlik koeffitsientini hisoblab chiqish va ular miqdorini normativ qiymati bilan taqqoslash kerak bo'ladi.

Qo'shimcha kapital mablag'larning o'zini qoplash muddati (V) qo'shimcha kapital mablag'larning ($K_2 - K_1$) mahsulot tannarxini pasaytirishdan olingan tejam ($T_1 - T_2$) ga nisbati bilan aniqlanadi:

$$V = \frac{K_2 - K_1}{T_1 - T_2}$$

Bu yerda: V – qoplash muddati (yil hisobida);

K_1 va K_2 variantlarni joriy etish uchun kerak bo'lgan mablag'lar miqdori;

T_1 va T_2 taqqoslanadigan variantlarning ekspluatatsiya xarajatlari.

Qo'shimcha kapital mablag'larning qiyosiy samaradorlik koeffitsienti (E) qoplanish muddatining teskari ifodasi hisoblanadi va tannarxni pasaytirishdan olingan tejamning qo'shimcha kapital mablag'lar miqdoriga nisbati bilan aniqlanadi:

$$E = \frac{T_1 - T_2}{K_2 - K_1} \quad \text{yoki} \quad \frac{1}{V}$$

Keltirilgan xarajatlar, ularning vazifasi va uni hisoblash usuli. Keltirilgan xarajatlar kapital mablag'larning qiyosiy-iqtisodiy samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkich bo'lib, texnikaviy va iqtisodiy masalalarni hal qilish variantlarining eng yaxshisini tanlab olishda qo'llaniladi. Biron bir texnikaviy vazifani hal etishning, ratsionalizatorlik va ixtirochilik takliflari, texnikaviy va tashkillashtirishning mumkin bo'lgan variantlarini, mahsulot sifatini oshirishning turli usullarini taqqoslaganda boshqa shartlari teng bo'lib qolsa, keltirilgan xarajatlar minimum bo'lishini talab qiladigan variant eng yaxshisi hisoblanadi. Bir necha variantlardan eng yaxshisini tanlab olish uchun quyidagi keltirilgan xarajatlar formulasidan foydalanish kerak.

$$S = En \cdot K \rightarrow \min$$

Bu yerda: S – muayyan variant bo'yicha ishlab chiqarilgan mahsulot tannarxi;

En – kapital mablag'lar samaradorligining normativ koeffitsienti;

K – bir yo'la solinadigan kapital mablag'larning yig'indisi.

Real sektor korxonalarida yangi texnika, ixtirolar va ratsionalizatorlik takliflaridan foydalanishning iqtisodiy samaradorligini belgilash metodikasida samaradorlikning normativ koeffitsienti tarmoqlar uchun 0,15 ga teng qilib olingan.

Keltirilgan xarajatlarni aniqlash eski texnika o'rniga yangisini yaratish va qo'llash natijasida hosil bo'ladigan iqtisodiy samarani baholashga real sektor nuqtai nazaridan yondashishni taqozo etadi.

Yillik iqtisodiy samara – bu yangi texnika, texnologiya va progressiv mahsulot turlarining, mehnat va ishlab chiqarishni tashkil etishning iqtisodiy samaradorligini tahlil etish va baholashda qo'llaniladigan muhim ko'rsatkichlardan biridir. Bu ko'rsatkich qiyos qilinadigan variantlar bo'yicha sarflangan xarajatlar to'g'risidagi ma'lumotlar asosida quyidagi formula yordamida hisoblab chiqiladi:

$$Y = [(T_1 QEn \times K_1) - (T_2 QEn \times K_2)] \times A_2$$

Bu yerda: Y – yillik tejam;

T_1 – yangi texnika bo'yicha tadbirlar joriy qilingungacha bo'lgan mahsulot yoki ish birligining tannarxi (so'm hisobida);

T_2 – shuning o'zi, tadbirlar joriy qilingandan so'ng (so'm hisobida);

K_1 – tadbirlar joriy qilingungacha mahsulot birligiga sarflangan kapital mablag'lar miqdori;

K_2 – shuning o'zi, tadbirlar amalga oshirilgandan so'ng;

A – yangi tadbirlar amalga oshirilgandan boshlab tayyorlanadigan yillik mahsulot yoki ishlarning natura birligi.

En – kapital xarajatlarning normadagi qiyosiy samaradorligi koeffitsienti.

U yangi kapital qo'yilmalarning minimal darajadagi iqtisodiy samaradorligini hamda bir so'mlik kapital qo'yilma bir yilda mahsulot tannarxini necha tiyinga kamaytira olishni bildiradi. Masalan, sanoat tarmog'i uchun belgilangan samaradorlik koeffitsienti normasi 0,15 bo'lsa, bu shu tarmoqda har bir so'm kapital qo'yilmalar mahsulot tannarxining pasayishi hisobiga eng kami bilan 15 tiyinlik tejam, foyda berishi zarur. Samaradorlik koeffitsienti «0»dan «1»ga qancha tez intilsa, samaradorlik shuncha yuqori, xarajatlarning reja qoplanish muddati esa shuncha qisqa bo'ladi.

Ishlab chiqarishning samaradorlik darajasi xilma-xil, bir-biriga bog'liq bo'lgan omillar ta'sirida tashkil topadi va shakllanadi. Har bir kompleks, tarmoq va korxona uchun uning texnik-iqtisodiy xususiyati sababli samaradorlikni oshirishning o'ziga xos omillari mavjud.

3. Ishlab chiqarish samaradorligini oshirish yo'llari

Ishlab chiqarish samaradorligini oshirishning juda ko'p, xilma-xil omillari va asosiy yo'nalishlar mavjud. Barcha omillar uch belgiga asosan guruhlariga bo'linishi mumkin: manba bo'yicha, ishlab chiqarishni rivojlantirish va takomillashtirishning asosiy yo'nalishlari bo'yicha, omillarning o'zi va amalga oshirish darajasi bo'yicha.

Omillarni ishlab chiqarish samaradorligini oshirish manbalari bo'yicha tasniflash nimalar hisobiga ijtimoiy mehnatni tejashga erishish mumkinligini yoki erishilganligini aniqlashga yordam beradi. Shu nuqtai nazardan asosiy omillarga quyidagilarni kiritish mumkin: mahsulotning mehnat sig'imi, material sig'imi, fond sig'imi hamda kapital mablag' talablikni kamaytirish, tabiiy resurslardan ratsional foydalanish va vaqtni tejash. Lekin bunday tasniflash talabga javob bermaydi. Bu savollarga javob topish uchun ishlab chiqarish samaradorligini oshirishning barcha omillarni ishlab chiqarishni rivojlantirish va takomillashtirishning asosiy yo'nalishlari bo'yicha guruhlash kerak. Ular ijtimoiy mehnatni tejashga qaratilgan texnik, tashkiliy, iqtisodiy va ijtimoiy chora-tadbirlar kompleksidan iborat. Bu yo'nalishlar g'oyat xilma-xildir. Eng muhimlariga quyidagilar kiradi:

- ishlab chiqarish strukturasi yaxshilash;
- fan-texnika taraqqiyotini jadallashtirish, ishlab chiqarish va mahsulotning texnik-iqtisodiy darajasini ko'tarish, fan va texnika yutuqlarini joriy etish muddatini qisqartirish;
- ishlab chiqarishni ixtisoslashtirish, kooperatsiyalash, kombinatlashtirish va hududiy joylashtirish darajasini oshirish;
- boshqarishning strukturasi, moliyalash, baholash va kreditlash hamda rag'batlantirish tizimini takomillashtirish;
- inson omilini kuchaytirish asosida mehnatkashlarning ijodiy faolligini va tashabbusini oshirishni yo'lga qo'yish.

Sanoat ishlab chiqarishini erkinlashtirish va bu tarmoqda islohotlarni chuqurlashtirish samaradorlikni oshirishning asosiy yo'nalishi hisoblanadi.

Sanoat ishlab chiqarishi samaradorligini oshirishning hal qiluvchi yo'llaridan yana biri fan-texnika taraqqiyotini jadallashtirishdir. Texnik va texnologik omil mehnat unumdorligini o'stirishning kamida uchdan ikki qismini ta'minlaydi.

Ma'lumki, iqtisodiy taraqqiyotning turli bosqichlarida texnika taraqqiyotining xarakteri va mazmuni o'z xususiyatlariga ega bo'ladi. Masalan, bozor iqtisodiyotiga o'tish natijasida fan-texnika taraqqiyoti undagi miqdoriy o'zgarishlargagina emas, balki ko'proq sifat o'zgarishlariga qaratiladi. Umuman,

samaradorlik iqtisodiyotdagi sifat o'zgarishlari bilan bog'liqdir, bu talab fan-texnika taraqqiyotiga ham to'liq joriy etiladi.

Sanoat ishlab chiqarishi ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligini yuqori darajaga ko'tarishda inson omilining roli beqiyosdir. Insonlarning tashabbusi, kuch-g'ayrati, jonli ijodiyoti har qanday taraqqiyotning kudratli kuchi va eng muhim manbai hisoblanadi. Shu sababli ham insonni jamiyatning asosiy ishlab chiqaruvchi kuchi deb aytadilar. U barcha yangiliklarni, shu jumladan, yangi, ilg'or texnika-texnologiyalarni yaratadi, ishlab chiqarishni oqilona tashkil etadi, ilmiy va amaliy kashfiyotlar qiladi. Barcha ishlab chiqarish vositalari inson mehnati bilan harakatga keltiriladi, foydali narsalar hosil qilinadi. Biroq inson faqat asosiy ishlab chiqaruvchi kuchgina emas, shu bilan birga ishlab chiqarish va boshqa ijtimoiy munosabatlarning subyekti hamdir. Odamlar faoliyati shu munosabatlar orqali ro'yobga chiqadi. Bu faoliyat yo'nalishi va natijalari xodimning o'z faoliyatida qanday o'y-fikrlarga, tasavvurlarga, maqsadlarga, hayotiy yo'l-yo'riqlarga, muddaolarga va psixologik e'tiqodlarga amal qilishiga bog'liq. Shu sababli inson omilining mohiyati, ahamiyati va mazmuni tahlil etilganda gap faqat inson haqidagina emas, balki avvalo inson yashab, mehnat qilayotgan ijtimoiy munosabatlarning butun tizimi bilan belgilanuvchi ijtimoiy sifatlar, faoliyatni rag'batlantiruvchi omillar va muddaolar haqida borishi kerak.

Nazorat va muhokama uchun savollar:

1. Samaradorlik tushunchasi, uning turlari, mezonlari va ko'rsatkichlari.
2. Mutloq iqtisodiy samaradorlik va uni hisoblash usuli.
3. Ishlab chiqarishning qiyosiy-iqtisodiy samaradorligi.
4. Ishlab chiqarishning samaradorligini oshirishga ta'sir etuvchi omillar.
5. Sanoat ishlab chiqarish samaradorligini oshirishning asosiy yo'llari.

4.2-MAVZU. KORXONALARDA ISHLAB CHIQARISHNI REJALASHTIRISH VA PROGNOZLASH

1. Bozor sharoitida rejalashtirishning xususiyatlari va vazifasi
2. Korxonada rejalashtirishning mohiyati, maqsadi va qoidalari
3. Korxonalarda rejalashtirish turlari
4. Sanoat korxonasining biznes-rejasi
5. Korxona biznes-rejasining mohiyati, tuzilishi va vazifalari
6. Ishlab chiqarish dasturi, uning tarkibi va ishlab chiqish tartibi

1. Bozor iqtisodiyoti sharoitlarida rejalashtirishning xususiyatlari va vazifasi

Iqtisodiyot bo'yicha zamonaviy adabiyotlarda va qo'llanmalarda rejalashtirishga mo'ljallangan ish yoki ma'lum bir harakatlarni bajarish muddati, tartibi va ketma-ketligini ko'zda tutuvchi chora-tadbirlar tizimi sifatida izoh berilgan. Har bir inson o'z ish kuni, dam olish kuni, bayramlar, yozgi ta'til, to'y va boshqa tadbirlarni qanday o'tkazishni rejalashtiradi. Aynan rejalashtirish va bashorat qilish yo'li bilan korxonalar nimani, kim uchun, qachon va qancha mahsulot ishlab chiqarish, qaysi hamkorlar yoki sheriklar bilan shartnoma tuzish yoki kooperasiyani rivojlantirish, zarur bo'lgan moddiy-tovar boyliklari zaxirasini yaratish kabi bir qator masalalarni hal qiladi.

O'zbekiston Respublikasining "Korxonalar to'g'risida"gi qonunida, korxonalarning iste'molchilar talabi, foyda yoki daromad olish nuqtai nazaridan o'z faoliyatini mustaqil ravishda tanlashi va ishlab chiqarishni rivojlantirish istiqbollarini belgilab olishi ko'rsatilgan.

Rejalashtirish tartibga soluvchi jarayon sifatida korxona faoliyatini yaqin va uzoq istiqbol sari ilgari surish, asoslab berish, muayyanlashtirish va izohlab berishni ifodalaydi. Oxirgi holatda gap korxona faoliyatini bashorat qilish haqida borishi mumkin. Bashorat qilishni rejalashtirishning boshlanishi va uzoq muddatli istiqbolga mo'ljallangan davomi sifatida ko'rib chiqish mumkin. Rejalashtirish va prognozlashtirish o'zaro aloqada bo'lgan ikkita jarayon bo'lib, xo'jalik faoliyatini avvaldan bajarilgan hisob-kitoblar, eng kam tavakkalchilik va eng yuqori natijalarga erishish asosida yuritishni ko'zda tutadi.

Reja va rejalashtirish orasidagi farqni anglash muhim ahamiyat kasb o'tadi. Rejalashtirish indikativ reja yoki prognoz kabi rejalarni ishlab chiqish jarayoni bo'lsa, reja korxonaning ma'lum bir vaqt mobaynida amalga oshiruvchi texnik-iqtisodiy ko'rsatkichlarini o'zida aks o'ttiruvchi hujjatni ifodalaydi. Boshqacha qilib aytganda, reja — bu, korxonaning maqsadli funksiyalari va ularni amalga oshirish yo'llarini belgilab beruvchi rejalashtirishning moddiylashgan shaklidir.

Rejalashtirish odamlar, birinchi o'rinda mutaxassislar tomonidan amalga oshirilishi sababli istalgan reja yoki prognozning hayotga tatbiq o'tilishi ko'p jihatdan iqtisodchilarning malakasiga, ular rejalashtirishning uslubiy asoslarini yaxshi bilishiga, shuningdek, ishlab chiqarish rejalarining bozor talablarini hamda korxonaning mo'ljallangan daromadga o'rishishini hisobga olishiga ham bog'liq. Rejani ishlab chiqish qanchalik asoslab berilgan bo'lsa, uning haqiqiyliги va iqtisodiyotdagi ahvol bilan bog'liqligi shunchalik yuqori bo'ladi.

Korxonalar faoliyati va iqtisodiyotda rejalashtirishdan tashqari bashorat qilish ham katta rol o'ynaydi. Bashorat qilish xo'jalik faoliyati yurituvchi sub'ektning

istiqbolda yuzaga kelishi mumkin bo'lgan holatlarni ilmiy asoslagan holda avvaldan ko'ra bilishini ifodalaydi. U yuzaga kelayotgan yoki kelajakda yuzaga kelishi mumkin bo'lgan iqtisodiy, ilmiy-texnik va ijtimoiy holatlarni baholash va tahlil qilish asosida yaratiladi hamda muqobil qarorlarni tanlashga imkon yaratadi.

Bashorat qilish rejalashtirish tavsifida o'z aksini topadi: ishlab chiqarish va korxona iqtisodiy hayotining boshqa jihatlarini strategik rejalashtirish - o'rta va uzoq muddatli bashoratlar asosida hamda joriy rejalashtirish - qisqa muddatli bashoratlar asosida ishlab chiqiladi. Bu yo'nalishlarning ikkalasi ham o'zaro uzviy aloqada bo'lib, ishlab chiqarish strategiyasini fan-texnika taraqqiyoti va hayotning real voqeligi bilan bog'laydi.

Bashoratning maqsadi - bozorga ta'sir qiluvchi omillarni, shu bilan birga, xo'jalikning umumiy ahvoli, tuzilmaviy siljishlar, investision faollik, fan-texnika taraqqiyotining iste'molchi va ishlab chiqaruvchilarga ta'sir ko'rsatishi, an'anaviy mahsulotlardan tashqari korxonaning barqarorligi va raqobatbardoshligiga olib keluvchi «pioner» (yangi) mahsulot ishlab chiqarish istiqbolida yuzaga kelishi mumkin bo'lgan holatlarini belgilashdadir. Korxonalar uchun talabni prognozlashtirish muhim ahamiyatga ega bo'lib, u ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar turi va miqdorining o'zgarishini avvaldan aniqlab beradi. Umuman olganda, prognoz rejalashtirishning ilmiy asosidir.

2. Korxonada rejalashtirishning mohiyati, maqsadi va qoidalari

Rejalashtirish uslubiyati bu – iqtisodiyotni boshqarishning turli bo'g'inlarida, jumladan, korxonalarni boshqarishda rejalarni ishlab chiqish usullari majmuasidir. Avvalgi rejali iqtisodiyot sharoitlarida u avvalo reja organlarining, ham sobiq ittifoq miqyosida, ham alohida respublikalar miqyosida amal qilgan iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanishning asosiy yo'nalishlarini ishlab chiqish bo'yicha uslubiy ko'rsatmalarga tayanar o'di. Iqtisodiyotning muhim soha va tarmoqlarini joriy va istiqbolli rejalashtirish ushbu ko'rsatmalar asosida amalga oshiriladi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitlarida korxonalar o'z faoliyatini rejalashtirishni mustaqil ravishda amalga oshiradi. Biroq bu rejalashtirishning tekshirib ko'rilgan va foydali usullaridan voz kechishni anglatmaydi. Bugungi sharoitlarda ham korxonalar faoliyatini rejalashtirish-texnik-iqtisodiy hisob-kitoblar, progressiv norma va normativlar, iqtisodiy tahlil, muqobil variantlarni tanlashga asoslanadi.

Rejalashtirishning eng ko'p tarqalgan usullari qatoriga quyidagilarni: balans, normativ, iqtisodiy-matematik, statistik, omillar bo'yicha, ko'p variantli hisob-kitob usuli kabilarni kiritish mumkin. Rejalarning asoslanganlik darajasini oshiruvchi va ularni tezda amalga oshirilishiga xizmat qiluvchi, shuningdek, tavakkalchilik va vujudga kelishi mumkin bo'lgan talofatlarni kamaytiruvchi usul eng samarali usul hisoblanadi.

Hozirgi paytda balans usulining ahamiyati oshib bormoqda. Ushbu usulning mohiyati, o'zaro aloqada bo'lgan ko'rsatkichlarni solishtirish bilan ifodalanadi. Balans usuli asosida korxonaning ishlab chiqarish vositalari, ishchi kuchi, ishlab chiqarish quvvatiga bo'lgan talablari va ularning manbalari aniqlanadi. Bundan kelib chiqqan holda moddiy balans, ishlab chiqarish quvvatlari balansi, ishchi kuchi balansi, ish vaqti balansi, qiymat balansini ajratib ko'rsatish mumkin. Balanslar, qoidaga ko'ra, o'htiyojlar va ularga mos keluvchi resurslarning mavjudligi yoki manbalarini o'z ichiga oluvchi, o'zaro moslashuvchi jadval shaklida tuziladi.

Balans usuli normativ usuli bilan birgalikda qo'llanadi. Normativ usulida resurslarni sarflashning yo'l qo'yish mumkin bo'lgan o'ng yuqori va o'ng quyi chegaralari aniqlanadi. Bunda ishlab chiqarishni rejalashtirish va tashkil o'tishda norma va normativ kabi tushunchalardan foydalaniladi.

Norma (me'yor) – bu, belgilangan sifatdagi mahsulot birligi (ish, xizmat) tayyorlash uchun sarflanuvchi xom ashyo, material, yoqilg'i, o'nergija va boshqa resurslardan foydalanishning yo'l qo'yilishi mumkin bo'lgan maksimal yoki minimal chegarasidir. Agar resurslardan foydalanish normalarini kamaytirish mahsulot sifatining pasayishiga yoki belgilangan standartlar talablarining buzilishiga olib keladigan bo'lsa, u holda bu normalarni kamaytirish mumkin emas.

Normativ – bu, nisbiy kattalik bo'lib, asosan foizlar yoki koeffitsientlar yordamida aks o'ttiriladi. U mehnat vositalari va predmetlaridan foydalanish darajasini, ularning har bir maydon birligi, og'irlik birligi, hajm birligiga sarflanishini tavsiflab beradi. Norma va normativlar progressiv tavsifga ega bo'lishi, ya'ni ularni ishlab chiqishda zamonaviy fan, texnika va texnologiya rivojlanishining darajasi, mehnat va ishlab chiqarishni tashkil o'tish, ishlab chiqarish quvvatlaridan to'liq foydalanish hamda ilg'or korxonalarning tajribalarini hisobga olish zarur. SHuningdek, ular doimiy ravishda qayta ko'rib chiqilishi, o'skirgan norma va normativlar yangi, xo'jalik hayoti va davr talablariga javob beruvchi norma va normativlar bilan almashtirilishi lozim.

Rejalashtirishning asosiy vazifalari quyidagilar:

- ✓ maqsadni belgilash;
- ✓ korxona faoliyatining turli xil yo'nalishlari, ayniqsa, xalq xo'jaligi va aholi uchun zarur bo'lgan mahsulot ishlab chiqarishning iqtisodiy jihatdan maqsadga muvofiqligini asoslab berish;
- ✓ zaruriy moddiy-texnika asossini shakllantirish;
- ✓ moliyalashtirish manbalarini aniqlash;
- ✓ yakuniy natijalarning ijobiy bo'lishiga o'rishish.

Amaliyotda bu vazifalarni korxona direktori yoki iqtisodiy-rejalash xizmatining o'zi bajaraydi yoki bajarishi lozim emas. Bunda butun jamoa, ayniqsa, agar bu korxona aksiyadorlik jamiyati shaklida faoliyat ko'rsatayotgan bo'lsa, ishtirok o'tishi zarur. Afsuski, korxona xodimlari ko'pincha "rahbarga ko'proq narsa ko'rinadi" tamoyili asosida ishlaydilar va yaxshiroq natijalarga o'rishish uchun tashabbuskorlik ko'rsatmaydilar. Tajribalar esa korxona muammolarini hal qilish barcha xodimlar, jumladan, ishchilarga ham bo'lgan holdagina bu korxonalar gullab-yashnashi mumkinligini ko'rsatadi.

Bugungi kunda bozor iqtisodiyoti korxonaning ishlab chiqarish faoliyatini rejalashtirish va rasional boshqarish tizimi hamda maksimal ravishda qulay sharoitlarni yaratmoqda. Bunday sharoitlarda rejalashtirish bozor iqtisodiyoti va bozor munosabatlarining barcha imkoniyatlaridan foydalanishga xizmat qilishi lozim. Korxona faoliyatini umuman emas, balki har bir muayyan holdagi vazifalarni hal qilishga yo'naltirgan holda rejalashtirish zarur. Buning uchun rejalashtirishning ilmiylik, komplekslilik, uzluksizlik, optimallik, moslashuvchanlik kabi tamoyillariga tayanish zarur.

Yetakchi bo'g'inni ajratib ko'rsatish korxonaning barcha bo'linmalarini birgalikda kompleks ravishda rivojlantirishni ko'zda tutadi. Chunki busiz rejalashtirish bir tomonlama bo'lib qolishi hamda ishlab chiqarishni tashkil o'tishda "tor joylar" va disproporsiyaning vujudga kelishiga olib kelishi mumkin. SHu sababli korxona faoliyatining iqtisodiy-ishlab chiqarish rejasi ko'rsatkichlari va bo'limlarining o'zaro aloqada bo'lishini hamda kompleks rejalashtirishni ta'minlash muhim ahamiyat kasb o'tadi. Bu o'rda ham rejalashtirishning balans usuli katta ahamiyatga ega.

Rejalashtirishning yana bir muhim tamoyili ilmiylik bo'lib, u avvalo tayyorlanayotgan rejalar va ishlab chiqarishni rivojlantirish dasturlariga, shuningdek, fan-texnika taraqqiyoti talablari, raqobatchilik va bozor talablarini hisobga olishga asoslanadi. Rejalashtirishning ilmiyligi, jonli mehnat va mahsulotga aylangan mehnat xarajatlarining o'ng kam miqdorida iloji boricha yuqori natijalarga o'rishishga, shuningdek, korxona xodimlari manfaatdorligini oshirishga ko'maklashadi.

Komplekslilik tamoyili ishlab chiqarishni, birinchidan, zamon va makonda, ikkinchidan, ishlab chiqarishni boshqarishning gorizontal va vertikalida, uchinchidan, ishlab chiqarishning resurs asoslarini ta'minlashda, to'rtinchidan, ishlab chiqarishdagi "tor joylarni" hisobga olish va ularni yo'qotish chora-tadbiralrida, beshinchidan, xodimlarning o'z mehnatlari natijasidan moddiy va ma'naviy qoniqishida, oltinchidan, korxonaning mo'ljallanayotgan daromad yoki foyda olishini amalga oshirishni ko'zda tutadi.

Proporsionallik nafaqat ishlab chiqarishni rejalashtirishda, balki ishlab chiqarishni boshqarishda ham muhim ahamiyat kasb o'tadi. Zarur proporsiyalarga amal qilish ishlab chiqarish vositalari va ishchi kuchining sexlar va ish joylari bo'yicha hamda ishlab chiqarish bosqichlarida to'g'ri taqsimlanishiga va ulardan to'g'ri foydalanishiga ko'maklashadi. Proporsiyalarga amal qilmaslik esa, aksincha, ishlab chiqarishning ba'zi uchastkalarda kuchayib, boshqalarida pasayishiga, ya'ni disproporsiyalarning vujudga kelishiga hamda korxonalarning noritmik tarzda faoliyat yuritishiga sabab bo'ladi. Zaruriy proporsionallikni ta'minlashda ishlab chiqarishni tashkil o'tishni texnik-iqtisodiy normalashtirish katta rol o'ynaydi.

Rejalashtirishning uzluksizligi ishlab chiqarishni va umuman, korxona faoliyatini tashkil o'tishning muhim tamoyili hisoblanadi. Bu tamoyil amalda joriy rejalarning istiqboldagi rejalar bilan, istiqboldagi rejalarning esa bashoratlar (prognoz) bilan bog'liq bo'lishida o'z aksini topadi. Boshqacha qilib aytganda, rejalashtirish qisqa muddatli tavsifga ega bo'lgan indikativ reja tabiatiga mos kelmovchi, yanvardan martgacha yoki martdan dekabrgacha, ya'ni "...dan" "...gacha" tamoyili asosida amalga oshirilmaligi lozim. Rejalashtirishning "...dan" "...gacha" tamoyilini inkor qilganda biz avvalo vaqt bo'yicha rejalashtirish uzilishining oldini olishni ko'zda tutamiz. Masalan, o'sha indikativ reja o'z davomiga ega bo'lishi, ya'ni korxona o'z faolitini yanvar-mart oylariga rejalashtirganda keyingi davrlarda yuzaga kelishi mumkin bo'lgan vazifalarni ham, albatta, bozor kon'yunkturasi, iste'molchilar manfaati va ishlab chiqarish holatlarining o'zgarishini ko'zda tutishi lozim. Bu vazifa asosan yil davomida amalga oshiriluvchi rejalarni aniqlashtirish va muayyanlashtirish yo'li bilan bajariladi.

Optimallik ham rejalashtirish tamoyillari qatoriga kiradi. Rejalar barcha ishlab chiqarish resurslaridan chiqitlar va yo'ldosh mahsulotlardan keng foydalanishni inobatga olgan holda iloji boricha rasional va unumli foydalanishni ta'minlashi hamda yuqori natijalarga o'rishish uchun o'ng samarali yo'llarni tanlashi kerak.

Rejalashtirishning optimalligiga iqtisodiy-matematik usullar va o'lektron hisoblash mashinalarini qo'llash, rejalarning bir nechta variantlarini ishlab chiqish yordamida o'rishiladi. Ko'p variantlilik o'ng tejamkor reja varianti yoki korxona faoliyati dasturini tanlashga imkon yaratadi.

Moslashuvchanlik rejalashtirishning bozor sharoitlaridagi muhim tamoyili hisoblanadi. U ishlab chiqarish rejalariga o'z vaqtida o'zgartirishlar kiritish, iste'molchilar va xaridorlar talablarini hisobga olish, ishlab chiqarishning yuzaga kelishi mumkin bo'lgan pasayishi va inqirozlarning oldini olishga yordam beradi.

Biroq hech qanday tamoyil, jumladan, yuqorida sanab o'tilgan tamoyillar ham, o'zidan-o'zi, ya'ni shu tamoyillar uchungina kerak emas. Agar amaliyotda

qo'llanmasa bu tamoyillar faqat qog'ozda qolib ketishi yoki oddiy chaqiriq bo'lib qolishi mumkin. Shu sababli korxona rahbarining rejalashtirish jarayonini, aniqrog'i, rejaning bajarilishi hamda rejalashtirishning belgilangan va boshqa tamoyillari qanday aks o'ttirilganligini nazorat qilishi muhim ahamiyat kasb o'tadi. Nazorat kerakli natijalarga o'rishish, yuzaga kelishi mumkin bo'lgan disproportionalarni aniqlash va ularning oldini olish, shuningdek, zaxiralarni aniqlash va ulardan foydalanish yo'llarini belgilashga imkon berdi.

3. Korxonalarda rejalashtirish turlari

Xo'jalik yuritishning bozor tizimiga xos bo'lgan iqtisodiy munosabatlar rivojlanishning noaniqligi, korxona iqtisodiyoti rivojlanishining mos keluvchi yo'nalishlarini ishlab chiqish zaruriyatini belgilab beradi. Bu vazifa amalda rejalashtirish va bashorat qilish yordamida amalga oshiriladi.

Bashorat – bu, korxona, ob'ekt yoki hodisaning kelajakdagi ahvoli va ularni amalga oshirish variantlari va muddati to'g'risidagi ilmiy jihatdan asoslangan mulohazadir. Bashoratlarni ishlab chiqish jarayoni bashorat qilish, ya'ni kelajakni hozirgi paytdan kelib chiqqan holda oldindan ko'ra bilish deb ataladi.

Korxona hamda butun iqtisodiyot miqyosida bashorat qilishning ob'ektlari sifatida iqtisodiy, ijtimoiy, fan-texnika va boshqa jarayon va hodisalarni ko'rsatish mumkin. Korxonalar faoliyatida iqtisodiy bashoratlar alohida va etakchi o'rin egallaydi. Ularning asosiy vazifalari qatoriga quyidagilarni kiritish mumkin: rivojlanish maqsadlarini belgilash, optimal yo'nalishlar va ularga o'rishish vositalarini izlab topish, resurslarni va qo'yilgan vazifalarni bajarish muddatlarini belgilash, korxona rivojlanishiga ta'sir ko'rsatishi mumkin bo'lgan cheklashlarni aniqlash.

Rejalashtirish – qaror qabul qilishning uzluksiz bir jarayoni bo'lib, bu jarayon davomida korxona faoliyati va rivojlanishining maqsad va vazifalari atrofda ro'y berayotgan o'zgarishlarni inobatga olgan holda vaqt bo'yicha aniqlanadi va belgilanadi hamda ularni amalga oshirish uchun resurslar aniqlanadi. Mazmuniga ko'ra, rejalashtirish texnik-iqtisodiy va tezkor-ishlab chiqarish turlariga bo'linadi.

Texnik-iqtisodiy rejalashtirish korxona faoliyatining barcha (iqtisodiy, texnik, ijtimoiy va hokazo) jihatlarini qamrab oluvchi rejalashtirish turi bo'lib, asosan bir yilga mo'ljallangan iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanish rejasi shaklida amalga oshiriladi. Mazkur rejalashtirish turining soddalashtirilgan ko'rinishi ko'pincha korxona faoliyatining yillik rejasi deb ataladi.

Tezkor-ishlab chiqarish rejalashtirish texnik-iqtisodiy rejalashtirishning davomi bo'lib, korxona faoliyati yillik rejasini yanada qisqaroq muddatga - sutka,

o'n kunlik, oyga bo'lib muayyanlashtirish bilan tavsiflanadi. Tezkor-ishlab chiqarish rejalashtirish-kalendar rejalashtirish va dispetcherlashdan iborat bo'ladi.

Kalendar rejalashtirishda korxona yillik rejasida va birinchi o'rinda ishlab chiqarish dasturi(mahsulot tayyorlash rejasi)ni o'n kunlik, hafta, kun va smena bo'yicha aniqlashtirish hamda bu ko'rsatkichlarni bajaruvchilarga o'tkazish ko'zda tutilgan.

Dispetcherlashtirish oylik, o'n kunlik, kunlik sutka-smenalik rejalarni bajarishni tezkor boshqarishda ifodalanadi.

Shuni qayd qilish kerakki, yuqorida ko'rsatib o'tilgan rejalashtirish turlari asosan mashinasozlik, samolyosozlik, avtomobilsozlik kabi sohalarning yirik va ba'zi hollarda o'rta korxonalari uchun xosdir. Garchi, biznes-reja hozirgi kunda "omnaviy" bo'lib yirik va o'rta korxonalarda qo'llansada, asosan ishlab chiqarish hajmi katta bo'lmagan hamda xodimlar soni 100 kishigacha bo'lgan kichik korxona va mikrofirmalar biznes-rejalar asosida faoliyat yuritadi.

Yana bir muhim narsani aytib o'tish lozim. Hozirgi paytda iqtisodiyotga oid bo'lgan adabiyotlarda rejalashtirishga nisbatan strategik, uzoq muddatli, qisqa muddatli va joriy rejalashtirish kabi tushunchalar qo'llanmoqda. Ularning har biri o'z shakli, ko'rsatkichlarni ishlab chiqish va hisoblash usullariga ega.

Strategik rejalashtirish xo'jalik yuritishning bozor tizimidagina vujudga kelib, 10-15 yillik davrni o'z ichiga oladi. U korxona rahbariyatining mas'uliyatli vazifasi hisoblanadi hamda rivojlanishning ustivor yo'nalishlarini topish va bozorda yuzaga kelishi mumkin bo'lgan talabni inobatga olgan holda resurs bilan ta'minlashga qaratilgan.

Strategik rejalashtirish asosida yaqin 3-5 yilga mo'ljallangan uzoq muddatli rejalashtirish amalga oshiriladi. U korxona faoliyatining ishlab chiqarish, sotish, xarajatlar, moliya kabi turlarini o'z ichiga oladi hamda o'z mazmuni va maqsadli funksiyalariga ko'ra, strategik rejalashtirishdan farq qilmaydi.

qisqa muddatli rejalashtirishda korxona faoliyati va rivojlanishi 1-3 yilga mo'ljallab rejalashtiriladi. Uning o'ziga xosligi shundaki, birinchi yil ko'rsatkichlari har chorakda, ikkinchi va uchinchi yil ko'rsatkichlari esa har yarim yil yoki bir yilda aniqlashtiriladi va to'g'rilashlar kiritilib boriladi. Buning maqsadi sifatida esa, reja ko'rsatkichlarining iqtisodiy muhit, bozor va fan-texnika taraqqiyotida yuz berayotgan o'zgarishlarni to'laroq aks o'ttirishga intilishni ko'rsatish mumkin.

Bozor munosabatlarida raqobatchilikni kuchaytirish hamda xo'jalik yuritish va hayotiy jarayonlar dinamikasi hisobiga joriy rejalashtirish amalga oshirilib, unga choraklarga bo'lingan yillik rejalar asos qilib olinadi. Ushbu rejalar qoidaga ko'ra, o'zgaruvchan bo'lib, joriy yilning birinchi uch oyi uchun qat'iy, hayotiy ko'rsatkichlar belgilanib, keyingi to'qqiz oy davomida ularga to'g'rilashlar

(korrektirovka) kiritiladi. Ular qisqa muddatli rejalariga qaraganda, ayniqsa, ishlab chiqarish harakati va moddiy-tovar boyliklari zaxirasi, bahoni shakllantirish qismida yanada aniqroq hisoblanadi. Umuman olganda, korxonaning turli bo'lim va xizmatlari vazifalari bunday rejalarda o'zaro bog'lanadi.

Rejalashtirishning istalgan turi korxona faoliyatining biron-bir jihatini aks o'ttiruvchi, umumiy va xususiy, sifat va miqdor ko'rsatkichlariga asoslanadi.

Umumiy va umumlashtiruvchi ko'rsatkichlar korxonada ishlab chiqarish rivojlanishining yo'nalishi va darajasini aks o'ttiradi. Bunday ko'rsatkichlar qatoriga ishlab chiqarilayotgan mahsulot hajmi, mehnat, tannarx va jamg'armalar bo'yicha ko'rsatkichlarni kiritish mumkin.

Xususiy ko'rsatkichlar umumlashtiruvchi ko'rsatkichlar asosini tashkil qiluvchi alohida o'lementlarni, masalan, material, yoqilg'i, o'nergiya va shu kabilarning mahsulot tannarxidagi salmog'ini tavsiflaydi. SHuningdek, bu ko'rsatkichlar asosiy ko'rsatkichlar darajasiga ta'sir o'tkazuvchi alohida omillarni ham tavsiflab beradi. Masalan, yordam ko'rsatuvchi ishchilar salmog'ining mehnat, ishlab chiqarishi darajasiga ta'siri; asbob-uskunalar ish bilan ta'minlash koeffitsientining ishlab chiqarilayotgan mahsulot hajmi va korxona ishlab chiqarish dasturining bajarilishiga ta'siri; xom ashyo va materiallardan foydalanish koeffitsientining mahsulot tannarxi pasayishiga ta'siri va hokazolar.

Umumlashtiruvchi hamda xususiy ko'rsatkichlar ikkita kategoriyaga - miqdor (absolyut) va sifat (nisbiy) kategoriyalariga bo'linishi mumkin.

Miqdor ko'rsatkichlari korxonaning ishlab chiqarish va xo'jalik yuritish faoliyatini hajm o'lchamida izohlaydi. Bunday ko'rsatkichlar qatoriga ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar miqdori, ishlayotgan xodimlar soni va mehnatga haq to'lash fondi, mashina va asbob-uskunalar parki, ishlab chiqarish dasturini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan materiallar miqdori, sex hamda ish joylari soni va hokazolarni kiritish mumkin.

Sifat ko'rsatkichlari korxonaning ishlab chiqarish faoliyatidagi o'zgarishlarni nisbiy kattaliklar: mehnat mahsuldorligining o'sishi, mahsulot tannarxining bazis davrga (yoki reja hisobotiga) nisbatan foizlarda kamayishi, mahsulotning to'liq tannarxiga nisbatan foizlarda daromad hajmi, korxona rentabellik darajasining o'sishi va shu kabilar yordamida tavsiflaydi.

Sifat ko'rsatkichlari aksari hollarda pul qiymatida ifodalanishi sababli, korxonalarning xo'jalik faoliyatini rejalashtirish va tahlil qilish amaliyotida asosiy va aylanma fondlar, asbob-uskunalar, sarflanayotgan yoqilg'i, o'nergiya va boshqa materiallar kabi qiymat ko'rsatkichlaridan foydalaniladi. qiymat ko'rsatkichlari korxona faoliyatida qo'llaniluvchi turli xildagi vositalarni statika va dinamikada taqqoslash imkonini beradi. Bundan tashqari, soliqlar va turli xil to'lovlar hamda korxona daromadi foizlardan tashqari pul ko'rinishida ham o'lchanadi.

Korxona faoliyatini rejalashtirish korxona va uning bo'linmalari faoliyatini tahlil qilishdan boshlanishini aytib o'tish muhim. Mazkur tahlil davomida rejaning sifat, miqdor va qiymat ko'rsatkichlari bo'yicha bajarilishiga baho beriladi hamda talofat va yo'qotishlar aniqlanib, korxona faoliyatini yaxshilash bo'yicha chora-tadbirlar ishlab chiqiladi. Aynan shu chora-tadbirlar va yangi maqsadlardan kelib chiqqan holda joriy rejalashtirish amalga oshiriladi hamda yangi reja davriga korxona faoliyati rejalari ishlab chiqiladi.

4. Sanoat korxonasining biznes-reja

Tadbirkorlik — korxonalar xo'jalik yuritish faoliyatining uzluksiz qismi bo'lib, foyda (daromad) olish va uni ko'paytirishga qaratilgan bo'ladi. Korxonalar hayotida u, boqibeg'amlikka berilish, turg'unlik va isrofgarchilikni inkor qilishni anglatadi. Korxona rahbari yoki mutaxassis tadbirkorlik va tashabbuskorlik «ruhiga» ega bo'lmasa, demak, u bo'sh yoki yomon xodim, xizmatda belgilangan soatlarni o'tkazib o'tiruvchi shaxs hisoblanadi. Aksincha, tadbirkorlik va tashabbuskorlik «ruhiga» ega bo'lgan mutaxassis yoki mansabdor shaxslar ishlab chiqarish samaradorligini oshirish va rivojlantirish, mehnat sifatini ko'tarish va korxonaning oladigan daromadlarini ko'paytirish yo'llarini izlab topadilar.

Tadbirkorlikni ko'pincha muayyan shaxsga «bog'lab qo'yadilar» hamda bu shaxsni tadbirkor yoki biznesmen deb ataydilar. Bundan tashqari bir guruh shaxslardan tashkil topuvchi jamoa tadbirkorligi ham mavjud. Bu holatni jamoa biznesi yoki jamoa tadbirkorligi deb atash mumkin.

Agar yakka shaxs individual tarzda yoki kichik bir jamoa vositachilik, oldi-sotdi, maslahat va boshqa xizmatlar bilan shug'ullansa, u holda biznes-reja talab qilinmaydi. Boshqa hollarda **biznes-reja** yangi korxona tashkil qilish yoki biron-bir tijorat loyihasini amalga oshirish uchun mo'ljallanayotgan asoslangan xatti-harakatlarni o'z ichiga oluvchi hujjat hisoblanadi. Uning asosiy vazifasi, korxonaga o'z imkoniyatlarini baholash, bozordagi istiqbolni, zaruriy xarajatlarni aniqlash, korxona faoliyatining birinchi yillarida «suv ostidagi toshlar»ni aniqlash hamda mazkur faoliyat turining foydali yoki zararli ekanligini baholash ko'rsatkichlari yordamida hisoblashga yordam berishda deb belgilanadi.

Biznes - reja doimiy hujjat bo'lib, muntazam ravishda yangilab boriladi, unga ham korxonaning ichida, ham umuman iqtisodiyotdagi sharoitlarga qarab ro'y bergan o'zgarishlar kiritiladi.

Odatda har bir korxona biznes-reja tuzadi, lekin bunday hujjatlarni tayyorlash imkoniyatlari har xil bo'lishi mumkin: biznes — rejani ishlab chiqish uchun kichik firmalar konsalting tashkilotlarining mutaxassislari jalb etishlari mumkin.

Biznes - reja korxonaning muayyan bozordagi faoliyatining aniq yo'nalishini o'rganish maqsadida o'tkaziladigan tadqiqotlar va tashkiliy ishning natijasi bo'lgani munosabati bilan u quyidagilarga asoslanadi:

- ma'lum, tovarni ishlab chiqarish (xizmatlar ko'rsatish) ning aniq loyihasi;
- yangi turdagi buyumlar yaratish yoki yangi xil xizmatlar ko'rsatishga;
- korxonaning zaif va kuchli tomonlarini aniqlab, boshqa korxonalardan o'ziga xos xususiyatlarini va farqlarini aniqlab olish maqsadida har tomonlama o'tkaziladigan ishlab chiqarish - xo'jalik va tijorat tahliliga;
- aniq vazifalarni amalga oshirish uchun qo'llaniladigan moliyaviy, texnik - iqtisodiy va tashkiliy mexanizmlarga.

Biznes - reja korxonaning rivojlanish strategiyasini belgilab beradigan asosiy hujjatlardan biridir. Shu bilan birga u firma taraqqiyotining umumiy kontseptsiyasiga asoslanadi, strategiyaning iqtisodiy va moliyaviy jihatlarini bir muncha batafsil bayon etadi, aniq-tayin chora-tadbirlarni texnik-iqtisodiy jihatdan asoslab beradi. Strategiyaning amalga oshirish - texnik, tashkiliy va iqtisodiy o'zgarishlarning ma'lum vaqtgacha o'zaro maxkam bog'langan butun bir tizimi sifatida tuzilgan keng investitsiya dasturlariga asoslanadi.

Biznes-reja investitsion dasturning odatda bir necha yil ichida amalga oshirilishi kerak bo'lgan bir qismini o'z ichiga oladi.

Korxonaning strategik faoliyatida quyidagi tartib ko'zga tashlanadi.

- 1— bosqichi. Rivojlanish kontseptsiyasini ishlab chiqish
- 2— bosqichi. Rivojlanishni investitsion dasturi
- 3— bosqichi. O'rtacha muddatli davrga biznes — rejani tuzish
- 4- bosqichi. Biznes - rejani amalga oshirishga doir chora - tadbirlar

Biznes - rejaning asosiy markazi moliyaviy resurslarni jamlashdir. Kompaniya sarmoyasini ko'paytirib borishning muhim vositasi ayni shu biznes - rejadir. Biznes - reja bo'lg'usi sheriklar bilan muzokaralar olib borilayotganda biznes -taklif uchun asos bo'lib xizmat qiladi, u korxonaning asosiy xodimlarini ishga taklif etishda katta rol o'ynaydi.

Biznes - reja korxonaning ichki hujjati bo'libgina qolmay, balki undan investorlarni jalb qilishda ham foydalanish mumkin. Investorlar tavakkal qilib sarmoya berishdan avval loyixaning sinchiklab ishlab chiqilganiga ishonch hosil qilishlari va uning samarali ekanligidan xabardor bo'lishlari kerak. Ular sarmoya berish imkoniyatlarini ko'rib chiqish oldidan biznes - rejani o'rganib chiqishlari lozim. Bunga ko'ra biznes - rejaning hajmi 50 betdan ortmaydigan bo'lishiga harakat qilish kerak.

Biznes-rejani tayyorlash natijasida *«Ishni nimadan boshlash kerak?»*; *«Samarali ishlab chiqarishni qanday tashkil qilish lozim?»* *«Birinci foyda yoki*

daromad qachon olinadi?», «Investorlar va kreditorlar bilan qachon hisob-kitob qilish mumkin?», «Yuzaga kelishi mumkin bo'lgan xavf-xatarni qanday kamaytirish mumkin?», «Raqobatchilar bilan ko'rashda qanday choralardan foydalanish mumkin?» kabi savollarga javob olinadi.

Biznes-rejani tuzishda quyidagi shartlarga alohida e'tibor qaratish zarur:

- biznes-reja professional va shu bilan bir paytda sodda, bajarish uchun tushunarli va oson bo'lishi lozim;
- biznes-reja investor yoki boshqa manfaatdor shaxs o'ziga kerakli ma'lumotlarni qidirib topishi uchun bo'limlarga (boblarga) bo'linishi lozim;
- biznes-rejani tayyorlashda korxonaning bosh rahbari albatta qatnashishi shart, chunki investor, bank yoki boshqa moliya idorasi korxona rahbari qatnashmaganligi yoki boshqa shaxsga topshirilganligi haqida xabar topsa, biznes-rejaning ishonchililigiga shubha uyg'onishi mumkin;
- biznes-rejaning obyektiv baholanishiga erishish kerak, ya'ni unda xatolar va noto'g'ri hisob-kitoblar bo'lmasligi lozim;
- biznes-rejaning tarqatib yuborilmasligini nazorat qilish zarur, chunki unda biznes to'g'risidagi maxfiy ma'lumotlar joy olgan bo'ladi.

5. Korxona biznes-rejasining mohiyati, tuzilishi va vazifalari

Rejalarning har bir turi kabi, biznes-reja ham, bo'lim va ko'rsatkichlardan iborat bo'ladi. O'ntagacha bo'limni o'z ichiga oluvchi biznes-reja mazmuni va tuzilishiga ko'ra, eng maqbul hisoblanadi. Mavjud adabiyotlarda quyidagi bo'limlarni o'z ichiga oluvchi biznes-rejalar taklif qilinadi:

1. Tanlangan biznes kontseptsiyasi.
2. Hozirgi paytdagi holat (maqsad, vazifa va niyatlar).
3. Tashkil qilinayotgan korxona va uning mahsulot hamda xizmatlari tavsifnomasi.
4. Boshqaruv (menejment).
5. Bozor tadqiqoti va tahlili.
6. Marketing harakatlari rejasi.
7. Ishlab chiqarish rejasi.
8. Tavakkalchilikni baholash.
9. Moliyaviy reja.
10. Biznes-loyihaning samaradorligi.

Tanlangan biznes yo'nalishining kontseptsiyasini tuzishda uning raqobatbardoshligi (sifat, narx, iste'molchiga etkazib berish shakli, tayyorlash texnologiyasi va hokazo); mablag'larga bo'lgan ehtiyojlar; o'ziga jalb qilishning asoslanganligi (taklif qilinayotgan mahsulotning boshqa mahsulotlardan afzalliklari, mahsulot

ishlab chiqarishning qaysi bosqichda ekanligi va hokazo)ga katta e'tibor qaratish lozim.

Kontseptsiyada tanlangan tovar bozoridagi ahvoli; korxonaning tanlangan biznes sohasidagi kuchli va kuchsiz tomonlari; boshqa bozorga chiqish imkoniyatlari; bozorga ta'sir o'tkazuvchi qonunchilik, siyosat, demografik holat kabi omillar aks ettiriladi. Bundan tashqari kontseptsiya bahoning o'zgarishi, inflyatsiyaning o'sishi, kapital olib chiqish yoki mahsulot olib kirishni cheklovchi qonun hujjatlarini qabul qilinishi kabi sharoitlarda, mahsulotni sotishni ko'paytirish uchun zarur bo'lgan chora-tadbirlarni ham o'z ichiga oladi. Ushbu bo'lim tanlangan biznes yo'nalishi maqsadlari va niyatlarining shakllanishi bilan yakunlanadi.

Korxona, uning mahsulot va xizmatlari tavsifnomasi bo'limida korxonaning joylashgan manzili, bozorga chiqish shakli, bozordagi ulushi, asosiy raqobatchilari va ularning kuchli tomonlari, texnologiya darajasi va xarajatlar tahlili aks ettiriladi. Masalan:

Korxona tashkil topgan va kengaytirilgan vaqt (korxonaning qachon, kaerda va kim tomonidan ro'yxatga olingani, qaerda joylashgani.

Mulkchilik shakli, xodimlarning malakasi, tashqi muhit bilan munosabatlar «**Boshqaruv**» bo'limida ko'rsatiladi:

- Korxonaning tashkiliy — huquqiy shakli;
- Korxona sarmoyasining strukturasi (chiqarishga ruxsat etilgan aksiyalarining soni, chiqarilgan va muomilada yurgan aksiyalarning soni, ularning dominal qiymati va birja baxosi);
- Korxonaning hisob raqami ochilgan asosiy bank;
- Korxona rahbariyati - raisi, bosh direktori;
- Korxonaning buxgalteri;
- Korxonaning yuristi;
- Asosiy menejerlari, ularning malakasi, ma'lumoti, ish staji.

«**Bozor tadqiqoti va tahlili**» bo'limida tanlangan bozor asoslab beriladi, xaridorlarni korxona mahsulotlariga jalb etuvchi raqobatchilik usullari hamda bozorda bahoni shakllantirish va hokazolar ko'rib chiqiladi.

Marketing rejasining asosiy vazifasi korxonaning bozordagi imkoniyatlariga baho berishdadir. Marketing rejasining asosiy elementlari sifatida tovarlarni tarqatish tizimi, bahoni shakllantirish, reklama, savdoni rag'batlantirish usullari, sotilgandan keyingi xizmat ko'rsatishni tashkil qilish, korxona (firma) va uning mahsulotlari haqida jamoatchilik fikrini shakllantirish kabilarni ko'rsatib o'tish mumkin:

- mazkur korxona qanday mahsuloti bilan nom chiqargan;
- bu korxona o'ziga o'xshagan boshqa korxonalardan nimasi bilan farq hiladi;

- korxona tovarni kimlar sotib oladi yoki uning xizmatidan kimlar foydalanadi;
- korxonaning tovar belgisi qacarlarda ma'lum;
- doimiy mijozlari kimlar;
- Korxona tovari yoki xizmatlarining harakati qanaqa.

«**Ishlab chiqarish rejasi**» potentsial xaridorlarga kerakli mahsulotlar hajmini o'z vaqtida ishlab chiqarish imkoniyatining mavjudligini ko'rsatadi. Mazkur bo'limda quyidagilar o'z aksini topadi: Yangi tashkil qilingan yoki faoliyat yuritayotgan korxonada tovar ishlab chiqarish joyi; buning uchun zarur bo'lgan ishlab chiqarish quvvatlari va ularning o'sish istiqbollari; xom ashyo va material etkazib beruvchilar; ishlab chiqarish kooperatsiyasi; ishlab chiqarish oqimlari tizimini tuzish; sifatni nazorat qilish jarayoni; foydalaniladigan standartlar; vujudga kelishi mumkin bo'lgan ishlab chiqarish xarajatlari.

«**Tavakkalchilik va sug'urtalashni baholash**» bo'limi ikki qismga bo'linadi. Birinchi qismda tavakkalchilikning barcha turlari (yong'in, zilzila, soliqni boshqarishdagi o'zgarishlar va valyuta kursining tebranishi) oldindan hisoblab chiqiladi. Ikkinchi qismda esa tavakkalchilik xavfining oldini olish, ya'ni tavakkalchilik va zararlarni qisqartirish chora-tadbirlari ko'rsatiladi, shuningdek, tavakkalchilik xavfidan sug'urtalash dasturi amalga oshiriladi.

Moliyaviy reja biznes-rejaning yakunlovchi bo'limi bo'lib, korxona faoliyatining natijalarini tavsiflaydi. U quyidagi bo'limlarni o'z ichiga oladi:

- savdo hajmining bashorati;
- pul daromadlari va xarajatlari balansi;
- foyda va zarar bo'yicha reja.
- Mazkur rejaning ko'rsatkichlari sifatida quyidagilarni ko'rsatish mumkin:
- tovarlarni sotishdan tushgan daromad;
- ishlab chiqarish xarajatlari;
- savdodan tushgan umumiy foyda;
- sof foyda;
- korxona aktiv va passivining solishtirma balansi;
- zararsizlikka erishish grafigi.

Shuningdek, mazkur bo'limda ishlab chiqarishni tashkil qilish yoki kegaytirish uchun mablag' jalb qilish rejalari ham ifodalanadi. Bo'limda korxonaning moliyaviy barqarorligi yoki nochorligini aniqlash imkonini beruvchi maxsus ko'rsatkichlar hisob-kitobi ham keltiriladi.

Biznes - rejaning tahliliy qismi uning eng ijodiy bo'limlaridan biridir. Korxona bir necha yildan beri ishlab kelayotgan bo'lsa, tahlilda sotilgan mahsulot

hajmi va foyda miqdori so'ngi moliya yillari davomida qay tariqa o'zgarayotganini ko'rsatish kerak.

6. Ishlab chiqarish dasturi, uning tarkibi va ishlab chiqish tartibi

Mahsulotni ishlab chiqarish rejasi biznes-rejaning muhim bo'limi bo'lib, odatda ishlab chiqarish faoliyati bilan shug'ullanuvchi korxona tomonidan ishlab chiqiladi. Ushbu bo'limda korxonaning ishlab chiqarish strategiyasi aks ettirilib, ishlab chiqarish jarayoni texnologik va tashkiliy nuqtai nazardan batafsil bayon qilinadi. Ishlab chiqarish rejasining asosiy vazifasi korxonaning belgilangan muddatda kerakli mahsulotni kerakli miqdorda ishlab chiqarish imkoniyatlarini asoslab berishdan iborat.

Ishlab chiqarish rejasi bo'limi quyidagi tuzilmaga ega bo'lishi mumkin:

- ishlab chiqarish texnologiyasi;
- ishlab chiqarish kooperatsiyasi;
- ishlab chiqarish jarayoni nazorati;
- atrof muhit muhofazasi tizimi;
- ishlab chiqarish dasturi;
- ishlab chiqarish rejasining ishlab chiqarish quvvatlari bilan asoslanishi;
- ishlab chiqarish rejasining resurslar bilan ta'minlanganligi.
- xarajatlar bashorati

Noishlab chiqarish firmalari uchun uzoq muddatli aktivlar va aylanma mablag'larga bo'lgan talab va harajatlar bashorati «Moliyaviy reja» bo'limida aniqlanadi.

Ishlab chiqarish dasturi bozorni o'rganish, korxona quvvatlarini baholash va sotuv hajmini bashorat qilishdan so'ng ishlab chiqiladi. Gap shundaki, loyihalarning aksari qismi uchun korxona ish boshlagan dastlabki yildayoq muvaffaqiyatga erishishi real vazifa emas. Ishlab chiqarish faoliyati boshlangan zahoti belgilangan quvvat bilan mahsulot ishlab chiqarish imkoniyatiga bo'lgan yengil va oziq-ovqat sanoati uchun ham birinchi yilda ishlab chiqarish hajmi korxona quvvatlari yo'l qo'yishi mumkin bo'lgandan kamroq miqdorda rejalashtiriladi. Biroq bu doimiy qoidaga aylanib qolmasligi kerak.

Biznes-rejada har bir turdagi mahsulotning natural birliklaridagi ishlab chiqarish hajmi va uning oxirgi uch yildagi o'zgarishlari to'g'risidagi hamda bu ko'rsatkichlarning kelgusi 3-5 yildagi qiymatlari keltiriladi. Ishlab chiqarish dasturining asosiy ko'rsatkichlari yalpi mahsulot, tayyor (tovar) mahsulot va tugallanmagan ishlab chiqarish (ishlov berish tugallanmagan mahsulot) hisoblanadi. Tayyor (tovar) mahsulot hajmi ishlab chiqarish dasturiga muvofiq, har bir mahsulot turi uchun belgilangan narxlar bo'yicha quyidagicha aniqlanadi:

$$Q_{TM} = \sum_i Q_a BB_a + \sum_i Q_b BB_b + \dots + \sum_i Q_n BB_n$$

bu yerda:

Q_{TM} - tayyor mahsulot hajmi, qiymati, so'm;

$a, \dots n$ — mahsulot (ish, xizmat) nomenklaturasi;

$Q_a, Q_b, \dots Q_n$ — mos keluvchi mahsulot turlari bo'yicha ishlab chiqarishning yillik hajmi, o'lchov birliklarida;

$BB_a, BB_b, \dots BB_n$ — mos keluvchi mahsulot birligining bozor bahosi (narxi), so'm/birl.

Sanoat mahsulotini natural ko'rinishida ishlab chiqarish rejaları aholining va korxonalarning ishlab chiqarish vositalariga va iste'mol predmetlariga bo'lgan ehtiyojini qondirish, texnik-iqtisodiy ko'rsatkichlari bo'yicha mamlakatimiz va chet el texnikasi erishgan yutuqlar darajasidagi va korxona profiliga mos keluvchi yangi mahsulot ulushining o'sishini ta'minlashi shart. Rejalar tarkibiy-miqdoriy va sifat ko'rsatkichlaridan iborat bo'ladi.

Mahsulot tarkibi (nomenklaturasi) deganda korxonada chiqariladigan mahsulotlarning xilma-xilligi tushiniladi. Mahsulot nomenklaturasi bilan uning assortimenti o'zviy bog'liq. Assortiment bir mahsulotning texnik-iqtisodiy tavsifnomasiga ko'ra turlicha ko'rinishidir. ulchamlari, unumdorligi, kuvvati, sifati va boshkalar.

Rejaning mahsulot ishlab chiqarish hajmi bo'yicha ham, nomenklatura va assortiment bo'yicha ham bajarilishi majburiydir, Bundan ko'zlangan maqsad rejaga kiritilgan barcha mahsulotlar bo'yicha iste'molchilar ehtiyojini kondirishdir.

Mahsulot ishlab chiqarish va sotish rejasi ham natural ham qiymat ko'rinishida tuziladi. Natural o'lchov birligini tanlash mahsulot xarakteridan va uni ishlab chiqarish hajmidan bog'liq. (tonna, metr, kvadrat, qilovatt-soat, dona va hokazo). Masalan: quymalar, payvandlangan konstruksiyalar tonnada, avtomatik chiziqlar esa komplektda o'lchanadi. Chiqariladigan buyumlarning salmog'iga ko'ra mahsulot chiqarish bir vaqtda ikkita o'lchov birligida rejalashtiriladi. Masalan: turbinalar, generatorlar va dizellar — donalab va kilovatt bilan baholanadi.

Mahsulotning natural o'lchamlari uning turli shakllarining hajmini baholash imkonini bermaydi, shuning uchun ham ular asosan bir xil mahsulot chiqaradigan tarmoqlarda qo'llaniladi. Turli xil mahsulot chiqaradigan korxonalarda shartli-natural o'lchamlar qo'llaniladi. (Masalan: temir yo'l vagonlari ikki ukli, traktorlar ot kuchida bo'ladi).

Natural va shartli natural o'lchamlar yuqori sifatli mahsulot chiqarilishini, uskunalardan samarali foydalanishini, material sig'imini kamaytirishini ragbatlantiradi. Ishlab chiqarish rejasining qiymat ko'rinishi sexlar, korxonalar va

butun sanoat tarmog'ining rivojlanishi va mutanosibligini baholash uchun zarur. Shu asosda ishlab chiqarish quvvatlarini ishga tushirish va ulardan foydalanish, moddiy-texnika ta'minoti, mehnat unumdorligi, tannarx va korxona daromadlari bo'yicha topshiriq tayyorlanadi.

Yillik reja - mahsulot tayyorlash va chiqarish, assortiment va sifat bo'yicha ishlab chiqarish xizmati ko'rsatish, asosiy vositalardan samarali foydalanish, davlat buyurtmalari va shartnomalarini bajarish bo'yicha nomenklatura - miqdor topshirigi mavjud bo'ladi. Korxonada mahsulot ishlab chiqarish hajmi tovar va sotilgan mahsulot, oliy (sifat) toifali mahsulot ulushi, eksort hajmi va chet el korxonalarining hamkorlik ko'lam bilan xarakterlanadi.

Korxonaning tovar mahsuloti - iste'molchilarga jo'natish uchun tayyorlangan mahsulot hajmi. U korxonaning asosiy va yordamchi sexlarida tayyorlangan buyumlar va yarimfabrikatlar, tashqaridan yoki korxonaning nosanoat xo'jaliklaridan bo'ladigan buyurtmalar asosida bajariladigan sanoat xarakteridagi ishlar qiymati, uskunalarining transport vositalarining kapital o'rta remonti va modernizatsiya qiymatidan iborat. Bundan tashkari tovar mahsulot tarkibiga korxonaning o'zida bajarilgan kapital ko'rilish qiymati ham kiradi.

Tayyorlangan, lekin texnik-iqtisodiy talablarga javob bermaydigan mahsulotlar va barcha noishlab chiqarish xizmatlari qiymati tovar mahsulotga qo'shilmaydi.

Tovar mahsulot hajmi harakatdagi baholarda aniqlanadi. Bu esa ishlab chiqarish rejasini ishlab chiqarish xarajatlari hajmi bilan, moliyaviy va boshqa ko'rsatkichlar bilan bog'lash imkonini beradi.

Bir matralik buyurtma bo'yicha ishlab chiqarilgan tovar mahsulot qiymati kelishilgan baholarda aniqlanadi. Tovar mahsulot asosiy sexlarga pul qiymati bo'yicha yoki boshqa o'lchov birliklarida (masalan, mehnat sarfi) rejalashtiriladi. Mahsulotni chiqarish to'la tayyorlaydigan sexlarda harakatdagi baholarni qo'llash maqsadga bo'ladi. Yarimfabrikatlarni tayyorlovchi sexlarda esa kelishilgan baholar samarali bo'ladi.

Sotilgan mahsulot hajmi - buyurtmachilarga etkazib beriladigan, joriy davrda tularan tayer buyumlar va o'zida ishlab chiqarilgan yarimfabrikatlar, shu jumladan yangidan o'zlashtiriladigan mahsulot, shuningdek sanoat xarakteridagi ishlar, korxona balansida bo'lgan nosanoat xo'jaliklar va kapital ko'rilişga sotilgan mahsulot qiymatidan iborat bo'ladi.

Tayyorlovchi korxona -to'laydigan buyurtmachi xom ashyosi evaziga ishlab chiqarilgan mahsulot ham, xom ashyo qiymati chegirilmasdan to'la qiymati bo'yicha sotilgan mahsulot qiymatiga qo'shiladi.

Agar tayyor buyumlar standartlarga, texnik shartlarga javob bersa, komplekt bo'lsa, korxonaning texnik nazorat bo'limi tomonidan yoki buyurtmachining vaqili

tomonidan qabul qilingan va sifatini tasdiqlovchi hujjatlar bilan ta'minlangan, tayyor mahsulot omboriga topshirilgan bo'lsa, bunday buyumlar tovar mahsulot hajmiga kiradi.

Korxonaniig bankdagi hisob-kitob raqamiga yoki maxsus suda rakamiga xaridorlardan pul tushgan kundan boshlab mahsulot sotilgan hisoblanadi. Korxonaning kapital ko'rilishiga berilgan mahsulotlar bank tomonidan kapital mablag' bilan moliyalashtirilgan, sanoat xarakteridagi ishlar qiymati esa realizatsiya (sotish) raqamida aks etgach mahsulot sotilgan hisoblanadi.

Nazorat va muhokama uchun savollar:

1. Korxona faoliyatining samaradorligini qanday sabab va omillar belgilaydi?
2. Reja, rejalashtirish kabi tushunchalar nimani anglatadi?
3. Bozor va reja o'zaro qanday kelishuvga keladi?
4. Bozor sharoitlarida rejalashtirish vazifalari va ahamiyati.
5. Rejalashtirishdan talab qilinuvchi asosiy talablarni sanab o'ting.
6. Rejalashtirishning qaysi tarkibiy e'lementalri sizga ma'lum?
7. Reja bilan bashoratning farqi nimada?
8. Loyiha bilan texnik-iqtisodiy asoslashning farqi nimada?
9. Biznes-reja nima va uning tuzilmasi qanday?
10. Biznes-rejani tayyorlashning maqsad va vazifalarini aytib o'ting.
11. Biznes-reja bo'lim va ko'rsatkichlariga qisqacha tavsif bering.

4.3-MAVZU. SANOAT KORXONALARINING INVESTITSION FAOLIYATI

1. Investisiya tushunchasi, manbai, turlari va tuzilishi
2. Investisiya siyosati va investisiyalarni boshqarish
3. Investision loyihalar samaradorligini baholash

1. Investitsiya tushunchasi, manbai, turlari va tuzilishi

Jahon tajribasining ko'rsatishicha, iqtisodiy islohotlarni amalga oshirish investitsiyalarni, xususan, iqtisodiyotning turli tarmoqlarida investision loyihalarni amaliyotga keng tadbiq etish bilan bevosita bog'liq. Ayniqsa, istiqbol yillarida mamlakatimizda samarali qonunchilik bazasi, xorijiy sarmoyadorlar uchun keng ko'lamli huquqiy kafolatlar va imtiyozlar majmuining yaratilganligi, xorij kapitali ishtirokidagi korxonalar faoliyatini rag'batlantirish bo'yicha yaxlit chora-tadbirlar tizimining ishlab chiqilgani bu borada alohida ahamiyat kasb etdi. Aytish joizki, investitsiya omili yordamida sanoatda jadal va mutanosib iqtisodiy o'sishni ta'minlash, shu orqali chuqur tarkibiy o'zgarishlarni amalga oshirish va

sanoat tarmoqlarida faol va aniq yo'naltirilgan investitsiya siyosatini yuritish eng muhim omil hisoblanadi. Ta'kidlash lozimki, O'zbekistonda amalga oshirilayotgan investitsiya siyosatining o'ziga xos xususiyati mahalliy xom ashyo resurslarini chuqur qayta ishlashni ta'minlaydigan, yuqori texnologiyalarga asoslangan yangi ishlab chiqarishlarni tashkil etishga qaratilgan investitsiya loyihalariga ustuvor ahamiyat berilayotganligidadir.

Investitsiya to'g'risida O'zbekiston Respublikasida qabul qilingan qonunda ko'rsatilishicha, **investitsiya** bu iqtisodiy samara (foyda, daromad) olish yoki ijobiy ijtimoiy natijaga erishish uchun sarflanadigan pul mablag'lari, banklarga qo'yilgan omonatlar, paylar, qimmatli qog'ozlar (aktsiya, obligatsiyalar), texnologiyalar, mashinalar asbob-uskunalar, litsenziyalar va samara beradigan boshqa har qanday boyliklardir. Bu iqtisodiy ta'rif investitsiyaning bozor iqtisodiyoti sharoitiga mos kelishini to'raligicha tasdiqlaydi. Jumladan, unda, birinchidan, investitsiyaning o'ziga va investitsiya faoliyatining ob'ektlariga keng ta'rif berilgan. Ikkinchidan, investitsiyaning bevosita iqtisodiy va ijtimoiy samara olishga muqarrar bog'liqligi ta'kidlab o'tilgan. Demak, investitsiyaga bozor munosabatlaridan kelib chiqib berilgan ta'rifning o'zidayoq investitsiya jarayonining hajmi, asosiy bosqichlari, ya'ni jamg'armalar (resurslar), qo'yilma mablag'lar (sarf-xarajatlar), samara (daromad, foyda) aniq va ravshan ko'rsatib o'tilgan. Xuddi shu kabi yondashuv investitsiya faoliyatining bozor munosabatlariga o'tishi uchun zamin yaratadi, bu esa, moliyaviy, moddiy va aqliy boyliklarni qayta taqsimlashning vertikal va gorizontal usullaridan bir xilda foydalanishni ta'minlab beradi.

«Investitsiya» atamasi lotin tilidagi «investire» so'zidan kelib chiqqan bo'lib «kiyintirmoq», inglizcha «investment» so'zidan «qo'yish», «mablag'ni safarbar etish», «kapital qo'yilmasi» ma'nosini beradi. Keng ma'noda investitsiya mablag'ni ko'paytirib va qaytarib olish maqsadida kapitalni safarbar etishni bildiradi. Ko'pgina hollarda «investitsiya» tushunchasi iqtisodiy va boshqa faoliyat ob'ektlariga kiritiladigan moddiy va nomoddiy ne'matlar hamda ularga doir huquqlar tarzida ta'riflanadi.

Investitsiya deyilganda barcha turdagi moddiy va intellektual boyliklar tushunilib, ular tadbirkorlik faoliyati ob'ektlariga yo'naltirilib daromad keltirishi yoki biror-bir ijobiy samaraga erishishi zarur. Investitsiya kiritishdan asosiy maqsad daromad olish va ijobiy ijtimoiy samaraga erishishdir.

Investitsiyalar mikrodarajada:

Ishlab-chiqarishni rivojlantirish va kengaytirish;

Asosiy fondlarni jismoniy va ma'naviy eskirishiga yo'l qo'ymaslik;

Ishlab chiqarishning texnik darajasini oshirish;

Korxona maqsulotini raqobatbardoshligini ta'minlash va uning sifatini oshirish;

Qimmatli qog'ozlar sotib olish va boshqa korxona aktivlariga o'z mablag'ini sarflash maqsadlariga erishish uchun zarurdir.

O'tish iqtisodiyotida investitsiya manbalarini mulkchilik shakllaridan qat'iy nazar quyidagi guruhlariga ajratish mumkin:

- investorlarni o'z moliyaviy resurslari (foyda, amortizatsiya ajratmalari, pul

jamg'armalari, fuqarolar, huquqiy shaxslarni jamg'armalari va boshqa manbalar);

- investorlarni qarzga olgan moliyaviy mablag'lari (zayom obligatsiyalari, bank kreditlari va byudjet ajratmalari);

- investorlarni jalb qilgan moliyaviy mablag'lari (aktsiyalar va boshqa qimmat baholi qog'ozlarni sotishdan tushgan mablag'lar, fuqaro va huquqiy shaxslarni paylari va turli xil badallar, hamda turli xil maqsaddagi nodavlat fondlar, mablag'lari); davlat byudjetining investitsiya ajratmalari.

11.1- jadval.

Investitsion resurslar tarkibi¹³

Guruhlar	Tip	Guruhlarda manbalarining tashkiliy tarkibi
Davlat mablag'lari	O'z mablag'lari	Davlat byudjeti. quyi byudjetlar (mahalliy). Byudjetdan tashqari fondlar (Pensiya fondi, bandlik fondi va boshqalar)
	Jalb qilingan mablag'lar	Davlat kredit tizimi Davlat sug'urta tizimi
	Qarz mablag'lari	Davlat qarzi (davlat tashqi va ichki qarzi, xalqaro kredit va boshqalar.)
Korxona mablag'lari	O'z mablag'lari	Korxonaning o'z investitsion mablag'lari
	Jalb qilingan mablag'lar	Badallar, aktsiyani sotish, qo'shimcha aktsiyalarni emissiya qilish
		Rezident investitsion kompaniyaning investitsion resurslari, shuningdek pay investitsion resurslari
		Rezident-sug'urta kompaniyalari investitsion resurslari
		Rezident-nodavlat pensiya fondi investitsion resurslari
	Qarz mablag'lari	Bank tijorat kreditlari, byudjet va maqsadli kreditlar
		Xorijiy investorlarning investitsion mablag'lari, tijorat banklari, xalqaro moliya kredit institutlari, korxona, institutsional investorlarning kreditlari

Umuman olganda investitsiyalar o'z oldiga quyidagi maqsadlarni qo'yadi:

¹³ Karlibaeva R.X. Investitsiyalarni tashkil etish va moliyalashtirish: O'quv qo'llanma. –T.: TDIU, 2009.

1. Bozorda mahsulotni uzoq davr mobaynida saqlab turish
2. Mahsulot sifatini yaxshilash va ishlab chiqarish hajmlarini kengaytirish
3. Yangi mahsulot ishlab chiqarishni joriy etish
4. Iqtisodiy va ijtimoiy muammolarni yechish

11.2-jadval

O'zbekistonga neftni qazib olish bo'yicha kiritilgan eng yirik xorijiy investitsiyalar

Kompaniya	Qazish ishlari olib borilayotgan joy	Mahsulot/Zahirasi	Shartnomaga oid ma'lumotlar
2008 yildan "Mahsulot Bo'lishish Kelishuvi"ga asosan Rossiyaning "LUKOIL" kompaniyasi LUKOIL	Markaziy Ustyurt va janubiy Hisor hududlarida (7ta kon)	2013 yilda kuniga 6000 ming barrel benzin qazib olindi, 44 mln barrel zahira mavjud	Qiymati 2 mlrd dollar bo'lgan shartnoma. 36 yilga imzolangan
	Buxorodagi Qandim-Xauzak konlari, Hisor hududi	1,4 mln barrel zahirasi mavjud	Qiymati 1 mlrd dollar bo'lgan shartnoma. 2004 yilda 35 yilga imzolangan bo'lib, Xauzakda 2007 yildan, Qandimda 2014 yildan neft qazish yo'lga qo'yildi
Uzbekneftgaz bilan birgalikda Xitoy Milliy Neft Kompaniyasi (CNPC)	Buxoro – Xiva hududlaridagi 20 ta kichik konlar	2015 yilga qadar kuniga 20 ming barrel 18,3mln barrel zahira	2005 yilda 25 yilga imzolangan. Qiymati 600 mln dollar bo'lgan shartnoma
Xitoy Milliy Neft Kompaniyasi (CNPC)	Namangan viloyatining Mingbuloq neft koni		2008 yilda 4 yilga imzolangan. Qiymati 212 mln dollar bo'lgan shartnoma

2016 yilning aprel oyida Buxoro viloyatida Qandim gazni qayta ishlash majmuasining qurilishi boshlandi va ikki yildan so'ng 2018 il 19 aprel kuni ochilish marosimi bo'lib o'tdi. Ushbu sanoat kompleksida yiliga 8,1 milliard kub metr gaz qayta ishlanadi. Bu orqali tozalangan tabiiy gaz, gaz kondensati, oltingugurt kabi mahsulotlar ishlab chiqariladi. Ikki mingdan ziyod kishi ish bilan ta'minlanadi. Umumiy qiymati 3 milliard dollardan ziyod bo'lgan mazkur yirik loyiha «O'zbekneftgaz» milliy xolding kompaniyasi bilan Rossiyaning «Lukoil» kompaniyasi hamkorligida ro'yobga chiqdi. 114 ta quduq kovlanib, gazni yig'ish va qayta ishlash tizimlari qurildi. Bu jarayonda murakkab texnik yechimlar, ilg'or texnologiyalar qo'llanildi. Yo'llar, terminallar, magistral gaz quvuri, elektr, suv

tarmoqlari va boshqa infratuzilma ob'ektlari barpo qilindi. Qorako'l tumanining olis cho'l hududida 1 ming 150 kishiga mo'ljallangan shaharcha bunyod etildi. U yerda ishchilarning yashashi va dam olishi uchun zarur sharoitlar yaratildi.

Investitsiyalar iqtisodiy va boshqa faoliyat ob'ektlariga kiritiladigan moddiy va nomoddiy ne'matlar hamda ularga doir huquqlar hisoblansa, investitsiyalashda qatnashadigan sub'ektlarning investitsiyalarni amalga oshirish bilan bog'liq harakatlari majmui investitsiya faoliyati deb yuritiladi. Investitsiya faoliyati tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishning bir ko'rinishidir, shuning uchun ham tadbirkorlikka xos bo'lgan belgilar, ya'ni mulkiy mustaqillik, tashabbuskorlik va tavakkalchilik unga ham xos bo'lgan xususiyatdir.

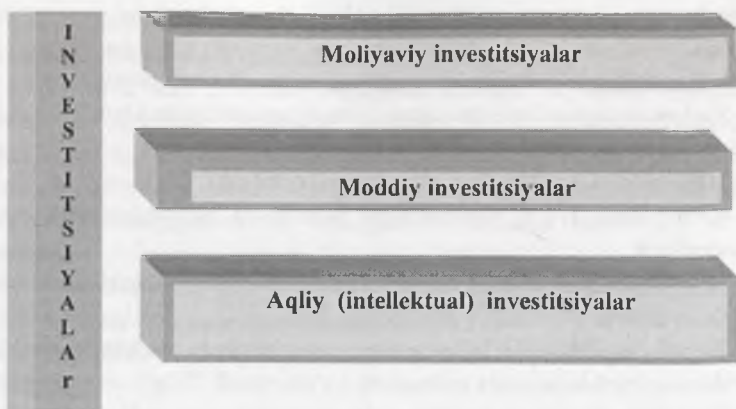
Bozor iqtisodiyoti sharoitida har bir investitsiya turining o'ziga xos o'mni bo'ladi.

Moliyaviy investitsiyalar tarkibiga mahalliy va xorijiy mamlakatlarning pul birliklari, banklardagi omonatlar, depozit sertifikatlar, aktsiyalar, obligatsiyalar, veksellar va boshqa qimmatli qog'ozlar hamda tenglashtirilgan boyliklar kiradi.

Moddiy investitsiyalar tarkibiga asosiy fondlar, ya'ni binolar, asbob-uskunalar, inshootlar, kommunikatsiyalar va boshqa turdagi asosiy ishlab chiqarish fondlarining aktiv va passiv qismlari kiradi.

Aqliy (intellektual) investitsiyalar turlari juda rang-barangdir, ya'ni ular mulkiy huquqlar shaklidagi investitsiyalar, aqliy mehnatga oid shakldagi investitsiyalar va tabiiy resurslardan foydalanish shaklidagi investitsiyalardan iborat. Mulkiy huquqlar guruhiga kiradigan investitsiyalarning turlari bozor munosabatlarining nechog'lik rivojlanganligiga, milliy bozorlarning o'ziga xos tomonlariga qarab har xil bo'ladi. Aqliy mehnatga oid haq-huquqlar shaklidagi investitsiyalar tarkibiga mualliflik huquqlari, "nou-xau", kashfiyotlar, tovar belgilariga beriladigan litsenziyalar va boshqa xil egalik huquqlari kiradi.

Xorijiy mamlakatlarning tajribasidan kelib chiqib, investitsiyaning shartli ravishda uchta turini ajratish mumkin. (11.1-chizma)



11.1-chizma. Investitsiya turlari

Tadbirkorlik faoliyati ob'ektlariga qo'yiladigan investitsiyalar turli shakllarda bo'lishi mumkin. Investitsiyalarni rejalashtirish, hisoblash va tahlil etish maqsadida investitsiyalar qo'yidagi sifatlar bo'yicha klassifikasiyalanadi:

I. Vositalarni qo'yish ob'ektlari bo'yicha:

- real investitsiyalar (moddiy va nomoddiy aktivlarga qo'yilmalar);
- moliyaviy investitsiyalar (moliyaviy vositalarga, ya'ni qimmatli qog'ozlarga qo'yilmalar).

Real investitsiyalar deb real aktivlarga (ya'ni material va nomaterial aktivlar) qo'yiladigan vositalar tushuniladi. Nomaterial aktivlarga qo'yiladigan vositalar ilmiy-texnik progress va innovasion investitsiyalar bilan xarakterlanadi. Nomaterial investitsiyalardan foydalanishda biron bir nomoddiy boylikni sotib olish, korxona ishchi-xizmatchilarining malakasini oshirish, ilmiy-tadqiqot va loyiha-konstruktorlik ishlarini olib borish ko'zda tutiladi. Material investitsiyalar ishlab chiqarish vositalarini va iste'mol predmetlarini sotib olishga asos bo'ladi. Real investitsiyalarga investision loyihalar va biznes-loyihalar kiradi. Biznes-loyiha deganda tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirishga tayyorlangan kerakli tadbirlar tizimi tushuniladi, ushbu tadbirlar amalga oshishi natijasida ma'lum iqtisodiy natijaga erishiladi. Biznes-loyiha tushunchasi investision loyiha tushunchasidan aniq aks etib turuvchi tadbirkorlik yoki moliyaviy jihatlari bilan farqlanadi. SHu bilan birgalikda ekologik yoki ijtimoiy loyihalarda iqtisodiy, moliyaviy maqsadlar ko'zlanmaydi.

Moliyaviy investitsiyalar deganda turli moliyaviy vositalarga, ya'ni qimmatli qog'ozlarni sotib olish, tijorat banklariga kapital qo'yish va boshqa kompaniyalar kapitalida ulushga ega bo'lishga qaratilgan kapital qo'yilmalar tushuniladi. Ular

ko'pincha yo spekulativ xarakterga ega bo'ladi, yoki kapitalni uzoq muddatga quyishga qaratilgan bo'ladi. Fond birjalarida qimmatli qog'ozlar paketini sotib olish bilan bog'liq pul qo'yilmalari portfel investitsiyalar deb ataladi.

Real va moliyaviy investitsiyalarni ajratish investitsiyalar klassifikasiyasining asosiy mezonini hisoblanadi.

2. Investitsiyalashda qatnashish xarakteri bo'yicha:

- to'g'ridan to'g'ri investitsiyalar (investorlar investitsiyalashda bevosita qatnashadilar);

- bilvosita investitsiyalar (investitsiyalash moliyaviy vositachilar yordamida amalga oshiriladi).

To'g'ri investitsiyalar investorning investitsiyalash ob'ektini tanlashda va vositalarni qo'yishda bevosita qatnashishi ko'zda tutadi. To'g'ri investitsiyalashni investitsiyalash ob'ekti to'g'risida aniq axborotga ega yoki investitsiyalash mexanizmi bilan yaxshi tanish investorlar amalga oshiradilar.

Bilvosita investitsiyalar investision yoki moliyaviy vositachilar yordamida amalga oshiriladi. Ko'pincha hamma investorlar ham investitsiyalash ob'ektini tanlash va keyinchalik ularni boshqarish bo'yicha kerakli bilim va malakaga ega bo'lavermaydi, bunda ular investision yoki boshqa moliyaviy vositachilar yordamidan foydalaniladi va ular chiqargan qimmatli qog'ozlarni sotib oladilar.

3. Investitsiyalash muddati bo'yicha:

qisqa muddatli va uzoq muddatli investitsiyalar mavjud. Qisqa muddatli investitsiyalarga asosan 1 yilga qo'yiladigan kapitallar kiradi (qisqa muddatli depozitlar, qisqa muddatli jamg'arma sertifikatlar). Uzoq muddatli investitsiyalar asosan 1 yildan ko'p muddatga qo'yiladi.

Investision kompaniyalar amaliyotidan uzoq muddatli investitsiyalar quyidagicha tasniflanadi: a) 2 yilgacha; b) 2 yildan 3 yilgacha; v) 3 yildan 5 yilgacha; g) 5 yildan ortiq.

4. Investitsiyalash sub'ektlari bo'yicha:

- davlat investitsiyalari;
- korporativ investitsiyalar;
- xususiy investitsiyalar;
- xorijiy investitsiyalar

Davlat investitsiyalariga davlat boshqaruv organlari tomonidan byudjet hisobidan qilinadigan yoki davlat korxonalari tomonidan o'z hisobidan qilinadigan qo'yilmalar tushuniladi.

Korporativ investitsiyalarga mamlakat sub'ektlari bilan xorijiy davlat sub'ektlarining investitsiyalari kiradi.

Xususiy investitsiyalar mamlakat fuqarolari, nodavlat shakldagi korxonalar tomonidan amalga oshiriladi

Xorijiy investitsiyalar chet ellik jismoniy shaxslar, yuridik shaxslar va davlatlar tomonidan amalga oshiriladi.

5. Regional sifat bo'yicha mamlakat ichidagi va undan tashqaridagi investitsiyalar ajratiladi. Mamlakat ichidagi investitsiyalarga ushbu davlat territoriyasida joylashgan investitsiyalash ob'ektlariga qo'yiladigan vositalar tushuniladi. Mamlakat tashqarisidagi investitsiyalarga mamlakat tashqarisida joylashgan investitsiyalash ob'ektlariga quyiladigan kapital qo'yilmalar tushuniladi.

Intellectual investitsiyalar patentlarni, lisenziyalarni, nou-xaularni, personalni tayyorlash va qayta tayyorlashni sotib olish ko'zda tutadi.

6. Foydalanish yo'nalishlari bo'yicha investitsiyalar quyidagi turlarga bo'linadi:

- yangi korxonani tashkil etish bilan bog'liq investitsiyalar;
- jismoniy va ma'naviy eskirgan ishlab chiqarish uskunalarini almashtirish, ishlab chiqarishning asosiy vositalarini joriy va kapital ta'mirlash bilan bog'liq investitsiyalar;
- faoliyat yuritayotgan korxonalar ishlab chiqarish hajmini kengaytirishga, korxona ishlab chiqarish dasturi strukturasini o'zgartirishga qaratilgan investitsiyalar.

7. Investitsiyalash hajmi bo'yicha investitsiyalar nisbatan kichik, o'rta va yirik investitsiyalarga bo'linadi. Bunda sohalar bo'yicha investitsiyalar chegarasini aniqlashga individual yondashiladi.

8. Investitsiyalash maqsadlari va ular bilan bog'liq xavflar bo'yicha:

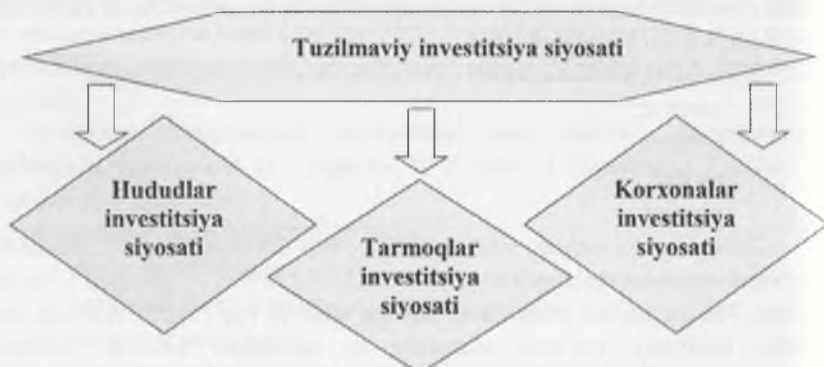
- venchur;
- bevosita;
- portfel;
- annuitet.

Bular bilan bir qatorda, investitsiyalar boshqa aktivlarni, xususan, nomoddiy, aylanma aktivlarni shakllantirishga yo'naltirilishini ham nazardan soqit qilmaslik kerak. Shu munosabat bilan ulami safarbar etish va bog'lash ob'ektlariga mol-mulk, moliyaviy vositalar, nomoddiy va intellektual boyliklar kiritiladi. Investitsiya kiritish maqsadlari va ular bilan bog'liq xavflardan kelib chiqqan holda investitsiyalar venchur (xavfli), bevosita, portfel va annuitet kabi turlarga tasniflanadi. Ma'lumki, katta xavflar bilan bog'liq bo'lgan, yangi faoliyat sohalarida yangi aksiyalar chiqarish venchur kapital shakli hisoblanadi. Bevosita investitsiyalar esa iqtisodiy sub'ektning ustav kapitaliga daromad topish va xo'jalik yurituvchi sub'ektni boshqarishda ishtirok etish huquqini olish maqsadlarida kiritiladigan investitsiyalardir. Ular resurslarni yangi loyihalarga jalb qilish, zamonaviy texnikalarni kiritish, moliyaviy vositalarni xarid etish, ya'ni

aksiyalarni sotib olish, qo'shilish, qo'shib olish, mavjud kapitalni xarid etish va boshqa yo'llar orqali amalga oshiriladi. Portfel investitsiyalar moliyaviy resurslarni diversifikatsiya asosida portfelni shakllantirish bilan bog'liq va investorning aniq bir investitsiya maqsadlariga yoki uyg'unlashgan maqsadlariga erishish uchun xizmat qiladigan turli boyliklarning bir butun qilib yig'ilgan majmuidan iborat. Annuitet investorga muntazam ravishda belgilangan muddatlarda muayyan daromad keltiruvchi investitsiyalardir. Shunday qilib, investitsiyalar kiritish sohalari va ularning aniq jarayonlar va ob'ektlarga bog'lanishiga qarab aniq maqsadlarga ega bo'ladi hamda ularga aniq va noaniq xavflar xos. Investitsiyalash sub'ektlari nuqtai nazaridan investitsiyalarni xususiy, korporativ va davlat investitsiyalariga ajratish mumkin.

2. Investisiya siyosati va investitsiyalarni boshqarish

Davlatimiz mustaqillikka erishgan yillardan boshlab, bozor iqtisodiyotiga o'tishning o'ziga xos iqtisodiy rivojlanish yo'lidan bormoqda. Bu yo'lda investitsiya siyosatining ahamiyati juda katta. Chunki investitsiyalar iqtisodiyotda tarkibiy o'zgarishlar, texnik va texnologik yangilanishlar, korxonalarni qayta ta'mirlash ishlarini amalga oshirishni rag'batlantiradi, mamlakat eksport salohiyatini oshirishga imkon yaratadi. SHu jihatdan O'zbekiston Davlati o'z tuzilmaviy investitsiya siyosatini olib bormoqda.



11.2-chizma. O'zbekiston Respublikasining tuzilmaviy investitsiya siyosati

Tuzilmaviy investitsiya siyosati hududlar, tarmoqlar va korxona investitsiya siyosatlaridan tarkib topib, ular o'zaro bog'liqdir. Hududlar investitsiya siyosati investitsiyani sarflashda aholi, hudud va investor manfaatlarini hisobga olgan holda samarali ishlatishga imkon beruvchi hududda olib boriladigan chora-tadbirlar majmui. Tarmoq investitsiya siyosati esa bu mamlakat iqtisodiyotining rivojlanishini ta'minlovchi tarmoqlar, sanoat mahsulotlarini eksport qilish, import

o'mini bosuvchi ishlab chiqarishni rivojlantirish, ilmiy-texnika taraqqiyotini investitsiya yo'li bilan qo'llab-quvvatlash hisoblanadi. Davlat tuzilmaviy investitsiya siyosatida yangi tarmoqlarni tashkil etish va rivojlantirish, aholining iste'mol tovarlari, ish joylarga bo'lgan talabini qisqa vaqt ichida yuqori darajada ta'minlashga erishish yo'lida quyidagi vazifalarga amal qilmoqda:

- eskirgan ishlab chiqarishlarni sekin-asta muomaladan chiqarib tashlash;
- mahalliy ishlab chiqaruvchilarni qo'llab-quvvatlash;
- to'lov qobiliyatiga ega bo'lgan va talabga mos holda ishlab chiqarish tuzilmalarini yaratish;
- ishlab chiqarish resurslaridan va ilmiy-texnika salohiyatidan imkon qadar yuqori darajada foydalanishni ta'minlash;
- mamlakatning ekologik va iqtisodiy xavfsizligini ta'minlash va uni kuchaytirish;
- samarali, raqobatga asoslangan ishlab chiqarishlar, bozor infratuzilmasi, xizmat ko'rsatish sohasi va intellektual faoliyatlar rivojlanishini uyg'unlashtirish;
- iqtisodiyotning ustuvor tarmoqlarini rivojlantirish va yangi tarmoqlarni barpo etish;
- aholining ish bilan bandligini va hamda iqtisodiy faolligini oshirish;
- hududlar ijtimoiy infratuzilmasini to'liq shakllantirish.

Tuzilmaviy investitsiya siyosatini olib borishda muhim strategiyalar ishlab chiqarilgan bo'lib, ularning mohiyati kichik iqtisodiy sub'ektlar rivojlanishini qo'llab-quvvatlashdan iborat.

O'zbekistonda amalga oshirilayotgan investitsiya siyosatining asosiy yo'nalishlari orasida quyidagilarni alohida ta'kidlab ko'rsatish mumkin:

- investitsiya jalb qilish uchun xalqaro me'yorlar va konvensiyalarga mos keladigan, sanoati rivojlangan mamlakatlar investorlari tomonidan tan olinadigan huquqiy shart-sharoitlarni yaratishga intilish;
- respublikaga jahon darajasidagi texnologiyalarni etkazib beradigan va iqtisodiyotning zamonaviy tuzilishini vujudga keltirishga yordam beradigan investorlar uchun ochiq eshiklar siyosatini izchillik bilan amalga oshirish;
- ishlab chiqarish bilan bog'liq investitsiyalarni kiritishga ko'maklashish;
- mamlakatning kredit qobiliyatini qo'llab-quvvatlash;
- mamlakatning ayrim mintaqalarida ijtimoiy va ekologiya muammolarini hal qilishga qaratilgan investitsiyalarni kiritishga yordam berish.

Korxona investitsiya siyosati investitsiyalarni kiritish bo'yicha qaror qabul qilish bilan bog'liq bo'lib, qanday maqsadlarda va qaysi vazifani echish borasidagi savollarga yechim izlashni o'z ichiga qamrab oladi. Korxona investitsiya faoliyatini boshqarish investitsiyalardan foydalanish yo'nalishlarini belgilash va manbalarini izlash bilan bog'liq.

Korxonalarda investitsiyalardan (kapital qo'yilmalardan) foydalanishning asosiy yo'nalishlari quyidagilar hisoblanadi:

- yangi qurilish;
- korxonani kengaytirish va qayta tiklash;
- ishlab chiqarishni zamonaviylashtirish va texnik jihatdan qayta qurollantirish;

- harakatdagi quvvatlarni takomillashtirish.

Yangi qurilishga yangi maydonlarda maxsus ishlab chiqilgan loyihalar asosida quriluvchi korxona, bino, inshoot va qurilmalar mansubdir.

Faoliyat yuritayotgan korxonani kengaytirish qo'shimcha ishlab chiqarish majmualarining navbatdagi qismlarini yangi loyiha asosida qurish yoki asosiy, qo'shimcha, yordamchi va xizmat ko'rsatuvchi ishlab chiqarishning amaldagi sexlarini kengaytirish yoki qurishni anglatadi. U asosan, faoliyat yuritayotgan korxona hududida yoki unga tutash maydonlarda amalga oshiriladi.

Qayta tiklash – faoliyat yuritayotgan korxonani ma'naviy va jismoniy eskirgan qurilma va asbob-uskunalarni ishlab chiqarishni mexanizasiyalashtirish va avtomatlashtirish, texnologik bo'g'inlar va yordamchi xizmatdagi nomutanositibliklarni yo'qotish yo'li bilan almashtirish yordamida to'liq yoki qisman o'zgartirishni anglatadi. qayta tiklashda eski sexlar o'rniga yangi sexlarni qurishga ruxsat beriladi.

Texnik qayta qurollantirish alohida ishlab chiqarish turlarini zamonaviy talablarga asosan yangi texnika va texnologiyalarni kiritish, ishlab chiqarish jarayonlarini mexanizasiyalashtirish va avtomatlashtirish, eskirgan qurilma va uskunlarni yangilash va almashtirish, ishlab chiqarish tuzilmasi va tashkil etilishini yaxshilash yo'li bilan, korxonaning texnik darajasini oshirish bo'yicha chora-tadbirlar majmuasidir. U ishlab chiqarish intensivligini kuchaytirish, ishlab chiqarish quvvatlarini oshirish va ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar sifatini yaxshilashga yo'naltirilgan.

Moliyaviy resurslar va yer tanqisligi sharoitlarida, ikkinchi tomondan esa, mavjud ishlab chiqarish quvvatlaridan unumliroq foydalanish uchun yangi qurilishni nisbatan cheklangan holatda, asosan juda zarur hollardagina amalga oshiriladi. SHu sababli bugungi kunda investitsiyalarning eng ko'p tarqalgan yo'nalishlari sifatida, umuman olganda yangi turdagi mahsulot ishlab chiqarishni ham ko'zda tutuvchi mavjud ishlab chiqarishni kengaytirish, qayta tiklash va texnik jihatdan qayta qurollantirishni ko'rsatish mumkin.

Yangi qurilish hamda mavjud ishlab chiqarishni kengaytirish va qayta tiklashga yo'naltiriluvchi kapital qo'yilmalar asosan quyidagi elementlardan iborat bo'ladi:

- * qurilish-montaj ishlari xarajatlari;

- * mashina va uskunarlar sotib olishga sarflanuvchi xarajatlar;
- * loyiha-qidiruv va boshqa ilmiy ishlanmalarga sarflanuvchi xarajatlar.

Korxonada investitsiyalash jarayoni ichki va tashqi manbalar hisobiga amalga oshirilishi mumkin.

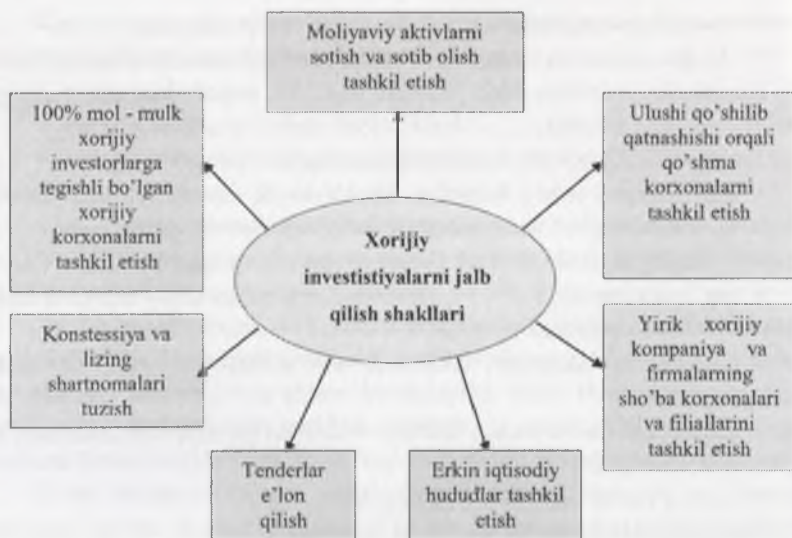
Investitsiyalarning ichki manabalari quyidagilar:

- ishlab turgan asosiy kapitalga hisoblanuvchi amortizatsiya ajratmalari natijasida shakllanuvchi, korxonaning o'z moliyaviy vositalari;
- foydaning investitsiya ehtiyojlariga ajratiluvchi qismi;
- sug'urta kompaniyalari va muassasalari tomonidan tabiiy ofat va boshqa hodisalarda to'lanuvchi mablag'lar;
- korxonaning aksiyalar chiqarishi va sotishi natijasida olinuvchi mablag'lar;
- yuqori turuvchi va boshqa idoralar tomonidan qaytarib bermaslik asosida ajratiluvchi mablag'lar;
- xayriya va shu kabi boshqa mablag'lar.

Investitsiyalarning tashqi manabalari quyidagilar:

- markaziy va mahalliy byudjetdan, tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlovchi turli xil fondlar tomonidan ajratiluvchi qaytarib bermaslik asosidagi mablag'lar;
- korxonalar Nizom jamg'armasida moliyaviy yoki boshqa moddiy va nomoddiy ishtirok shaklida, shuningdek, xalqaro moliya institutlari va alohida shaxslarning to'g'ridan-to'g'ri qo'yilmalari shaklida kiritiluvchi xorijiy investitsiyalar;
- davlat va turli xil fondlar tomonidan qaytarib berish sharti bilan beriluvchi kreditlar, jumladan imtiyozli kreditlar.

Hozirda markazlashgan investitsiyalar hissasi kamayib, uning o'rniga to'g'ridan to'g'ri xorijiy investitsiyalarni jalb qilish dolzarbligi oshib bormoqda. Mamlakatimizda siyosiy barqarorlik, investitsiya muhitini juda qulayligi xorijiy investorlar uzoq muddatli investitsiya loyihalarini tuzishda asos bo'lmoqda. Bundan tashqari, jalb etilgan chet el investitsiyalar va kreditlar uchun kafolatlar taqdim etish, soliq va bojxona tariflari bo'yicha imtiyozlar, zayom va foiz stavkalarini subsidiyalash kabi shart-sharoitlar yaratilmoqda, o'nlab qonuniy hujjatlar amal qilmoqda. Xorijiy investitsiyalarni jalb qilish shakllari quyidagi chizmada keltirilgan. (11.3-chizma)



11.3-chizma. Xorijiy investitsiyalarni jalb qilish shakllari

Chizmada aks ettirilgan xorijiy investitsiyalarni jalb qilish shakllarini quyida alohida ko'rib chiqish maqsadga muvofiqdir.

Qo'shma korxonalar tashkil etish orqali xorijiy investitsiyalarni jalb qilish keng tarqalgan shakllaridan biri hamkorlikda qo'shma korxonalarni tashkil etishdir. O'zbekiston Respublikasida qo'shma korxona deganda, nizom kapitalining kamida 30 % xorijiy investorlarga tegishli bo'lgan va xorijiy investor faqat yuridik shaxs bo'lgan, nizom kapitalining eng kam miqdori 150 ming AQSh dollariga teng bo'lgan ekvivalent summani tashkil etgan korxonalarga aytiladi. Xorijiy investitsiya ishtirokidagi korxona nizom jamg'armasining 150 ming AQSh dollaridan kam bo'lmasligi sifatsiz mahsulotlarining oldi-sotdisi va ularni respublikaga import qilish ishlari bilan shug'ullanishga ixtisoslashgan kichik qo'shma korxonalarning keragidan ortiqcha kirib kelishining oldini olish maqsadida belgilangan.

Xorijiy korxonalarni tashkil etish orqali chet el investitsiyalarini jalb qilish bugungi kunda kengayib bormoqda. O'zbekistonda xorijiy investitsiya ishtirokidagi korxonalar iqtisodiyotning turli sohalarida tashkil etilishi mumkin. Yirik xorijiy kompaniya va korxonalar o'z mol-mulkleri bir qismini ajratib, sho'ba korxonalar ochishi mumkin. Bunday sho'ba korxonalarga ham qo'shma korxonalarga qo'yilgan talablar belgilangan.

Ikki yoki uchdan ortiq davlat yoki korxonalar o'z kapitallarini jamlagan holda halqaro tashkilotlar tashkil etishi mumkin.

Konsessiya shartnomalari - bu tabiiy boyliklarni, ayrim foydali qazilmalarni qazib olish va o'zlashtirish uchun tuzilgan shartnomalardir.

Lizing shartnomasi esa chet el investitsiyalari ishtirokida asbob - uskunalarni, texnika - texnologiyalarni uzoq muddatga ijaraga olish.

Tenderlar esa tanlov asosida investorlarning investitsiya loyihalarini moliyalashtirishga jalb etilishidir.

Erkin iqtisodiy hudud - bu ma'lum hududda chet el investitsiyalari erkin kirib kelishi va ularga nisbatan qator imtiyozlar belgilangan hududdir. O'zbekiston Respublikasining "Erkin iqtisodiyot hududlar to'g'risida"gi Qonunida erkin iqtisodiy hududga quyidagicha ta'rif berilgan: "Erkin iqtisodiy hududlar - mintaqani jadal ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish uchun mamlakat va chet el kapitalini, istiqbolli texnologiya va boshqaruv tajribasini jalb etish maqsadida tuziladigan, aniq belgilangan ma'muriy chegaralari va alohida huquqiy tartiboti bo'lgan maxsus ajratilgan hududdir". Moliyaviy aktivlar - bu qimmatli kog'ozlar bo'lib, u chet el kapitalini jalb etish, chet el kreditlarini olish va chet el kapitalini bank depozitlariga jalb etish uchun emissiya qilinadi.

O'zbekistonda investitsiya siyosati doirasida neft-gaz sanoatida ham tarmoqning investitsiya siyosati yuritiladi. Hozirgi kunda ushbu soha jadal rivojlanib bormoqda. Keyingi ikki yilda sohada amalga oshirilgan islohotlar natijasida gaz qazib chiqarish hajmi 10 foizga ortdi, aholiga tabiiy gaz 15 foiz va suyultirilgan gaz 1,6 barobar ko'p etkazib berildi.

Shu davrda neftni qayta ishlash zavodlarida qo'shimcha 204 ming tonna neft mahsulotlari ishlab chiqarilib, ichki bozorda benzin, dizel yoqilg'isiga bo'lgan talab qondirib kelinmoqda.

Sho'rtan va Ustyurt gaz-kimy o majmualarida 2019 yilda gazga nisbatan qo'shilgan qiymati 4 barobar ko'p bo'lgan qariyb 700 million dollarlik polietilen va polipropilen ishlab chiqariladi.

Neft-gaz sohasini yanada rivojlantirish maqsadida 2030 yilgacha geologiya-qidiruv ishlari olib borish, uglevodorodlarni qazib chiqarish va chuqur qayta ishlash bo'yicha umumiy qiymati 36,5 milliard dollarlik 30 ta investitsiya loyihasini amalga oshirish belgilangan.

"O'zbekneftgaz" AJ tomonidan 2 milliard 756 million dollarlik 24 ta investitsiya loyihasi amalga oshirilishi rejalashtirilgan. Bu mablag'lar Jizzax neftni qayta ishlash zavodini bunyod etish va zamonaviy texnologiyalar bilan ta'minlash, Qandim gazni qayta ishlash kompleksining 2-navbati va Qandim konlar guruhini jihozlash, SHo'rtan gaz-kimy o majmuasida sintetik suyuq yoqilg'i ishlab chiqarish, Surxondaryodagi "Mustaqillikning 25 yilligi" konida qidiruv ishlarini olib borish va texnik-iqtisodiy asoslarini ishlab chiqish kabi loyihalarga yo'naltiriladi. Yig'ilishda mamlakatimiz iqtisodiyotiga jalb etilayotgan

investitsiyalarning yarmidan ko'pi neft-gaz sohasi hissasiga to'g'ri kelishi, sarflangan har bir dollar iqtisodiy foyda keltirishi zarurligi ta'kidlandi.

Prezidentimiz Sh.M.Mirziyoevning "O'zbekneftgaz" aksiyadorlik jamiyati rahbariyati bilan yig'ilishida geologiya-qidiruv ishlari va qazib olish hajmini oshirish, konlarni modernizasiya qilish va yangilarini ochish, neft-gaz xomashyosini chuqur qayta ishlash, investitsiyalarni ko'paytirish bo'yicha topshiriqlar berildi. Jahon tajribasi asosida bu ishlarga investorlarni kengroq jalb etish, davlat va investorlar manfaatini himoya qilishni ta'minlaydigan yangi mexanizmlar ishlab chiqish vazifasi qo'yildi.

Uglevodorodlar zaxirasini ko'paytirish bo'yicha aniq choralar ko'rilmasa, yaqin 10-15 yilda mavjud zaxira 2 barobarga kamayadi. Shu sababli, 2017-2021 yillarda uglevodorod xomashyosini qazib olish dasturining ikkinchi bosqichini amalga oshirish va uni moliyalashtirish bo'yicha joriy yil yakuniga qadar takliflar kiritish topshirildi.

Magistral gaz quvurlari va gaz taqsimot tizimining asosiy qismi ta'mirlab holga kelgan. Kelajakda iste'molchilarni kafolatlangan tabiiy gaz bilan ta'minlash maqsadida magistral gaz transport tizimini modernizasiya qilish hamda gaz oqimini boshqarish (SCADA) tizimini joriy etish bo'yicha 1,6 milliard dollarlik loyiha amalga oshiriladi.

Bundan tashqari, gaz taqsimot tizimini modernizasiya qilish, gaz iste'molini hisobga olish va nazorat qilish tizimini joriy etish loyihalariga xorijiy investitsiya va kreditlarni jalb etish bo'yicha topshiriqlar berildi.

Bugungi kunda tabiiy gazning atigi 2 foizi chuqur qayta ishlanib, yuqori qo'shilgan qiymatli mahsulotlar olinayotgan bo'lsa, kelgusi 10 yilda bu ko'rsatkichni 7 barobar oshirish imkoniyati bor. SHuning uchun "O'zbekneftgaz" aksiyadorlik jamiyati neft va gaz kimyosi yo'nalishiga ustuvor ahamiyat qaratishi zarurligi ta'kidlandi.

Jumladan, aromatik uglevodorodlar (benzol, toluol, ksilol), metanoldan olefin olish texnologiyasi asosida yangi mahsulotlar – polistirol, polietilentereftalat va sintetik kauchuklar ishlab chiqarish, polietilen va polipropilen ishlab chiqarishni ko'paytirish imkoniyati mavjud. Ushbu loyihalarni amalga oshirishga 9 milliard dollar atrofida mablag' jalb qilinishi lozim.

Shuning uchun Evropa mamlakatlari, Yaponiya, AQSH, Birlashgan Arab Amirliklaridagi yirik kompaniyalarning to'g'ridan-to'g'ri investitsiyalarini jalb etish va loyihalarni amalga oshirish strategiyasi ishlab chiqiladi.

3. Investitsion loyihalar samaradorligini baholash

«Loyiha» deyilganda butun dunyoda, resurslar va vaqt birligi bilan cheklangan, nazariy ishlanmalar bilan asoslangan va «loyiha sikli» konsepsiyasi

ko'inishida ta'riflangan belgilangan jarayonni tayyorlash va maqsadli faoliyatni amalga oshirish tushuniladi. O'zbekiston Respublikasi 24.12.1998 yildagi №719-I sonli «Investitsiya faoliyati to'g'risidagi» Qonunining 2-moddasida quyidagicha ta'rif berilgan:

Investitsiya loyihasi (loyiha) - iqtisodiy, ijtimoiy va boshqa manfaat ko'rish maqsadida investitsiyalar kiritgan holda oldindan belgilangan muddat mobaynida amalga oshiriladigan o'zaro bog'liq tadbirlar va ishlar kompleksidir.¹⁴

Investitsiya loyihasi - o'zaro bog'liq tadbirlarni amalga oshirish uchun zarur bo'lgan tashkiliy-huquqiy va moliya-hisoblash hujjatlari tizimi.

Investitsiya loyihasi (investmen project) - bu loyiha g'oyasining izohi va reklamasi, investorlarga bo'lgan tijorat taklifi va uning samaradorligini baholash, loyihani amalga oshirish bo'yicha yo'riqnoma va investitsiya ob'ektining biznes rejasi. U loyiha maqsadiga erishish uchun uning qatnashchilari amalga oshiradigan tadbirlar majmuidir.

Hozirgi vaqtda «O'zbekneftgaz» MXK tizimida tabiiy gazni qayta ishlash yo'nalishida quyidagi korxonalar faoliyat yuritadi: Muborak GQZ, Sho'rtan gaz-kimyo majmuasi va «Sho'rtanneftgaz» USHK.

«Sho'rtanneftgaz» USHK propan-butan aralashmasini olishga mo'ljallangan beshta qurilmalarining suyuqlashtirilgan gaz bo'yicha bir yillik umumiy quvvati yiliga 250,0 ming tonna, kondensat bo'yicha – qariyb 100 ming tonna, oltingugurt bo'yicha – 5 ming tonnagacha bo'lgan miqdorni tashkil qiladi va bu oltingugurt tozalovchi aminli qurilmasi bilan oksidlangan gazning butun hajmini qayta ishlab, oltingugurtga aylantirishni ta'minlaydi.

Ekologiya jihatdan toza neft mahsulotlarini ishlab chiqarish hajmlarini oshirish maqsadida O'zbekiston Respublikasida Sho'rtan GKMDa tozalangan metan asosida ishlab chiqariladigan sintetik suyuq yonilg'ini ishlab chiqarish korxonasini yaratish loyihasi amalga oshirilmoqda. Ushbu texnologiya mamlakatning yonilg'iga bo'lgan tobora ortib borayotgan ehtiyojlarini ta'minlash imkoniyatlarini kengaytirish va havoga chiqarilayotgan zararli moddalarning atrof-muhitga bo'lgan salbiy ta'sirini sezilarli kamaytirishga imkon beradi, chunki GTL texnologiyasidan foydalanib ishlab chiqariladigan mahsulot tarkibida aromatik uglevodorodlar, oltingugurt va azot mavjud emas va u Yevro-4 talablariga javob beradi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2015 yil 4 martdagi PF-4707-sonli Farmoniga muvofiq 2015-2019 yillarda ishlab chiqarishni tarkibiy isloh qilish, modernizatsiyalash va diversifikatsiyalashni ta'minlash borasidagi chora-tadbirlar dasturiga uglevodorod xom ashyosini yanada chuqur qayta ishlashga qaratilgan yirik loyihalar kiritilgan, shu jumladan: Ustyurt GKMDa ishlab chiqarilishi

* ¹⁴ lex.uz – O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi

rejalashtirilgan pirolizli distillyatdan aromatik uglevodorodlarni (benzol, toluol, ksilol) ishlab chiqarishni tashkillashtirish. Loyihani 2016-2020 yillar davomida amalga oshirish ko'zlangan.

«Uglevodorodlar pirolizi bo'yicha yangi zavod qurish» («Uz-Kor Gaz Kemikal» QK pirolizli distillyati); «Muborak GQZ» USHKda oltingugurt olish qurilmasining ishdan chiqayotgan quvvatlarini qoplash» va boshqalar; «Tabiiy gazdan olefinlarni ishlab chiqarishni tashkil qilish va polimerlarni (polietilen, polipropilen, polistirol, kauchuk, spandeks va sh.o'.) olish; tabiiy gazni metanolga qayta ishlash asosida polietilen, polipropilen, etilenglikollar, etilnoksidlar va etilnpropilenli kauchukni ishlab chiqarishni va moddiy texnik ta'minot (MTO) jarayoni bo'yicha metanoldan olefinlarni (etilen va propilen) ishlab chiqarishni tashkil qilish. Loyihani 2015-2019 yillar davomida amalga oshirish rejalashtirilgan.

Respublikaning yonilg'i-energetika balansiga muqobil xom ashyoni jalb qilish maqsadida neftga bo'lgan ehtiyojni umumiy qiymati 600 mln. dollarga teng «Surantau konining (Navoiy viloyati) xom ashyo negizida yonuvchi slaneslarni neft mahsulotlariga kompleks qayta ishlash korxonasini tashkil qilish» loyihasi doirasida yonuvchi slaneslarni qayta ishlash mahsulotlariga almashtirish masalasi ko'rib chiqilmoqda. Loyihaning amalga oshirilishi yiliga 8 mln. tonnagacha yonuvchi slaneslarni qayta ishlash va 80 ming tonna slanesli neft, moylar, benzin, 232 ming tonna dizel va turbina yonilg'ilari hamda 157 ming tonna og'ir yonilg'ilarning boshqa turlarini ishlab chiqarishga imkon yaratadi. Loyihani 2015-2020 yillar davomida amalga oshirish rejalashtirilgan.

Shuningdek «Suyultirilgan tabiiy gaz ishlab chiqarishni tashkil qilish (LNG)» loyihasini amalga oshirish rejalashtirilmoqda. Qiymati 212,5 mln. dollarga teng ushbu loyihaning amalga oshirilishi yiliga 350 ming tonnagacha suyultirilgan tabiiy gaz ishlab chiqarishga imkon beradi. Loyihani 2015-2018 yillar davomida amalga oshirish rejalashtirilgan.

2015-2019 yillarda ishlab chiqarishni tarkibiy isloh qilish, modernizasiyalash va diversifikasiyalashni ta'minlash borasidagi chora-tadbirlarga oid qabul qilingan dasturga muvofiq umumiy qiymati 18,65 mlrd. dollarni tashkil qiladigan jami 54 ta investision loyihalarni amalga oshirish ko'zda tutilgan, shu jumladan dasturning manzilli qismiga umumiy qiymati 7 105,0 mln. dollarlik 39 ta loyiha kiritilgan, shundan 5109,0 mln. dollarni to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investisiya va kreditlar tashkil qiladi.

Islangan investitsiya loyihasining asosiy maqsadi foydani maksimallashtirish hisoblanadi.

Investitsion loyihalarning tasniflash belgilariga quyidagilar kiradi:

➤ loyiha maqsadi

- loyiha ko'lam
- loyiha davri
- loyiha amalga oshirish sohasi

Investitsiya loyihalarini amalga oshirish bosqichlari

Jahon amaliyotida investitsiya loyihasini amalga oshirish 3 bosqichdan iborat:

1. Investitsiya oldi bosqichi – quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- biznes-g'oyalarni izlash
- loyiha dastlabki tayyorlash
- g'oyaning texnik-iqtisodiy va moliyaviy baholash
- loyiha bo'yicha fikrlarni xulosalash va yakuniy qaror qabul qilish.

2. Investitsiya bosqichi – quyidagilarni ko'zda tutadi:

- muzokaralar olib borish va shartnomalar tuzish
- texnik-muhandislik loyihalash
- qurilish
- ishlab chiqarish marketingi
- o'qitish
- foydalanish uchun topshirish va ishga tushirish.

3. Foydalanish bosqichi – quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- kengaytirish
- inovatsiyalar
- almashtirish
- qayta tiklash

Investitsiya loyihasi quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- loyihalashtirishga texnik topshiriqni ishlab chiqish;
- investitsiya loyihasining loyihalovchisini aniqlash;
- loyihaoldi va loyiha hujjatlarini ishlab chiqish;
- investitsiya loyihasini ro'yobga chiqarish maqsadida ishlarni amalga oshirish texnologiyalarini, uskunalarini va uslublarini aniqlash;
- moliyalashtirish manbalarini aniqlash;
- investitsiya faoliyati ishtirokchilarini aniqlash;
- investitsiya faoliyati ishtirokchilari va qonun hujjatlarida nazarda tutilgan boshqa organlar bilan birgalikda loyihaoldi va loyiha hujjatlarini ekspertizadan o'tkazish hamda kelishib olish, shu jumladan investitsiya loyihasining moliyaviy, iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik foydasini baholash;

Loyiha davri ushbu barcha bosqichlarida zaruriy moliyaviy resurslarni aniqlash zarur bo'ladi.

«Investitsiya faoliyati to'g'risida» gi Qonuni 19-moddasi va «Investitsiya loyihalarini hujjatlarini ishlab chiqish, ekspertizadan o'tkazish va tasdiqlash tartibi to'g'risida» gi NIZOMga asosan davlat byudjeti va byudjetdan tashqari

jamg'armalar mablag'lari, ayrim tarmoqlar va korxonalarning Hukumat qarorlari bilan tashkil etilgan maxsus jamg'armalari mablag'lari, O'zbekiston Respublikasi kafolati ostida yoki nomidan jalb etiladigan xorijiy kreditlar, O'zbekiston Respublikasi tiklanish va taraqqiyot jamg'armasi mablag'lari manbalari hisobidan moliyalashtiriladigan loyihalar majburiy ekspertizadan o'tkaziladi. ekspertizadan o'tkazilish tartibini Vazirlar mahkamasi belgilab beradi.

Boshqa manbalar hisobdan moliyalashtiriladigan investitsion loyihalar qonunchilikda belgilangan tarzda sanitar-gigienik, radiatsion, ekologik, arxitektor-shaharsozlik ekspertizalaridan o'tkaziladi.

Kichik korxonalarga tijorat banklari tomonidan ajratilgan kreditlar hisobiga moliyalashtirilgan investitsion loyihalar o'z xususiyatidan kelib chiqib bank tomonidan mazkur loyihani amalga oshirishning maqsadga muvofiqligi to'g'risida ekspertizadan o'tkaziladi.

Hukumatlararo tuzilgan shartnomalar doirasidagi investitsion loyihalar mazkur shartnomalarda belgilangan tartibda ekspertizadan o'tkaziladi.

Investitsiya loyihasi samaradorligi – investitsiya loyihasining xara jatlari va daromadlarining investitsiya loyihasi qatnashchilarining maqsadi va kutayotgan natijalariga mos kelishini aks ettiruvchi ko'rsatkich hisoblanadi. Bunda nafaqat loyihaning bevosita qatnashchilari, balki davlat va aholi ham bo'lishi mumkin.

Samarali investitsiya loyihasini yoki maqbul variantni tanlaganda loyihaning afzalliklari va kamchiliklarini aks ettiruvchi ko'rsatkichlar tizimi qo'llaniladi.

Bunday ko'rsatkichlarga quyidagilar kiradi:

- Sof diskontlangan daromad;
- Daromadlarning ichki me'yori;
- Foydalilik indeksi;
- Oddiy qoplash muddati;
- Harakatdagi qoplash muddati;
- Foydaning buxgalterlik me'yori.

Investitsiyalarning samaradorligini belgilovchi yana bir qator samaradorlik ko'rinishlari bo'lib, ularga quyidagilar kiradi:

- Tijorat
- Iqtisodiy
- Ijtimoiy
- Ekologik

Diskontlash usuli (noan'anaviy usul) pul mablag'larining qiymati muayyan vaqtda bir xil emasligi, ya'ni bugungi bir so'm bir yildan keyingi bir so'mga teng emasligi bois paydo bo'ldi (iste'mol qiymati bo'yicha).

Sof diskontlangan daromad (Net Present Value - NPV). Ushbu uslub kiritilgan investitsiyalar miqdorini bashorat qilinayotgan davr davomida keltiradigan foyda miqdori bilan taqqoslashga asoslangan. Agar:

- $NPV > 0$, loyihani qabul qilish kerak;
- $NPV < 0$, loyihadan voz kechish kerak;
- $NPV = 0$, loyiha foyda ham, zarar ham keltirmaydi.

Uni hisoblash formulasi quyidagicha:

$$NPV = \frac{CF_1}{(1+d)^1} + \frac{CF_2}{(1+d)^2} + \dots + \frac{CF_t}{(1+d)^t} - I_0 \quad (1)$$

$$ekuNPV = \sum_{i=1}^n \frac{CF_i}{(1+d)^i} - I_0$$

bu erda, NPV- sof joriy qiymat; d - diskontlash stavkasi; I_0 - boshlang'ich investitsiya; CF_t - t davr oxirida kelib tushgan pul oqimi.

➤ **Foydaning ichki normasi** (Internal Rate of Return - IRR). Ushbu ko'rsatkich loyihaning sof diskontlangan daromadi $NPV = 0$ bo'lgandagi diskontlash koeffitsientini anglatadi. Foydaning ichki normasi loyihadan kutilayotgan foydani, ya'ni loyihani amalga oshirishda jalb qilingan resurslarni anglatadi. Bunda korxona jalb qilingan resurslardan yuqoriroq miqdordagi foydani ta'minlaydigan investitsiya loyihasini qabul qilishi kerak bo'ladi. Agar:

- $IRR > CK$, loyihani qabul qilish kerak;
- $IRR < CK$, loyihadan voz kechish kerak;
- $IRR = CK$, loyiha foyda ham, zarar ham keltirmaydi, ya'ni o'zini-o'zi qoplaydi.

Bunda: CK – kapital qiymati yoki resurslarni jalb qilish foiz stavkalari.

Foydaning ichki me'yorini boshqacha ko'rinishda, ya'ni interpolyatsiya usuli orqali ham ifodalash mumkin:

$$IRR = d_1 + \frac{NPV_1}{(NPV_1 - NPV_2)} \cdot (d_2 - d_1), \quad (2)$$

bu erda, $NPV_1 - d_1$ diskont me'yori stavkasidagi sof joriy qiymatning ijobiy miqdori; $NPV_2 - d_2$ diskont me'yori stavkasidagi sof joriy qiymatning salbiy miqdori.

Foydaning ichki me'yorini aniqlashda d_1 va d_2 ko'rsatkichlar miqdori asosiy o'rinni egallaydi. Ularning ta'siri natijasida sof joriy qiymatning o'zgarishini va buning oqibatida esa foydaning ichki me'yori ham o'zgarishini kuzatish mumkin. SHunga ko'ra:

- d_1 – bu NPVning ijobiy qiymatinini minimalushtiruvchi foiz stavkasi;

d_2 – bu NPVning salbiy qiymatini maksimalashtiruvchi foiz stavkasi hisoblanadi.

Investitsiyaning rentabellik indeksi (Profitability Index - PI). Ushbu ko'rsatkich investitsiya loyihasining samaradorligini ko'rsatadi. Agar:

- $PI > 1$, loyihani qabul qilish kerak;
- $PI < 1$, loyihadan voz kechish kerak;
- $PI = 1$, loyiha foyda ham, zarar ham keltirmaydi.

$$PI = \left[\sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+d)^t} \right] / I_0 \quad (3)$$

bu erda I_0 - boshlang'ich investitsiyalar, SF - t davrda olingan pul tushumlari.

Investitsiya rentabelligi ko'rsatkichi firma (yoki investor) mablag'lari 1 so'm hisobida qanday hollarda o'sishini aniqlash imkonini beradi.

Investitsiyaning qoplanish muddati (Payback Period - PP). Ushbu ko'rsatkichning 2 ta ko'rinishi bor:

➤ a) oddiy qoplanish muddati – bunda kiritilgan boshlang'ich kapitalning qoplanish muddati ko'zda tutiladi. Ushbu uslub yuqori tavakkalchilikka ega bo'lgan sohalarida keng tarqalgan bo'lib, likvidlikning o'sishidan manfaatdor bo'lgan investitsiya kiritayotgan korxonalar tomonidan qo'llaniladi.

➤ b) diskontlangan qoplanish muddati – bunda kiritilgan boshlang'ich kapital investor uchun maqbul foyda normasini hisobga olgan holda qoplanish muddati ko'zda tutiladi. Bunda vaqt oralig'ida pul qiymatining turlicha bo'lishi hisobga olinadi. Ushbu uslub loyiha davri davomida tavakkalchilik darajasini aniqlashda ko'maklashadi: qoplanish muddati qancha qisqa bo'lsa, loyiha bo'yicha tavakkalchilik shuncha past bo'ladi.

Uni hisoblash formulasi quyidagichadir:

$$PP = \frac{I_0}{CF_t^{(X)}}, \quad (4)$$

bu erda, I_0 - boshlang'ich investitsiyalar; $CF_t^{(X)}$ - investitsiya loyihasini amalga oshirishdan olingan yillik pul tushumi summasi. U sof foydani yoki yillik daromad (D) va xarajat (X) o'rtasidagi (amortizatsiyasiz A) farqni ifodalaydi.

Nazorat va muhokama uchun savollar:

1. Investitsiyaning mohiyati va mazmuni nimalardan iborat?
2. Bozor iqtisodiyoti sharoitida investitsiyalarga bo'lgan ob'ektiv zarurat nimalar bilan belgilanadi?
3. Investitsiyalar kapital qo'yilmalardan kanday farklanadi?
4. Korxona investitsiya faoliyatini pul bilan ta'minlash foydalanadigan o'z mablag'lariga nimalar kiradi?
5. Korxona investitsiya faoliyatini amalga oshirish uchun chetdan jalb qilinadigan qanday mablag'lardan foydalanishi mumkin?

4.4-MAVZU. SANOAT KORXONALARINING INNOVATSION FAOLIYATI

1. Innovatsion faoliyatning maqsadi, mohiyati va roli
2. Innovatsiyalarni boshqarish
3. Innovatsiyalar samaradorligini baholash

1. Innovatsion faoliyatning maqsadi, mohiyati va roli

«Innovatsiyalar» atamasini yangi iqtisodiy toifa sifatida fanga avstriyalik (keyinchalik amerikalik) olim Yozef Shumpeter XX asming birinchi o'n yilligida kiritgan. O'zining «Iqtisodiy rivojlanish nazariyasi» nomli asarida (1911y.) Y.Shumpeter ilk bora rivojlanishda o'zgarishlarning yangi kombinatsiyalari masalalarini (ya'ni innovatsiya masalalarini) ko'rib chiqdi va innovatsion jarayonga to'liq tavsif berdi.

Y. Shumpeter rivojlanishdagi besh xil o'zgarishni ajratib ko'rsatdi:

- 1) yangi texnika, texnologik jarayonlar yoki ishlab chiqarishning yangicha bozor ta'minotidan foydalanish;
- 2) yangi xususiyatlarga ega bo'lgan mahsulot joriy qilish;
- 3) yangi xomashyodan foydalanish;
- 4) ishlab chiqarishni tashkil qilish va uning moddiy-texnika ta'minotida o'zgarishlar;
- 5) yangi sotuv bozorlarining paydo bo'lishi.

U iqtisodiyotda novator-tadbirkor markaziy ishtirokchiga aylanishini isbotlab berdi. Y.Shumpeterga ko'ra, innovatsiya bu – iste'mol tovarlarining yangi turlari, yangi ishlab chiqarish va transport vositalari, yangi bozorlar va sanoatda tashkilotlar shakllarini joriy qilish va foydalanish maqsadidagi o'zgarishlardir.

«Yangilik kiritish» va «novatsiya» tushunchalari bilan «tadqiqot», «ixtiro» va «kashfiyot» tushunchalari chambarchas bog'liqdir. Ilgari ma'lum bo'lmagan ma'lumotlar olish yoki ilgari ma'lum bo'lmagan tabiat hodisalarini yoki insoniyat muhitini kuzatish jarayoni tadqiqot deb ataladi. Ixtiro bu – yangi uskuna, mexanizm, vosita, texnologiya, usul va inson tomonidan yaratilgan boshqalarda o'z aksini topadigan tadqiqot natijasidir.

Kashfiyot bu – tadqiqotlarning, ehtimol, qo'shimcha natijasi hisoblanad i. Kashfiyotlar va ixtirolar qoidaga ko'ra, fundamental darajada yuzaga keladi va kamdan-kam hollarda yakka shaxslar tomonidan amalga oshiriladi. Ular tasodifan ro'y berishi va foyda olish maqsadini ko'zlamasligi ham mumkin.

Yangilik ishlab chiqarish va boshqaruv tizimiga joriy qilinganidan so'ng bozorda iste'mol qilinadigan yangi mahsulotga aylanadi va uni sotishdan iqtisodiy.

ijtimoiy yoki boshqa turdagi samara olinadi, - u yangi toifaga – innovatsiyalarga aylanadi.

Innovatsiya (yangilik kiritish) bozorda joriy qilingan yangi yoki takomillashtirilgan mahsulot, amaliy faoliyatda foydalaniladigan yangi yoki takomillashtirilgan texnologik jarayon ko'rinishida yoxud ijtimoiy xizmatlarga yangicha yondashuvda namoyon bo'ladigan innovatsion faoliyatning yakuniy natijasi sifatida tavsiflanadi.

Innovatsiyalar ishlab chiqarish sohasiga, iqtisodiy, huquqiy va ijtimoiy munosabatlar, fan, madaniyat, ta'lim va boshqa sohalarga mansub bo'lishi mumkin.

Innovatsiya iqtisodiy toifa sifatida yangiliklar yaratish va amalga oshirishning eng umumiy xususiyatlari, belgilari, aloqalari va munosabatlarini aks ettiradi. Innovatsiyalarning mohiyati ularning funksiyalarida namoyon bo'ladi. Innovatsiyalar funksiyalari ularning davlat iqtisodiy tizimidagi vazifalari va xo'jalik jarayonidagi rolini aks ettiradi. Innovatsiyalar korxonalar raqobatbardoshligini oshirishda alohida rol o'ynaydi.

Innovatsiyalar tahlili shuni ko'rsatadiki, ular ijtimoiy-iqtisodiy xarakterdagi funksiyalarni bajaradi. Innovatsiya iqtisodiy toifa sifatida ikkita asosiy funksiya – takror ishlab chiqarish va rag'batlantirish funksiyasini bajaradi.

Takror ishlab chiqarish funksiyasi shuni anglatadiki, innovatsiya kengaytirilgan takror ishlab chiqarishni moliyalashtirishning muhim manbasi hisoblanadi. Innovatsiyalarni bozorda sotishdan olingan pul tushumi yaratadigan tadbirkorlik foydasi moliyaviy resurslar manbasi va shu bilan bir paytda innovatsion jarayonning samaradorlik me'yori bo'lib xizmat qiladi. Tadbirkorlik foydasi ishlab chiqarish-savdo, investitsion, innovatsion va moliyaviy faoliyat hajmini kengaytirishga yo'naltirilishi mumkin. Shunday qilib, innovatsiyalardan foyda olish va undan moliyaviy resurslar manbasi sifatida foydalanish innovatsiyalarning takror ishlab chiqarish funksiyasi mazmunini tashkil qiladi.

Rag'batlantiruvchi funksiya ham innovatsiyalarni sotishdan tadbirkorlik foydasi olish orqali amalga oshiriladi. Bu tadbirkorlarni yangi innovatsiyalar rag'batlantirish uchun stimol bo'lib xizmat qiladi, uni marketing faoliyatini tashkil qilishni takomillashtirish, talabni o'rganish, moliyani boshqarishning zamonaviyroq usullarini qo'llashga doimiy ravishda majbur qiladi.

Energiyani minimal sarf qilish umumiy qonuniga bo'ysungan holda inson doimo o'z faoliyatini mehnat sarfini qisqartirish, vaqtni tejash va boshqa samaralarni qo'lga kiritishga yo'naltiradi. Shu sababli innovatsiyalarni ijtimoiy toifa sifatida ham ko'rib chiqish mumkin.

1. Innovatsiyalarning ijtimoiy toifa sifatida *birinchi funksiyasi* shundan iboratki, amalda barcha xitrolar jonli mehnat va energiya sarfini qisqartirishga yo'naltiriladi, ishlab chiqarishga yangi ishlab chiqarish kuchlarini jalb qilish uchun imkoniyat yaratadi, ishlab chiqarish va mehnat unumdorligini oshiradi.

2. Innovatsiyalarning *ikkinchi funksiyasi* – chiqarilayotgan mahsulotlar sifatini oshirish bo'lib, bu ishlab chiqarish va iste'mol darajasining o'sishiga olib keladi hamda turmush sifatini yaxshilashga xizmat qiladi.

3. Innovatsiyalarning *uchinchi funksiyasi* shundan iboratki, ular mahsulot sifatini oshirib, xarajatlarni kamaytirgan va iste'molni takomillashtirgan holda talab va taklif o'rtasidagi, ishlab chiqarish va iste'mol o'rtasidagi proporsiyalarni saqlashga xizmat qiladi.

4. Va nihoyat, *to'rtinchi funksiyasi* innovatsiyalar ishlab chiqish va ulardan foydalanish jarayonida insonning rivojlanish jarayoni – uning intellektual qobiliyatlari kamol topishi, ijodiy o'sishning yanada davom etishi uchun sharoitlar yaratilishi ro'y beradi.

Innovatsion faoliyat – yakunlangan ilmiy tadqiqot va loyihalar natijalari yoki boshqa ilmiy-texnik yutuqlarni (fan-texnika yutuqlarini) yangi yoki takomillashtirilgan mahsulotga; bozorda sotiladigan, amaliy faoliyatda foydalaniladigan yangi yoki takomillashtirilgan texnologik jarayonga, shuningdek, shu bilan bog'liq qo'shimcha ilmiy tadqiqot va loyihalarga joriy qilishga yo'naltirilgan jarayondir.

O'zbekiston Respublikasi Fanlar akademiyasining Qarorida quyidagi ta'rif taklif etiladi: «Innovatsion faoliyat – yangi yoki takomillashtirilgan mahsulot, yangi yoki takomillashtirilgan texnologik jarayon yaratish, ishlab chiqarishda o'zlashtirish va (yoki) amaliy qo'llash bo'yicha ishlar bajarish va (yoki) xizmatlar ko'rsatish».

Innovatsion faoliyat qatoriga quyidagi faoliyat turlarini kiritish taklif etiladi:

- amaliyotda qo'llash uchun mo'ljallangan yangi yoki takomillashtirilgan mahsulot, yangi yoki takomillashtirilgan texnologik jarayon yaratish bo'yicha ilmiy-tadqiqotchilik, tajriba- konstruktorlik yoki texnologik ishlar bajarish;
- yangi yoki takomillashtirilgan mahsulot chiqarish, yangi yoki takomillashtirilgan texnologik jarayon joriy qilish uchun ishlab chiqarishni tayyorlash va texnologik qayta jihozlash;
- yangi yoki takomillashtirilgan mahsulot, yangi yoki takomillashtirilgan texnologik jarayonni sinab ko'rishni amalga oshirish;
- xarajatlar o'zini oqlashiga qadar yangi yoki takomillashtirilgan texnologik jarayon qo'llash, yangi yoki takomillashtirilgan mahsulot chiqarish;
- yangi mahsulotni bozor tomon harakatlantirish bo'yicha faoliyat;
- innovatsion infratuzilma yaratish va rivojlantirish;

- innovatsion faoliyatni amalga oshirish uchun kadrlar tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish;

- sanoat mulki ob'ektlari yoki maxfiy ilmiy-texnik axborotlarga egalik huquqini boshqalarga berish yoki xarid qilish;

- yangi yoki takomillashtirilgan mahsulot, yangi yoki takomillashtirilgan texnologik jarayon yaratish va (yoki) amaliyotda qo'llash bo'yicha ekspertiza, maslahat, axborot, yuridik va boshqa xizmatlar ko'rsatish;

- innovatsion faoliyatni moliyalashtirishni tashkil qilish.

Innovatsion faoliyat sub'ektlari quyidagilar hisoblanadi:

- ✓ innovatsion faoliyat bilan shug'ullanadigan yuridik va jismoniy shaxslar;

- ✓ innovatsiyalarni amalga oshiruvchi turli mulkchilik shaklidagi innovatsion korxonalari;

- ✓ innovatsion faoliyat jarayonida amalga oshiriladigan intellectual mulk egalari: korxonalar loyihalari, qurilmalar, sanoat namunalari, texnologik jarayonlar, «nou-xau», kashfiyot va ixtirolar mualliflari, dizaynerlar;

- ✓ innovatsiyalar amalga oshirishga kapital kirituvchi investorlar: banklar, fondlar, korporatsiyalar, lizing firmalari va h.k.;

- ✓ innovatsion jarayonga xizmat ko'rsatadigan va uning infratuzilmasini ta'minlaydigan vositachilar: konsalting va injiniring firmalari, texnologik inkubatorlar, texnoparklar, texnopolislar, axborot markazlari va h.k.;

- ✓ innovatsion faoliyatni boshqarish, muvofiqlashtirish va tartibga solishda ishtirok etadigan davlat organlari va mahalliy o'zini-o'zi boshqarish organlari.

Innovatsion faoliyatning korxonada quyidagilarni ta'minlaydi:

- O'zgaruvchan sharoitlarga moslashish;

- Tovar va xizmatlar sifatini oshirish;

- Raqobat sharoitida rivojlanish va yashab qolish;

- Ishlab chiqarish samaradorligini oshirish va saqlab turish;

- Firmaning moliyaviy holatini yaxshilash;

- Korxona raqobatbardoshligini oshirish va firma imidjini qo'llab-quvvatlash;

- Hamkorlik aloqalarini mustahkamlash;

- Tashkiliy tuzilmani takomillashtirish;

- Personal malakasini oshirish;

- Mehnat unumdorligini oshirish.

2. Innovatsiyalarni boshqarish

Jahon tajribasi barcha sohalarida sifatli o'sishni ta'minlovchi yangiliklarni uzluksiz tarzda amaliyotga joriy etish jamiyat va iqtisodiy rivojlanishning harakatlantiruvchi kuchiga aylanganligini ko'rsatmoqda. Bugun rivojlanishning innovatsion modellari va "aqlli" texnologiyalar amalga oshirilayotgan mamlakatlar eng muvaffaqiyatli va barqaror hisoblanadi.

Bu esa o'z navbatida innovatsiyalarni boshqarishni taqozo etadi. Umuman olganda innovatsiyalarni boshqarish 2 darajada olib borilishi mumkin:

- Makrodarajada
- Mikrodarajada

Makrodarajada innovatsiyalarni boshqarish bu – davlat miqyosida innovatsiyalarni boshqarish tizimini shakllantirish bilan, mikrodarajada esa - korxonada innovatsiyalarni boshqarishni tashkil etish, ya'ni innovatsion jarayonni yo'lga qo'yish bilan bog'liq harakatlarni amalga oshirishga qaratilgan.

Makrodarajada innovatsiyalarni boshqarish. Innovatsion rivojlanish uchun mas'ul idoralarning asosiy vazifasi innovatsiya va fan yutuqlarini keng joriy etish hisobiga mamlakatning iqtisodiy o'sishi va jahon bozorlaridagi raqobatbardoshligini ta'minlash hamda iqtisodiyotda intellektual ulushning ko'payishi hisoblanadi.

2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasida aholi farovonligini tubdan oshirish va turmush sifatini yaxshilash, jamiyat va davlatni har tomonlama hamda jadal rivojlantirish, mamlakatni modernizasiya qilish va hayotning barcha sohalarini liberallashtirish bo'yicha aniq maqsadlar belgilab olindi. Boshqacha qilib aytganda, biz O'zbekistonni ishlab chiqarishda innovatsiya va intellektual hissaning yuqori ulushi bo'lgan barqaror bozor iqtisodiyotiga, zamonaviy va global bozorda raqobatbardosh sanoatga, shuningdek, qulay investitsiyaviy va ishchanlik muhitiga ega jadal rivojlanayotgan mamlakatga aylantirishimiz lozim. Qo'yilgan maqsadlarga O'zbekistonni rivojlanishning innovatsion modeliga to'liq o'tkazmasdan turib erishish mumkin emas, bu mamlakatda innovatsion faoliyatni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashning hamda davlat boshqaruvi, iqtisodiyot ustuvor tarmoqlari va ijtimoiy sohaga innovatsion g'oyalar, ishlanmalar va texnologiyalarni amalda joriy qilishni rag'batlantirishning samarali tizimini yaratish zaruratini taqozo etadi.

Biroq, boy intellektual va infratuzilmaviy salohiyatga qaramasdan, mamlakatda innovatsiyalarni joriy etish ishlari tizimli asosda yo'lga qo'yilmagan, bunga quyidagi tizimli muammolar mavjudligi sabab bo'lgan:

- davlatning rivojlanish dasturlarini ishlab chiqishda zamonaviy fan va

innovatsion texnologiyalarning yutuqlari va rivojlanish tendensiyalari lozim darajada kompleks tahlil qilinmasdan va o'rganilmasdan kelgan;

- innovatsion g'oyalar, ishlanmalar va texnologiyalarni strategik prognoz qilish, qo'llab-quvvatlash va joriy etishni, shuningdek, mamlakatning ilmiy-tadqiqot va axborot-tahlil muassasalari faoliyatini muvofiqlashtirishni ta'minlaydigan yagona organ mavjud emas;

- innovatsion g'oyalar, ishlanmalar va texnologiyalarni amalga oshirishda davlat-xususiy sheriklik imkoniyatlarini keng tatbiq etish, investitsiyalarni jalb etishga, shuningdek, innovatsion mahsulotlarni joriy etish uchun infratuzilmani takomillashtirishga etarli e'tibor qaratilmayapti;

- yuqori texnologiyalar, nou-xau va zamonaviy ishlanmalarni joriy etishni talab qiluvchi ustuvor soha va tarmoqlarni aniqlash bo'yicha tizimli va maqsadga yo'naltirilgan faoliyat yo'lga qo'yilmagan;

- innovatsion g'oyalar, ishlanmalar va texnologiyalar sohasida yuqori salohiyatga ega bo'lgan xorijiy (xalqaro) tashkilotlar bilan hamkorlik past darajada saqlanib qolmoqda.

Mavjud muammolarni hal qilish, shuningdek, innovatsion faoliyatni qo'llab-quvvatlash, innovatsion g'oyalar, ishlanmalar va texnologiyalar, ilmiy yutuqlarni joriy etishni rag'batlantirishning institusional va tashkiliy-huquqiy asoslarini tubdan takomillashtirish maqsadida O'zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan "O'zbekiston Respublikasi Innovatsion rivojlanish vazirligini tashkil etish to'g'risida"gi Farmon qabul qilindi.

Mazkur Farmonga innovatsion g'oyalar, ishlanmalar va texnologiyalarni keng joriy etish borasida ma'muriy islohotlar konsepsiyasini amalda ro'yobga chiqarish bo'yicha muhim qadam sifatida qarash mumkin.

Farmon bilan strategik rejalashtirish tizimini yaratish, davlat boshqaruvining innovatsion shakllarini amalga kiritish, fan va innovatsiya faoliyatini rivojlantirishning zamonaviy infratuzilmasini shakllantirish, investitsiyalarni keng jalb qilish, huquqiy bazani takomillashtirish, ilmiy-tadqiqot va innovatsiya faoliyatini qo'llab-quvvatlash va rag'batlantirish, ijtimoiy va iqtisodiy hayotning dolzarb sohalariga ilg'or texnologiyalarni faol joriy etish kabi mamlakat innovatsion rivojlanishining asosiy yo'nalishlaribeligandi. Farmon bilan O'zbekiston Respublikasi Innovatsion rivojlanish vazirligi tashkil etildi hamda uning davlat va jamiyat qurilishi, iqtisodiyot, qishloq xo'jaligi, ijtimoiy rivojlanish, ilg'or texnologiyalarni joriy etish, shuningdek, atrof-muhitni muhofaza qilish va tabiatdan foydalanish sohalaridagi faoliyatining asosiy yo'nalishlari nazarda tutildi. Bundan kelib chiqib, Innovatsion rivojlanish vazirligi O'zbekiston Respublikasining innovatsion va ilmiy-texnik rivojlanishi sohasidagi yagona davlat siyosatini amalga oshiruvchi organ etib belgilandi. Vazirlik davlat

ilmiy-texnikaviy dasturlari va loyihalarining yagona buyurtmachisi bo'ladi. innovatsion g'oyalar, ishlanmalar va texnologiyalarni joriy etish bo'yicha davlat boshqaruv organlari, ilmiy-tadqiqot, axborot-tahlil muassasalari va boshqa tashkilotlar faoliyatini muvofiqlashtiradi.

Innovatsion texnologiyalar hisobiga rivojlanishning zamonaviy yondashuvlarini ishlab chiquvchi, shartli ravishda "kelajak vazirliklari" deb nomlanuvchi ixtisoslashtirilgan idoralarni tashkil qilish bo'yicha jahon tendensiyasini qayd etib o'tish lozim.

Faoliyatda bir-birini takrorlashni istisno etish, yagona yondashuvlarni ta'minlash maqsadida 2018 yil 1 yanvardan boshlab Fan va texnologiyalar bo'yicha Davlat komissiyasi, Fan va texnologiyalar bo'yicha Davlat komissiyasi huzuridagi Ilmiy-texnik faoliyatni qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish jamg'armasi, shuningdek, Fan va texnologiyalar agentligi tugatildi. Tashkil etilgan Innovatsion rivojlanish va novatorlik g'oyalarini qo'llab-quvvatlash jamg'armasi o'tkazilayotgan tadqiqotlar bo'yicha hisobot berishning shaffof tizimidan foydalangan holda innovatsion g'oyalar va ularni ishlab chiqishni moliyalashtirishning markazlashtirilgan manbasi hisoblanadi.

Innovatsion faoliyatni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishining aniq shakllariga quyidagilar kiradilar:

- to'g'ridan to'g'ri moliyalashtirish;
- yakka kashfiyotchilar va kichik tatbiq etuvchi korxonalarga imtiyozli bank ssudalarini berish;
- katta soliq imtiyozlaridan foydalanuvchi venchurli innovatsion fondlarni tashkil qilish;
- yakka kashfiyotchilar uchun davlat potentli bojlari pasaytirish;
- resursni tejovchi kashfiyotlar bo'yicha potentli bojlarni to'lash muddatlarini kechiktirish;
- texnologiyalar, texnoparklar tarmog'ini tashkil qilish va h.k.

Mikrodarajada innovatsiyalarni boshqarish. Korxonaning innovatsion faoliyati ilmiy tadqiqotlar va tajriba konstruktorlik ishlanmalarining natijalarini qo'llash asosida, foydani yangi tovar va xizmatlar yaratish, ularning sifatini yaxshilash, tayyorlash texnologiyasini takomillashtirish hisobiga oshirishga qaratilgan. Innovatsion faol korxonalarga turli innovatsion faoliyat yo'nalishlarini qo'llaydigan korxonalar kiritiladi. Hozirgi vaqtda korxonalarning innovatsion faolligi korxonaning ilmiy-texnik salohiyati bilan o'lchanadi. U o'z navbatida quyidagilarni qamrab oladi:

- ilmiy-texnik va muhandis kadrlar;
- ilmiy-texnik faoliyatning moddiy texnik bazasi;
- axborot bilan ta'minlanganlik;

ITTKI tizimining tashkil etilishi va boshqarilishi.

Innovatsiyalarning turkumlanishi



12.1-chizma. Innovatsiyalarning turkumlanishi

Innovatsiyalar texnologik, mahsulot-innovatsiyalar, jarayon-innovatsiyalarga bo'linadi.

- Texnologik innovatsiyalar korxonalarning yangi texnologik jarayonlarni ishlab chiqish va o'zlashtirish bilan bog'liq faoliyati tushuniladi.
- Mahsulot-innovatsiyalar yangi yoki takomillashgan mahsulotlarni ishlab chiqish va tadbiq etish bilan bog'liq faoliyatdir. Bunda korxona umuman yangicha mahsulot ishlab chiqarishga o'tadi va uni taklif etish sohasini o'zgartiradi.
- Jarayon-innovatsiya yangi yoki mavjud ishlab chiqarish jarayonini o'zgartirishni taqozo etadi. Bunda boshqa korxonalar qo'llagan yangi yoki takomillashgan ishlab chiqarish usullari qo'llaniladi (lisenziya, nou-xau, franchayzing).

Ishlab chiqarish miqyosi, resurslar, ilmiy-texnika faoliyatining tashkil etish shakliga ko'ra korxona quyidagi innovatsion faoliyat turlarini qo'llashi mumkin:

1) to'liq innovatsiya davri

fundamental tadqiqotlar – izlanishlar – ilmiy-tadqiqot ishlari – tajriba-konstruktorlik ishlari – sanoatda tadbiq etish – ishlab chiqarish – sotish.

2) Izlanishlar – ilmiy-tadqiqot ishlari – tajriba konstruktorlik ishlari – sanoatda tadbiq etish – ishlab chiqarish – sotish.

3) Ilmiy-tadqiqot ishlari – tajriba konstruktorlik ishlari – sanoatda tadbiq etish – ishlab chiqarish – sotish.

4) Tajriba konstruktorlik ishlari – sanoatda tadbiq etish – ishlab chiqarish – sotish.

5) Sanoatda tadbiq etish

6) Ishlab chiqarish.

Har bir innovatsion faoliyatni ko'rib chiqamiz:

Fundamental ilmiy tadqiqotlar – bu ilmiy asoslangan nazariy bilimlar bo'lib, tabiat, jamiyat va inson rivojlanishining qonuniyatlarini o'rganishga qaratilgan. Bu bilan turli tadqiqot institutlari shug'ullanadi.

Ilmiy izlanishlar - nazariy bilimlardan jamiyat ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan faoliyatdir. SHu bosqichda haqiqiy innovatsiya jarayoni boshlanadi. Izlanishlar korxona yoki davlat tomonidan moliyalashtiriladi. Bu bilan turli ilmiy-ishlab chiqarish tashkilotlari va o'quv yurtlari shug'ullanadi.

Ilmiy-tadqiqot ishlari – bevosita amaliy maqsadlar va aniq belgilangan vazifalarni echishga qaratilgan faoliyatdir. U miqdoriy jihatdan innovatsiyalarni asoslab beradi.

Tajriba konstruktorlik ishlari – olingan bilimlarga tayanib, yangi materiallar, mahsulotlar, jarayonlar yaratishga va ularni takomillashtirishga qaratilgan faoliyatdir.

ITTKI - innovatsion faoliyatning eng muhim bo'g'inlaridan biridir. Bunda korxonaning 40% xarajatlari aynan shu jarayonga to'g'ri keladi.

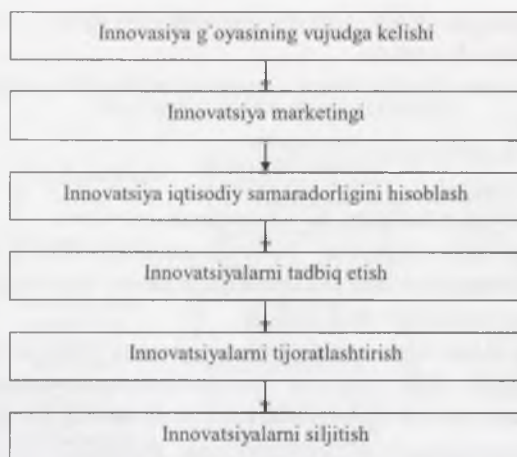
SHunday qilib, korxonaning innovatsion faoliyati majmuaviy xarakterga ega bo'lib, ma'lum bir ehtiyojni qondira oladigan yangilikni yaratish, ishlab chiqish, tijoratlashtirish va tarqatish bilan bog'liq faoliyatdir. Bu jarayon innovatsion loyiha orqali amalga oshiriladi.

Korxonada innovatsion faoliyatni tashkil etish bir qancha tadbirlar majmuasini taqozo etadi:

1. innovatsion faoliyat turini aniqlab olish va strategiyasini belgilash
2. innovatsion faoliyatni boshqarish tuzilmasini tashkil etish
3. kadrlar va axborot bilan ta'minlash tizimini qayta ko'rib chiqish
4. innovatsion loyihani rejalashtirish, tuzish va uni amalga oshirish
5. innovatsiyalar marketingini tashkillashtirish

Korxonaning innovatsion rivojlanishi strategiyasi – bu korxonaning yangi texnologiyalar, innovatsion tovar va xizmatlar yaratish bilan bog'liq faoliyatidir.

Korxonada innovatsion jarayonning 6 elementini ajratish mumkin:



12.2-chizma. Innovatsion jarayon elementlari

Korxonada innovatsion rivojlanish strategiyasini ishlab chiqish quyidagi bosqichlardan iborat:

- Korxonaning texnik holati va texnologik imkoniyatlari tahlili (texnologik audit)
- Kadrlar salohiyati tahlili
- Maqsadlarni aniqlashtirish
- Maqsadga erishish uchun imkoniyatlarning tahlili
- Innovatsiyalar bo'yicha marketing tadqiqotlarini tashkil etish
- Korxona bo'limlari uchun "maqsadlar daraxti" ni ishlab chiqish
- Tadbirlar dasturini ishlab chiqish

3. Innovatsiyalar samaradorligini baholash

Innovatsiyalar samaradorligini baholashda innovatsion loyiha tushunchasi qo'llaniladi. "Innovatsion loyiha" tushunchasi quyidagicha ko'rib chiqilishi mumkin:

- innovatsion faoliyatni maqsadli boshqarish shakli;
- innovatsiyalarni amalga oshirish jarayoni;
- hujjatlar majmuasi.

Innovatsion loyiha innovatsion faoliyatni maqsadli boshqarishni shakli sifatida fan va texnikani ustuvor yo'naltirilgan rivojlantirishning aniq maqsadlari (vazifalari)ga erishishga qaratilgan tadbirlarning resurslar, muddatlar va ijrochilar bo'yicha o'zaro asoslangan va o'zaro bog'langan murakkab tizimidan iboratdir.

Innovatsiyalarni amalga oshirish jarayoni sifatida – bu innovatsiyalarga olib keluvchi ilmiy, texnologik, ishlab chiqarish, tashkiliy, moliyaviy va tijorat tadbirlarini belgilangan izchillikda bajariladigan majmuasidir.

Shuning bilan bir vaqtda innovatsion loyiha – bu loyiha maqsadlarini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan texnik, tashkiliy, rejaviy va hisoblash – moliyaviy hujjatlarning yig'indisidir.

Bu uchta nuqta nazarlarni hisobga olish bilan, quyidagi ta'rifni berish mumkin: innovatsion loyiha – bu masofa va vaqtda muammolarni hal qilish, innovatsion jarayonlarni tashkil qilish bo'yicha ilmiy asoslangan maqsadlar va tadbirlarni belgilab beruvchi hujjatlarining yig'indisidir. Maqsadlar va tadbirlarni ilmiy asoslanishiga menejmentga ilmiy yondashishlarga rioya qilish, zamonaviy usullarni qo'llash yo'li bilan erishiladi.

Innovatsion loyihani ishlab chiqish va amalga oshirishga rahbarlik loyiha rahbari (loyiha menejeri) va ilmiy texnik kengashi (ITK) tomonidan amalga oshiriladi. ITK tarkibiga ilmiy – texnik echimlarni tanlash, ular amalga oshirish darajasi, loyihaviy maqsadlarga erishish uchun zarur talbirlarning to'liqligi va butligi uchun javobgarlikka ega, ijrochilarni tanlov asosida tanlash va olingan natijalarning ekspertizasini tashkil qiluvchi loyihaning tematik yo'nalishlari bo'yicha etakchi mutaxassislar kiradilar.

Firmaning yangilik kiritishdan foydalanish sohasidagi faoliyatini tashkil qilish alohida bosqichlardan iborat g'oyat murakkab tadbirlardan tashkil topadi, ular umuman yangilikning yashash davriga ta'sir ko'rsatadi. Loyihaviy yondashuv butun ilmiy ishlab chiqarish doirasini chiqishga asoslanadi, unda yangiliklarni ishlab chiqish, yaratish, tatbiq etish va tarqatishdan tortib mahsulotni foydalanishdan olib tashlashgacha bo'lgan jarayon tushuniladi. Innovatsiya bo'yicha ilmiy-ishlab chiqarish davra tushunchasi prinsipial texnik-texnologik tizimlar hamda tajribali namunalar almashuvi va uskunalarning mavjudlarini almashtirishga tegishlidir.

Ishlab chiqarishdagi texnologik qarorlar, texnika va tayyor mahsulotlar modellarining doiraviy aylanishi va almashuvi innovatsion jarayonning asosiy mazmuni hisoblanadi. Ishlab chiqarish tizimlarining yashash davri ishlab chiqish bosqichidan boshlanadi. Bu erda ilmiy tadqiqotlar, tajribaviy namunalarni tuzish va yaratish, sinovlarni o'tkazish amalga oshiriladi.

Mahsulot murakkablashgani va modernizatsiyalangani sari bu bosqich borgani sari kattaroq ahamiyat kasb etadi. Birinchi bosqich seriyali ishlab chiqarishga o'tish to'g'risida qaror qabul qilish bilan yakunlanadi. Mahsulotning ilm iste'moli qancha yuqori bo'lsa, kichik seriyali ishlab chiqarishning roli va qo'llanilayotgan texnologik qarorlarning egiluvchanligi va moslashuvchanligi shunchalik yuqori.

Keyingi bosqich ishlab chiqarishni texnologik tayyorlash va texnologiyalarni tanlashni o'z ichiga oladi. Yangi materiallar va mahsulotlarni ishlab chiqarishni o'zlashtirish usulini tanlashga ishlab chiqarishning texnik-iqtisodiy tayyorgarligini tashkil qilish tizimi va zarur texnologik uskunalarining tarkibi katta ta'sir ko'rsatadi. Ishlab chiqarishni texnologik tayyorlashning yagona tizimi (ICHTTYAT)ga muvofiq mahsulotlarni ommaviy va seriyali ishlab chiqarishga texnologik tayyorlash texnologik jarayonlarni ishlab chiqish, jihozlarni loyihalashtirish va ishlab chiqarish, mahsulotning tajribaviy namunasini ishlab chiqarish va sinovdan o'tkazish, umuman ishlab chiqarish tizimini tashkil qilish va, vujudga keltirishni o'z ichiga oladi.

Texnologik jarayonni ishlab chiqishda ta'sir ko'rsatish usullari operatsiya turlari va ularning izchilligi, mahsulotla, oraliq turlari, detallar yoki qismlarni olishusullari belgilanadi. Nihoyat, jarayonning asosiy, yordamchi va yakuniy bosqichlari birlashtiriladi. Texnologik uskuna uning texnik ta'riflari (quvvati, ishonchliligi, unumdorligi) yoshi, eskirish darajasi, ta'mirlanishning texnologik ta'riflari bo'yicha tanlab olinadi.

Yangilik kiritish loyihasini amalga oshirish uchun texnologik echimni tanlash muqobilik asosida amalga oshiriladi. Tanlash mezonlari g'oyatda turli-tuman, ammo moliyaviy maqsadga muvofiqlik va texnologik amalga oshirilishi hal etuvchi hisoblanadi. Buni odatda qabul qilinayotgan loyihaning rentabelligi, uning texnologiya, uskunalar, asboblari, jihozlar, ijrochilarning sifati va soni jihatidan amalga oshirish mumkinligi tushuniladi.

Innovatsion faoliyatning mufaqqiyati ko'proq darajada uni tashkil qilish shakllari va moliyaviy qo'llab quvvatlash usullari bilan belgilanadi. Yangi ilmiy ishlamlar va texnologiyalar davlat milliy kuchining asosiy tashkil qiluvchilari bo'lganlari sari rivojlangan davlatlar innovatsiyalarni qo'llab quvvatlash va rivojlantirishning turli tuman imkoniyatlarini topadilar. Bunda innovatsion faoliyatni moliyatirishning turli tuman usullari va innovatsiyalarni vositali qo'llab quvvatlash bo'yicha tadbirlarning rang barangligi kengayadi.

Innovatsion faoliyatni moliyalashtirish tizimi mulkchilik turi, markazlashtirilganlik darajasi, ham mulk egalariining darajasi va moliyalashtirish shakllari bilan farqlanuvchi shvklar va manbalarning murakkab birikib ketishidan iboratdir.

Innovatsion loyiha samaradorligini tahlil qilish uchun uni amalga oshirish davridagi quyidagi uchta bosqichni ajratish muhimdir:

- investitsiya kiritishdan oldingi (bundan loyihadan oldingi tadqiqotlar, loyihani amalga oshirilishligini baholash o'tkaziladi, uni texnik-iqtisodiy asoslanishi tayyorlanadi);

- investitsiya kiritish;

-foydalanish (loyihaga muvofiq innovatsion faoliyatni amalga oshirish).

Innovatsion faoliyatni boshqarishga tizimli yondoshish investitsiyalarni kiritishdan oldingi bosqichda investitsion qarorlarning muqobil variantlarini ko'rib chiqish va tahlil qilishni ko'zda tutadi. Muqobillarni tahlil qilish investitsion qarorlardagi xatolarning yuqori bahoga egaligi tufayli g'oyatda muhim, ular innovatsion loyihalardan foydalanish bosqichidayoq topiladilar. Bunday xatorlardan qochish-demak loyhaning yuqori samaadorligini ta'minlashdir.

Innovatsion loyihalarni boshqarishga tizimli yondoshish ularning tijorat tahlilini samaradorlikni tahlil qilishning boshqa turlari bilan uzviy to'ldirishni ko'zda tutadi. SHubhasiz, innovatsion loyihaning yuqori samaradorligini ta'minlash uchun uning ilmiy-texnik tahlili hal qiluvchi ahamiyatga ega bo'ladi, uni borishida loyiha ilmiy yangiligi darajasi, u tomonidan taklif qilinayotgan ilmiy-texnik qarorlarni zamonaviy ilmiy istiqbolli va texnik asoslanishi tadqiqot qilinadi.

Innovatsion loyihalarni boshqarishga tizimli yondoshish nuqtai nazaridan sotsial tahlil ularning samaradorligini tahlil qilishda markaziy o'rinni egallaydi. Innovatsion loyiha samaradorligi sotsial tahlilning maqsadlari va vazifalarga o'ar xil sotsial guruhlar manfaatlarini loyiha natijalariga mosligini ta'minlash bo'yicha masalalarni tadqiqot qilish va choralarni ishlab chiqish bilan bog'liqdir. Bunday moslik loyihaning yetarlicha yuqori samaradorligiga erishish uchun zarurdir, chunki u loyihani aholi tomonidan qo'llab-quvvatlanishini ta'minlaydi. Loyiha maqsadlariga erishishni rag'batlantiruvchi belgilangan sotsial guruhlarining tasavvurlari va xulqiga ta'sir ko'rsatish mumkin bo'ladi.

Vaqt omili hisobi loyiha samaradorligini baholashning muhim tamoyillaridan biridir. Bu hisob pullarning vaqtdagi qiymati nazariyasi tushunchalariga asoslanadi, unga ko'ra bittagina pul summasi vaqtda joriy paytgacha nisbatan, masalan, inflyatsiya, pul mablag'laridan muqobil foydalanish imkoniyatlari (pulni innovatsion loyihaga kiritmaslik, balki bankka qo'yish mumkin va ularning qiymati vaqt davomida o'zgaradi), ushbu ob'ektga investitsiyalar kiritish bilan bog'liq xatarlar va noaniqlilik va boshqa sabablar tufayli har xil qiymatga ega bo'lishlari mumkin.

Ko'pincha bu miqdorni sarmoya daromadligining o'rtacha darajasi bilan taqqoslanishi loyihani amalga oshirilishini maqsadga muvofiqligi haqidagi xulosaga olib keladi.

Iqtisodiy samaradorlikning diskontlantirilgan mezonlari:

Diskontlashtirilgan mezonlar pullarning vaqtdagi har xil qiymatini hisobga oladi. Umumiy ko'rinishda diskont stavkasi (r) quyidagicha taqdim etilishi mumkin:

$$r = IR + MRR \times RI,$$

bu erda: IR (inflation rate) –iflyatsiya sur'ati,

MRR- (minimal roleof return) –foydaning eng kichik haqiqiy me'yori, ya'ni pul mablag'laridan muqobil foydalanishda olinadigan foydaning eng kam me'yori.

RI (risk of investments) - investitsion xatar darajasini hisobga oluvchi koeffisient.

Ammo aniq investitsion loyihalarni ishlab chiqishda diskont stavkasini hisoblash muammosi ko'rib chiqilmaydi. Odatda u ekzogenli miqdor (ya'ni tashqaridan berilgan) sifatida beriladi va qoidaga ko'ra, teng kreditli foiz (sarmoyaning muqobil qiymati)ga tegishli bo'ladi. Ko'pgina firmalar diskont stavkasini uzoq muddatli bank kreditlari bo'yicha o'rtalashtirilgan foizli stavkalardan kelib chiqqan holda belgilaydilar.

Bir necha muqobil loyihalardan tanlab olishda daromadlikning ichki me'yori yagona ziddiyatli bo'lmagan ko'rsatkich bo'ladi. U ko'rib chiqilayotgan loyihalarni investitsiyalardan foydani ko'paytirish maqsadida ishonchli ranjirovkasini amalga oshirishga imkon beradi. SHunday qilib, innovatsion faoliyat samaradorligining tahlili innovatsiyalar menejmentining dolzarb vazifasi bo'ladi, u innovatsion loyihalarni boshqarishga tizimli yondoshishni qo'llash asosida hal qilinishi mumkin.

Nazorat va muhokama uchun savollar:

1. Innovatsiya tushunchasiga izoh bering.
2. Innovatsion faoliyatning maqsadi va mohiyatini tushuntirib bering.
3. Innovatsiyalarni boshqarish deganda nimani tushunasiz?
4. Innovatsiyalar samaradorligini baholash qanday amalga oshiriladi?

4.5-MAVZU. SANOAT KORXONALARINING MARKETING FAOLIYATI

- 1.Marketing - ishlab chiqarishni boshqarish vositasi
- 2.Sanoat korxonalarida marketing strategiyasini ishlab chiqish

1. Marketing - ishlab chiqarishni boshqarish vositasi

Bozor munosabatlarining ravnaq topishida, erkin raqobat va aholi turmush farovonligini ta'minlashda marketing faoliyati muhim ahamiyat kasb etadi.

Marketing ("marketing") - (ingliz tilidan "market" - bozor va "ing" qo'shimchasi - harakat, faoliyat ma'nosini anglatadi) "bozor bilan bog'lik faoliyat" ma'nosida tarjima qilinadi. Lekin bu tushunchaning ma'nosi juda kengdir. Amerika Marketing Assosiasiyasining ma'lumotlariga asosan marketingga 2000 dan ortiq turli-tuman ta'riflar berilgan bo'lib, ulardan ko'pchiligi marketing -

xaridorlarning aniq guruhlari ehtiyojlarini qondirish, bozor muammolarini echishga har tomonlama yondashish, ehtiyojlarni ayirboshlash yordamida qondirishga qaratilgan faoliyat turi ekanligini ifodalaydi, shuningdek, boshqa bir qancha umumiy qoidalarni qamrab oladi.¹⁵

Marketing - ayirboshlash yo'li bilan ehtiyoj va talablarni qondirishga yo'naltirilgan inson faoliyatining turi.¹⁶

Marketing – bu ayirboshlash asosida tovarlar, xizmatlar, tashkilotlar, insonlar, hududlar va g'oyalarga bo'lgan talabni bashoratlash, boshqarish va qondirishdir.¹⁷

Marketing - bozordagi barcha qatnashchilarning o'zaro manfaatlariga asoslangan harakatlarini, talabni shakllantirish va qondirish uchun birlashtirishdir.

Marketing - bu tovar harakatining barcha bosqichlarini o'z ichiga oluvchi, talab va taklifni o'rganish, mahsulot ishlab chiqarish dasturini yaratish, sotish va iste'mol qilish bilan bog'lik bo'lgan turli xildagi xizmatlar ko'rsatish va iste'moldan chiqqandan keyin utilizatsiyalashni tashkil qilish kabi bozor muammolarini echishda yaxlit-tizimli (kompleks-sistemali) yondashishdir.

Marketing - bozorda vujudga keladigan iqtisodiy munosabatlarni faollashtirish uslublarini, tovarlarni ishlab chiqarish hamda sotish muammolarini yaxlit, tizimli echish uslublarini, bozorda vujudga keladigan o'zgarishlarga tezda moslashish, iste'molchilarga tabaqali yondashish, raqobatbardosh yangi tovarlarni vujudga keltirish va ularni ishlab chiqarishni tashkil etish, kon'yunkturani o'rganish va bashorat qilish hamda ta'sirchan reklamani rivojlantirish masalalarini o'rganishni o'z oldiga maqsad qilib qo'ygandir.

Talab bilan taklifni o'zaro ta'siri - bu alohida shaxslar yoki guruhning xohish-ehtiyojlarini uzluksiz qondirish jarayoni bo'lib hisoblanadi. Bu jarayon o'z navbatida shunday ijtimoiy-iqtisodiy kategoriyalarni o'zaro ta'siriga asoslanadi, ya'ni ularga muhtojlik, ehtiyoj (xohish), talab, xarid qilish (ayirboshlash, bitim) va aniq tovar va xizmatlarni iste'moli (ishlatilishi) kiradi.

Bu tushunchalar marketing tushunchasi, mohiyatini aniqlashga imkon beradi.¹⁸

Muhtojlik – kishini biron bir narsani etishmasligini his etishidir.

Ehtiyoj – individ shaxsning madaniy darajasiga asosan maxsus shaklga muhtojlikdir.

Talab – bu xarid quvvatiga ega bo'lgan ehtiyoj.

Talab – mavjud, potensial hamda xohish talabga bo'linadi.

¹⁵ Bagiev G.L., Tarasevich V.M. Marketing. Uchebnik dlya vuzov / – 4-e izd., pererab. i dop. – SPb: Piter, 2012. 11 str.

• ¹⁶ Ph.Kotler. Marketing Essentials – Prentice Hall Inc., 2000.
<http://www.harvardmanagementor.com/demo/demo\market\print.htm>

• ¹⁷ Joel R. Evans, B. Berman. Marketing – 7-th edition, Upper Saddle River, N.J.:Prentice Hall, 1997.

• ¹⁸ Ph.Kotler. Marketing Essentials – Prentice Hall Inc., 2000.
<http://www.harvardmanagementor.com/demo/demo\market\print.htm>

Tovar – bu ehtiyojni yoki muhtojlikni qondira oladigan hamda bozorga e'tiborni tortish, sotib olish, ishlatish yoki iste'mol qilish maqsadida taklif etilgan barcha narsalardir.

Marketingni mohiyati tovarni ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish albatta iste'molchiga, talab, ishlab chiqarish imkoniyatlarini mo'ljallashdan iborat.

Marketing asosida bozorni har taraflama o'rganish yo'nalishlarining asosiylaridan quyidagilarni ko'rsatib o'tish zarur:

- talabni o'rganish;
- bozor tarkibini aniqlash;
- tovarni o'rganish;
- raqobat sharoitlarini tadqiq qilish;
- sotish shakli va uslublarini tahlil etish.

Marketing quyidagilarni o'rgatadi:

- bozorni o'rganishni;
- uni taqsimlashni;
- tovarlarni joylashtirishni;
- marketing siyosatini olib borishni;
- tovar siyosatini;
- narx siyosatini;
- taqsimot siyosatini;
- siljitish (yo'naltirish) siyosatini;

yuksalish, qo'shimcha xizmatlarni (Plyus) - (bunga marka, sotishdan keyingi xizmat, kafolat va texnik yordam, etkazib berish, assortiment, shaxsiy iste'mol va boshqalarni kiritish mumkin).

Marketing konsepsiyasini olib borish uchun marketing funksiyalarini amalga oshirish orqali hal etiladi. Marketing funksiyalari quyidagi guruhlariga bo'linadi:

- marketing tadqiqotlari;
- mahsulot assortimenti ishlab chiqarish sohasini rivojlantirish;
- sotish va taqsimot funksiyasi;
- tovarni siljitish;
- narxni tashkil etish funksiyasi;
- marketing-menejment funksiyasi.

1. Marketing tadqiqotlari funksiyasida:

- xalqaro bozorni tahlil etish;
- sotish bozorini tadqiq etish;
- iste'molchi ehtiyojlarini tadqiq etish;
- marketing operatsiyalarini o'rganish;
- axborot to'plash va qayta ishlash;
- marketing-miks kompleksini tadqiq qilish;

- raqobatlarni o'rganish;
- benchmarking;
- talabni va sotishni bashorat qilish va boshqalar o'rganiladi.

Tahliliy funksiyada tashqi muhit omillari, bozor, uning elementlari va holati, iste'molchilar, bozorni tuzilishi, tovar va tovarni tuzilishi, shuningdek firmaning ichki muhiti tahlil qilinadi. Bunda firma rahbariyati tomonidan nazorat qilinadigan omillar - texnologik jarayon, moliyaviy ahvoli, tashkiliy tuzilish, bozorni tanlash va boshqalar hisobga olinadi.

Tashqi muhit omillariga iste'molchilar, raqobat hukumat, iqtisodiyot, texnologiya, mustaqil ommaviy axborot vositalari kabi nazorat qilinmaydigan omillar kiradi.

2. Mahsulot yaratish funksiyasi orqali marketing faoliyatida yangi mahsulotlarni yaratish, yangi mahsulotlar ishlab chiqarishni tashkil etish, ishlab chiqarish sohasiga tovar raqobatdoshligi va sifatni boshqarish, shuningdek tovar siyosatini ishlab chiqish masalalari hal etiladi.

3. Sotish funksiyasi orqali tovarni taqsimlash va sotish siyosatini ishlab chiqish, savdo-taqsimot tarmog'i orqali sotuvni tashkil etish, yuk tashishni va omborga joylashtirishni tashkil etish, tovar aylanmasini aniqlash, taqsimot tizimini fizik oqimlarini nazorat qilish va sotishni tahlil etish o'rganiladi.

4. Tovarni siljitish funksiyasi natijasida sotishni rag'batlantirish va reklama siyosatini ishlab chiqish; sotishni rag'batlantirishni samarali instrumentlarini asoslash; tovarni siljitish to'g'risida multimedia texnologiyalarini asoslash; ichki firma reklamasini tashkil etish; sotuv ishlarini rag'batlantirish; pablik rileyshnzni tashkil qilish va boshqalar to'liq o'rganiladi.

5. Narxni tashkil etish funksiyasi orqali narxni shakllanish strategiyasi va taktikasini ishlab chiqish; sotuvni har bir bozori uchun har bir mahsulot uchun yashash davrini turli bosqichlarida narx matrisasini tuzish; joriy narxlar o'zgarishi mexanizmini tuzish; raqobatchi narxini tahlil qilish; yangi mahsulot uchun narx belgilash kabilar hal etiladi.

6. Marketing-menejment funksiyasi esa marketingni boshqarishni tashkil etish; nazorat qilish, marketing xizmatini tashkiliy tuzilishini ishlab chiqish, marketing faoliyati tizimida boshqaruv qarorlarini optimallashtirish, audit, marketing xizmati faoliyati samaradorligini baholash kabilarni o'rganadi.

Iste'molchi va bozorni to'liq o'rganish natijasida xaridorlarga mo'ljallangan marketing strategiyalarini ishlab chiqish mumkin bo'ladi. Marketing menejment maqsadli bozorlarni tanlash hamda ular bilan manfaatli aloqalar o'rnatish ilmi va san'atidir. Marketing bo'yicha menejmering maqsadi - maqsadli xaridorlarni saqlab qolish va ko'paytirish uchun tovarni yaratish, etkazish va uzatish bilan bog'liq qadriyatlar yaratishdan iborat. Maqbul marketing strategiyasini ishlab chiqish

maqsadida marketing bo'yicha menejer 2 ta savolga javob topishi lozim: qanday xaridorlarga xizmat qilamiz (maqsadli bozorimiz qaysi?) va bu xaridorlarga qanday qilib yaxshiroq xizmat qilishimiz mumkin (qanday qadriyatlarni taklif etyapmiz?).¹⁹

Marketing funksiyalari firmani boshqa funksiyalari, ya'ni ishlab chiqarish, kadrlar, moddiy texnika ta'minoti, moliyaviy, buxgalteriya hisobi funksiyalari bilan birga amalga oshiriladi.

Marketingning funksiyalari xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning boshqa funksiyalaridan farqi shundan iboratki, marketing funksiyalari xo'jalik yurituvchi sub'ektlar, uning iste'molchilari, mijozlari o'rtasida ayirboshlash jarayonini amalga oshirish va tashkil etishga qaratilgandir. SHuning uchun ham marketing funksiyalari doimo o'zgarib boradigan ehtiyoj hamda talabni shakllanishi, yaratilishi va rivojlanishiga ta'sir etadi.

Marketing - bozorda vujudga keladigan iqtisodiy munosabatlarni faollashtirish uslublarini, tovarlarni ishlab chiqarish hamda sotish muammolarini yaxlit, tizimli echish uslublarini, bozorda vujudga keladigan o'zgarishlarga tezda moslashish, iste'molchilarga tabaqali yondashish, raqobatbardosh yangi tovarlarni vujudga keltirish va ularni ishlab chiqarishni tashkil etish, kon'yunkturani o'rganish va bashorat qilish hamda ta'sirchan reklamani rivojlantirish masalalarini o'rganishni o'z oldiga maqsad qilib qo'ygandir.

Marketing korxonani boshqarish bilan bog'liq vazifalarni o'zida qamrab oladi. Marketing mahsulot, moliya, buxgalteriya va inson resurslarini hisobga olgan holda birgalikda ishlashi kerak. Bunda nafaqat joriy iste'molchilar talabi, balki kelgusida uzoqqa mo'ljallangan talabni o'rganish muhimlashadi.

Korxona oldiga qo'ygan maqsadlariga erishish uchun marketing quyidagi muhim vazifalarni hal etishi lozim:

- xaridorlar ehtiyojini o'rganish va aniqlash;
- narxning faoliyatini xaridorlar ehtiyojiga moslashtirish;
- avvalo talab va taklif to'g'risida olingan ma'lumotlar asosida bozorni o'rganish;
- tovarlar reklamasini tashkil etish, xaridorlarni tovarlarni sotib olishga qiziqishini orttirish;
- tovar yaratuvchi yoki uni sotuvchi narx tadqiqotlarini amalga oshirish uchun ma'lumotlar to'plash va tahlil qilish;
- tovarni bozorga chiqarishdagi barcha xizmatlar to'g'risida ma'lumotlar olish;

• ¹⁹ Ph.Kotler. G.Armstrong. Principles of Marketing. – 14-th edition, Upper Saddle River, N.J.:Prentice Hall, 2012.

- to'ldiruvchi tovarlar va o'rmini bosuvchi tovarlar to'g'risida axborot yig'ish;
- tovarlarga bo'lgan talabni istiqbollash, ularni amalga oshirishni nazorat qilishdan iboratdir.

Marketingni vazifalari quyidagi 13.1-chizmada berilgan.



13.1-chizma. Marketingning vazifalari

Marketingni bosh vazifasi korxonaning mavjud va potensial imkoniyatlarini baholash va amalga oshirish hamda bozorda talab va taklifni muvofiqlashtirish maqsadida imkoniyatlarni aniqlashdan iborat.

Marketing yoki tadbirkorlik faoliyati aniq natijaga erishish maqsadida amalga oshiriladi. Marketingni asosiy maqsadlari firmaning asosiy maqsadlari bilan o'zaro aloqadordir.²⁰

• ²⁰ Bagiev G.L., Tarasevich V.M. Marketing. Uchebnik dlya vuzov / – 4-e izd., pererab. i dop. – SPb: Piter, 2012. 23str.

Korxonaning asosiy maqsadlari

Maqsadlar	Ko'rsatkichlar
Bozorni egallash	Bozor ulushi, aylanma, tovarni roli va ahamiyati, yangi bozorlarni qamrab olish
Rentabellik	Foyda, aylanmaga nisbatan rentabellik, shaxs kapitalini rentabelligi, umumiy kapitalni rentabelligi
Moliyaviy barqarorlik	Kreditga layoqatliligi, likvidligi, o'z-o'zini moliyalashtirish darajasi, kapitalni tuzilishi
Ijtimoiy maqsadlar	Ish bilan qoniqish, daromad darajasi va ijtimoiy ximoya, ijtimoiy integrasiya, shaxsiy rivojlanish
Bozordagi pozisiya va prestij	Mustaqilligi, imij, siyosiy sharoitga munosabati, jamiyatni tan olishi

Firmaning asosiy maqsadlariga quyidagilar kiradi:

- bozorni egallash;
 - rentabellik;
 - moliyaviy barqarorlik;
 - ishlab chiqarishni ijtimoiy omillarini ta'minlash;
- bozordagi mavjud va prestijni tashkil tadbiriq mustahkamlash.

Marketing maqsadlari tahlili unga erishish bo'yicha asosiy vazifalarni shakllantirishga imkon beradi. Meffert 1986 yilda 3 ta o'zaro bog'liq marketingni kompleks vazifalarini ajratib ko'rsatadi:

1. Talabni tartibga solish bilan bog'liq bo'lgan bozor faoliyatiga kiruvchi vazifalar.

2. Firma yoki korxona sohasiga taalluqli vazifalar.

3. Tashqi muhit va jamiyat tashkilotlari bilan bog'liq masalalar.

Marketing vazifalari natijasida marketing jarayonini barcha bosqichlariga mos keluvchi marketing funksiyalari shakllanadi va doimo tartibga solib boriladi.

2. Sanoat korxonalarida marketing strategiyasini ishlab chiqish

Marketingning tarkibiy tuzilishi haqida fikr yuritilganda uning 2 darajada amal qilishini – mikromarketing va makromarketing turlari mavjudligini alohida ta'kidlash zarur. Bu tushunchalarni fanga birinchi marta F.Kotler 1972 yilda kiritdi va ularni xo'jalik faoliyati bilan shug'ullanadigan tashkilotlar bilan bir qatorda

foйда olish bilan bog'liq bo'lmagan madaniyat, ijtimoiy, siyosiy va shunga o'xshash tashkilotlarga nisbatan ham qo'lladi.

Mikromarketing - korxonaning ishlab chiqarishni shakllantirish, tovarlar va xizmatlarning tayyorlovchidan iste'molchi yoki foydalanuvchiga borish oqimini boshqarish bilan bog'liq bo'lgan faoliyatdir.²¹ Uning asosiy vazifasi talabni qondirish va ayni paytda korxona oldiga qo'ygan maqsadlarga erishishdir. Boshqacha aytganda bu ijtimoiy iqtisodiy jarayon bo'lib, mahsulot yoki xizmatlarga bo'lajak talab tarkibini o'rganish, shuningdek bu talabni, taklifni shakllantirish iste'molchiga axborot berish yo'llari bilan qondirish maqsadini ko'zlaydi.

Turli darajadagi boshqarish vositalari va usullari o'zaro farq qilinadi. Korxona darajasida asosan marketing-miks vositalaridan foydalaniladi. Undan yuqoriroq darajalarda investitsiya siyosati narxlarni boshqarish, ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlari va shunga o'xshash faoliyat ko'rsatadi.

Marketingni boshqarish – marketing faoliyatini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan barcha moddiy, moliyaviy, me'yoriy va boshqa resurslarning majmui bo'lib, uni amalga oshirish jarayonida barcha xodimlar faoliyatini bir maqsadga yo'naltirish, uyushtirish va muvofiqlashtirishdan iboratdir. Bunda iqtisodiy, texnikaviy va boshqa qonunlardan ongli ravishda foydalaniladi. Bu faoliyat marketologlardan nihoyatda katta bilim, shijoat va tuganmas mehnat talab qiluvchi murakkab tizimdir.

Marketingni boshqarish tizimining tarkibiy qismlari: maqsad tamoyillari, vazifalari, tashkiliy tuzilishi, usullari, boshqarishning texnika va texnologiyasi, kadrlar va boshqalardan iborat. Marketingni boshqarishning maqsadi tizimning to'g'ri va murakkabligi darajasiga qarab o'zgaradi. Uning tashkiliy tuzilishini mezoni va maqsadi deganda marketingning tarkibiy tuzilishining dinamik barqarorligi, evolyusiya o'zgarishlari va tashqi muhit bilan o'zaro ta'siri tushuniladi. Bu maqsad marketing faoliyat ko'rsatayotgan sohalarda belgilangan darajadagi foyda olishga yo'naltirilgan barcha faoliyatni boshqarishdir.

Marketingni boshqarish jarayoni quyidigilardan tashkil topilgan:

- bozor imkoniyatlarini tahlili;
- maqsadli bozorni tanlash;
- marketing kompleksini ishlab chiqish;
- marketing chora-tadbirlarini hayotga tadbiq etish.

Bozor imkoniyatlari tahlilida marketing tadqiqotlari marketing axboroti, marketing muhiti, bozor tuzilishi, ulgurji va chakana savdo tahlili olib boriladi.

²¹ Ph.Kotler. Marketing Essentials – Prentice Hall Inc., 1984.
<http://www.harvardmanagementor.comdemo/demo/market/print.htm>

Maqsadli bozor tanlashda esa talab hajmi va bozorni segmentlash jarayonlari ko'rib o'tiladi.

Marketing kompleksini ishlab chiqarishda esa tovar ishlab chiqarish, tovarga narx o'rnatish, tovarlarni tarqatish usullari va sotishni rag'batlantirish, ishlab chiqarishning kommunikativ siyosati ustida ishlar olib boriladi.

Marketingni tashkil etish - marketing xizmatini boshqaradigan idoralarning tashkiliy ko'rinishi bo'lib, u yoki bu topshiriqni bajarish uchun bo'ysunish va javobgarlikni belgilaydi.

Bugungi kunda ko'p sondagi marketing bo'limlarining tashkiliy tuzilishlari ma'lum: bajariladigan funksiyalar bo'yicha, geografik hududlar bo'yicha, tovarlar, markalar va(yoki) bozorlar bo'yicha. Demak, marketingni tashkil qilish korxonada bir necha yo'nalishda amalga oshirilishi mumkin:

1. Funksional tashkil etish. Korxonada marketing bo'limini tashkil etishning eng keng tarqalgan turi hisoblanadi. Bunda javobgarlik taqsimot, sotish, ta'minot va tovar harakatini tashkil qilish doiralari qo'shiladi. Ushbu funksiyalarni bajaruvchilar korxonaning marketing bo'yicha vise-prezidentiga bo'ysunadilar.²²

Funksional tashkil etishning yutuqlari, bo'linmalarning boshqarishdagi soddali, bajariladigan funksiyalarga yuqori javobgarlikdan iboratdir. Lekin bu tuzilishning qator kamchiliklari ham mavjud:

- tovarlar bo'yicha maxsus bo'limlarning yo'qligi;
- bozorning hududiy segmentlari bo'yicha maxsus bo'limlarning yo'qligi;
- bozor talablarining o'zgarishi va iste'molchilar talabiga operativ reaksiyaning sustligi;
- marketing tashkilotlari tadbirlarning moliyalashtirish masalalarini hal etishning qiyinlashganligi.

2. Tovarlar tamoyili bo'yicha tashkil etish. Unda funksional tamoyillarga, yana bir tovar markasi uchun boshqaruvchilar qo'shiladi. Bunda tovar ishlab chiqarishni tovar assortimenti bo'yicha rahbar boshqarib, unga barcha tovar guruhlari bo'yicha boshqaruvchilar bo'ysunadi, o'z navbatida ularga har bir alohida tovar uchun boshqaruvchilar bo'ysunadi. Har bir tovar bo'yicha boshqaruvchi ushbu tovarni ishlab chiqarish bo'yicha rejalar tuzadi, ularning bajarilishi ustidan nazorat qiladi, natijalarni tekshiradi, kerak bo'lsa ushbu rejalar qayta ko'rib chiqadi. Marketing xizmatining tashkiliy tuzilishi bu kabi bo'lgan shakl, avvalo ishlab chiqaradigan tovarlar assortimenti keng bo'lgan firmalarda o'zini oqlaydi. Birinchi bor tovar bo'yicha tashkil etish 1927 yilda "Procter & Gamble" firmasi tomonidan qo'llanilgan. Ularning "Camay" nomli yangi atir sovuni bozorda yaxshi ketmayotgan edi va keyinchalik kompaniya prezidenti

• ²² Philip Kotler. A Framework for Marketing Management. - Prentice-Hall, Inc. A Pearson Education Company Upper Saddle River, N.J., 2001.

bo'lgan bir yosh mutaxassis Neyl X. Makelroyga ushbu tovarni qayta ishlash va sotuvini rag'batlantirish vazifasi yuklatildi. Ish muvaffaqiyatli kechganidan so'ng, kompaniyada tovarlar bo'yicha boshqa boshqaruvchilar ham vujudga keldi.²³

Tovar tamoyili bo'yicha tashkil etish shakli ham, shuningdek kamchiliklarga ega. Boshqarishning bu kabi tizimi marketing faoliyatining o'ziga xos tomonlarini doim ham e'tiborga olmaydi. Tovarlar bo'yicha guruhlar ishchilari o'z majburiyatlarini samarali bajarish uchun yetarlicha huquqlarga ega emas, boshqaruv apparatida katta sonli guruh va guruhchalar paydo bo'lishi bilan ularni ushlab turish katta xarajatlar talab qiladi.

3. Bozor tamoyili bo'yicha tashkil etish. Unda funksional tamoyillarga, yana bir hudud bozorlari va iste'molchilar turi bo'yicha boshqaruvchilar qo'shiladi. Bozor tamoyili bo'yicha tashkil etishda deyarli barcha korxonalar o'z tovarini xarakteri jihatidan turlicha bo'lgan bozorlarda sotadi. Turli bozorlarning sotib olish xususiyatlar yoki turli tovar afzalliklariga ega bo'lgan hollardagina bozor tamoyiliga ko'ra tashkil etish maqsadga muvofiqdir. SHuning uchun marketing xizmati bo'limlari asosiy bozorlarga qarab tuziladi.

Marketing xizmatining tuzilmasi qaysi usul va tamoyil bo'yicha tashkil etilmasin, uning asosiy funksiyasi va vazifasi quyidagilardir:

- firma faoliyati holatini tizimli va kompleks tahlil qilishni o'tkazish, muvaffaqiyatsizlik sababini va zaxiralarini aniqlash, marketing siyosati va marketing faoliyatida tajriba va yutuqlardan foydalanish;

- marketing strategiyasini ishlab chiqish, asosiy marketing maqsadini aniqlash, ishlab chiqarishni istemolchi talabiga moslashtirish, yangi maqsad, strategiya va taktikalarni aniqlash va shakllantirish;

- marketing faoliyatining amalga oshuvini tashkil etish, firma turli xizmatlar va bo'limlari faoliyatini koordinasiyalash, konyuktura - baho ishini amalga oshirish, bozorni va uni rivojlantirish istiqbollarini o'rganish, raqobatchi firma tovari strategiyasini o'rganish;

- reklama ishini tashkil etish, reklamaning nisbatan eng maqbul kanal va variantlarini tanlash, reklama matni va badiiy bezalishini amalga oshirish, kelishilgan reklama materiallarini bevosita bajaruvchilar bilan amalga oshirish;

- istemolchi tovar va xizmatlar bilan tanishuvini amalga oshirish maqsadida ko'rgazma va yarmarkalar tashkil etish, ularni o'tkazish, vaqti va joyini aniqlash, turli matbuot konferensiyalari, uchrashuvlar, simpozium va seminarlarni tashkil etish;

- patent konyuktura tadqiqotlarini amalga oshirish, yangi tovarlarni yaratishni tashkil qilish va unda ishtirok etish, mahsulot sifatini oshirish;

²³ Ph.Kotler. Marketing Essentials – Prentice Hall Inc., 1984.

<http://www.harvardmanagementor.com/demo/demo/market/print.htm>

- tovar va xizmatlarni samarali sotishni uyushtirish, etkazib berishni nazorat qilish, zaxiralarni optimallashtirish, samarali tovar harakatini amalga oshirish;

- doimiy marketing nazoratini uyushtirish, qabul qilingan boshqaruv qarorlarining tahlili va ular samaradorligi, reklama faoliyati ustidan nazorat, barcha "xarajat – natija" mezonini bo'yicha marketing xarajatlarining doimiy nazorati;

- marketing faoliyatida hisob kitob yuritishni tashkil qilish, faoliyat baho ko'rsatkichlarini aniqlash va hisoblash, marketing xizmati faoliyatini baholash, har bir marketing xodimini rag'batlantirish.

Marketing rejalarini tayyorlash va ularni amalgam oshirishda marketing xizmati rahbari faqat o'z sheriklari manfaatlarinigina emas, balki firma ichidagi guruhlar, oily boshqaruv, moliyaviy xizmat, ilmiy izlanish, tajriba-konstruktorlik ishlari xizmati, ta'minot xizmati, ishlab chiqarish va buxgalteriyaning manfaatlarini ham hisobga olish kerak. Ular firmaning boshqa bo'limlari bilan ham uzviy hamkorlikda ishlashi kerak. Masalan, moliyaviy xizmat xodimlari vositalardan foydalanish va naqdlilik muammolari bilan qiziqadilar, bu marketingning rejalarini hayotga tadbqiq etish uchun muhimdir. Ilmiy izlanish, tajriba - konstruktorlik ishlari xizmati mahsulot ishlab chiqarish metodlarini ishlab chiqish va konstruktorlash muammolari bilan shug'ullanadi, natija ular marketing xizmatlaridan tovarlarga buyurtmalar oladilar, bu buyurtmalarda tovarlarning parametrlari, ularning sifatleri va xossalari o'z ifodasini topadi.

Korxonaning marketing xizmati tajriba eksperiment ishlarini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan xom ashy ova materiallarning mavjud miqdorining mavjud bo'lishi, ularning yaratish va amalgam oshirish bilan ham shug'ullanadi. Ishlab chiqarish kerakli miqdordagi tovar ishlab chiqarish uchun javobgarlikni o'ziga oladi. Buxgalteriya xizmati daromad va xarajatlarni kuzatib boradi. Ish naqadar muvaffaqiyatli borayotganini marketing xizmatiga bildirib turadi, barcha ko'rsatkichlar bo'yicha kerakli axborotni beradi. Bu bo'linmalar faoliyati u yoki bu darajada marketing xizmati rejalarida ham, harakatlarida ham o'z aksini topadi, ular o'z navbatida oldiga qo'yilgan masalalarni hal etishga yordam beradi.

Marketingning kommunikatori quyidagi masalalarni hal etishi lozim:

- maqsadli auditoriyani aniqlash; maqsadli auditoriyani aniqlash bu kommunikatorning eng asosiy vazifasi hisoblanadi. Siz kim uchun tovar ishlab chiqargan bo'lsangiz, o'sha sizning maqsadli auditoriyangiz hisoblanadi. Masalan, aholining ma'lum bir qatlami, ayollar, yoshlar, biznesmenlar va boshqalar.

- reklama qilishdan asosiy maqsadni aniqlash. Siz turli maqsadlarda tovaringizni reklama qilishingiz mumkin. Bu maqsadlarni quyidagi turlarga bo'lish mumkin:

- a) tovar haqida ma'lumot berish – bunda xaridorlar shunday tovarlar borligi, tovarning nomi, markasi haqida ma'lumotlarga ega bo'ladilar.

b) xaridorlarning tovar haqidagi bilimlarini oshirish – bunda xaridor tovar haqida ma'lumotga ega bo'lishi mumkin, lekin bu ma'lumotlar yetarli bo'lmasligi mumkin. O'shanda tovar haqida to'liq ma'lumot beriladi.

v) xaridorni tovarga bo'lgan munosabatini ijobiy tomonga o'zgartirish – bunda asosan xaridorning tovar haqidagi fikri va tovarga bo'lgan munosabati yaxshi bo'lmagan holda foydalaniladi. YA'ni kommunikator xaridorlar tovarni yoqtirmasliklari sababini aniqlab, reklama orqali o'sha kamchiliklarni bartaraf etilganligini ko'rsatib berishi kerak.

g) xaridorlarni ishontrish. Buning uchun ishontruvchi reklamadan foydalaniladi. Bunda sizning tovaringizning raqobatchilar tovarlaridan ustunliklari va uning foydaliligi ko'rsatiladi. Ishontrishning asosiy vositalaridan biri bu omma bilan aloqa hisoblanadi.

d) sotish hajmini oshirish maqsadida qilinadigan reklama. Bunda tovar haqida hamma yetarli ma'lumotga ega, lekin xaridorlarga tovarni eslatib turadi.

- Axborotni tanlash. Siz, qanday maqsadda reklama qilishingizni aniqlab olganingizdan keyin shunday reklama tekstini tayyorlashingiz kerakki, u maqsadli auditoriyaga o'z ta'sirini o'tkazsin.

- Axborotlashtirish vositalarini tanlash. Kommunikator ma'lumotni tayyorlagandan keyin uni qaysi kanal orqali etkazishni aniqlash kerak. Ma'lumotlarni etkazishning ikki asosiy turi farqlanadi: shaxsiy (individual) va umumiy.

- shaxsiy (individual) kanalga xaridor bilan alohida suhbat o'tkazish, telefon orqali aloqa qilish, pochta orqali murojaat qilish va boshqalar kiradi;

- umumiy kanalga ommaviy axborot vositalari, turli chora-tadbirlar, konferensiyalar va boshqalar kiradi.

Marketing kommunikasiyasida asosiy o'rinni reklama egallaydi. Bu bozor faoliyatining ko'p qirrali ko'rinishi bo'lib, u ba'zan mustaqil yo'nalishga ajratiladi. Marketing va reklama bir yirik jarayonning ikki tomonnini tashkil etadi. SHu bilan bir vaqtda reklama marketing tizimida o'ziga xos o'rinni egallaydi.

Mutaxassislar fikricha, reklama kommunikasiya shakli deb qaraladi, qaysiki, u tovar sifati va xizmat ko'rsatishni, shuningdek g'oyani iste'molchining talab va ehtiyojiga muvofiq tashkil etishga intiladi.

Reklamaning mohiyati ishlab chiqaruvchi manfaatidan kelib chiqib xaridorda tovarni sotib olish to'g'risida tasavvur uyg'otishi zarur. Reklamaga tovar ishlab chiqaruvchi o'z tovari bilan bozorga kirayotgani to'g'risidagi axborot deb qarash lozim. Bunda so'z tovar iste'molchining ehtiyojini ma'lum darajada qondirayotgani haqida borayotganini tushunish muhim. Ishlab chiqaruvchi manfaati mahsulotini bozorda sotishga, xaridor manfaati esa o'z ehtiyojini qondirishga qaratilgan bo'ladi.

Ishlab chiqaruvchi va iste'molchi o'rtasidagi kommunikativ aloqa reklama hisoblanadi. Reklama korxona va bozor o'rtasidagi butun aloqa tizimini o'z ichiga oladi. Iste'molchi reklama qilinayotgan tovar to'g'risida malakali bilimga, ya'ni tasavvurga ega bo'lishi kerak. Reklama xabarlar shunday bo'lishi zarurki, u iste'molchida tovarga nisbatan ijobiy munosabat uyg'otishi va uni sotib olishga ishonch uyg'ota olishi lozim.

Reklama mazmuniga kelganda, unga tovarlarni va ularning iste'mol qilish xususiyatini tashviqot qilish deb qaralishi shart. Ayrim qarash va g'oyalarning shakllanishi tashviqot qilish reklamani rivojlantirishning yangi imkoniyatlarini ochadi.

Marketing faoliyati tajribasi shuni tasdiqlaydiki, reklamani ta'sirchanligi unga tovarlarni ishlab chiqaruvchidan tortib iste'molchiga bo'lgan harakat tizimidagi o'rniga nechog'li ahamiyat berilishiga bog'liqdir. Reklamani samadorligi esa jamoatchilik fikrining shakllanishi va iste'mol narxlarining o'zgarishi bilan o'lchanadi.

Reklamani faoliyat doirasi o'z ichiga:

1) Iste'molchining reklama qilinayotgan tovar va xizmatga hamda bozorga bo'lgan ehtiyojini o'rganish;

2) Maqsadga erishishni strategik rejalashtirish, bozor chegarasini aniqlash, reklama vositalaridan foydalanish rejalarini ishlab chiqarish va uni mohiyatlashtirish yuzasidan zarur tadbirlar ishlab chiqish;

3) Reklama vositalarini tanlash bo'yicha xarajatlar tizimini belgilashda taktik qarorlar qabul qilish, matbuotda e'lonlarning yoritilishi va namoyish qilinishi yuzasidan tadbirlar ishlab chiqish;

4) Matn yozishni hisobga olgan holda e'lon tuzish, maket tayyorlash, uni badiiy bezash va ularni ishlab chiqarishni o'z ichiga oladi.

Reklama savdodagi texnologiya jarayonining tarkibiy qismidir. Modomiki tovar sotish chakana savdodagi asosiy texnologiya jarayoni ekan, reklama ham xaridor bilan uchrashgan paytdan, uning talab va ehtiyoji aniqlangan paytdan, tovarni oqilona ko'z-ko'z qilishdan boshlanadi. Tovarning xususiyatlari, sifati to'g'risida, uni ishlatish, iste'mol qilish usullari to'g'risida o'z vaqtida maslahati berish, do'konlardagi texnologiya jarayonlarini tashkil etishda muhim o'rin to'radi. So'ngra, biror tovarga qo'shib olinadigan tovarlarni tavsiya etish ham reklamani diqqat markazida bo'lishi kerak.

Chakana savdodagi reklamani qo'llash joyiga, vazifasiga texnikaviy vositalarni qo'llash va ulardan foydalanish uslublariga qarab bir-biridan farq qiladi.

Qo'llanish joyiga ko'ra reklamalar do'konga kiruvchi xaridorlarga mo'ljallangan do'kon ichidagi va butun aholiga qaratilgan do'kon to'g'risidagi turlarga bo'linadi.

Vazifasiga ko'ra reklama vositalari aholining muayyan kategoriyalari va guruhlariga (maktab o'quvchilari va ularning ota-onalariga, paxtakorlarga, parxez taomga muhtoj bo'lgan kishilarga va shu kabilarga) mo'ljallangan bo'ladi.

Texnikaviy vositalarni qo'llash va ulardan foydalanish uslublariga ko'ra reklama quyidagi turlarga bo'linadi:

a) Vitrina-ko'rgazma reklamasi (deraza va do'kon ichkarisiga o'rnatilgan vitrinalar, do'konlardagi va boshqa jamoat joylaridagi tovar ko'rgazmalari);

b) Tasviriy, fotografik yoritilgan reklamalar (do'konlarning tamg'alari, reklama yozuvlari, plakatlar, preyskurantlar, ko'rsatkichlar, transparentlar, e'lonlar);

v) Bosma reklama (varaqaalar, kataloglar, prospektlar, gazeta va jurnallardagi e'lonlar);

g) Namoyish reklamasi (mahsulotlarni tatib qurish, kiyim-kechakning yangi modellarini namoyish qilish va shu kabilar);

d) Kino- televizion va diapozitiv reklamasi;

e) Ovozli reklama.

Axolining keng tabakalariga mo'ljallangan reklama vositalaridan tashkari, ta'sir doirasi bir kadar cheklangan kator kushimcha vositalar ham bor, ulardan tovarni sotishni rag'batlantirish maqsadlarida foydalanish mumkin.

Sotishni rag'batlantirish – bu ma'lum bir muddatda sotish hajmini oshirish maqsadida turli rag'batlantirish vositalaridan foydalanish hisoblanadi. Bu rag'batlantirish vositalariga: mukofotlar, chegirmalar, ketma-ket tovarni sotib olgani uchun sovg'alalar, lotereya va uyinlar o'tkazish, tovar bilan qo'shimcha narsalar qo'shib berish, bepul etkazib berish va o'rnatish, ma'lum muddatda sotilgan tovarga bepul xizmat ko'rsatish va boshqalar kiradi.

Sotishni rag'batlantirishda tovar to'g'risida ma'lum darajada axborotga ega bo'lmagan iste'molchilarga murojat qilinadi. SHuning uchun rag'batlantirish siyosatining vazifasi - ularda firma tovarlarini keyingi vaqtda sotib olishga ishtiyoq tug'dirish hamda doimo aloqada bo'lishga chiqarishdan iborat. Odatda talabni shakllantirish tadbirlari iste'molchilarga va sotuvchilarga qaratilgan bo'ladi.

Sotishni rag'batlantirish – bu ma'lum bir muddatda sotish hajmini oshirish maqsadida turli rag'batlantirish vositalaridan foydalanish hisoblanadi. Bu rag'batlantirish vositalariga: mukofotlar, chegirmalar, ketma-ket tovarni sotib olgani uchun sovg'alalar, lotereya va uyinlar o'tkazish, tovar bilan qo'shimcha narsalar qo'shib berish, bepul etkazib berish va o'rnatish, ma'lum muddatda sotilgan tovarga bepul xizmat ko'rsatish va boshqalar kiradi.

Sotishni rag'batlantirish usullari 3 guruhga bo'linadi :

1. Mahsulot sotishni xaridorlarga nisbatan rag'batlantirish. Uning shakllari :

a) tovar hajmi, soniga qarab xarid qilganligi uchun tashlama berish

b) kredit berish (to'lovni kechiktirish)

v) tovarni xarid qilganda ma'lum miqdordagi pul summasini «sovg'a qilish»

2. Vositachilarga nisbatan rag'batlantirish. Masalan, tovar sotish hajmining miqdoriga qarab oylik maoshni ko'tarish. Sotish hajmi 2 million \$ bo'lganda agent oyiga 1 ming \$ oldi. Sotish hajmining 10 %ga oshuvi, oyligining 2,5 baravarga oshirdi, sotish yana 10 %ga oshsa, ish xaqi 10 ming \$ bo'ladi.

3. Sotuvchilarga nisbatan rag'batlantirish. Uning shakllari :

a) pul mukofoti

b) ta'til

v) firma xisobidan sayohat

g) qimmatbaho sovg'a

d) ma'naviy rag'batlantirish

Sotishni rag'batlantirishda tovar to'g'risida ma'lum darajada axborotga ega bo'lmagan iste'molchilarga murojat qilinadi. SHuning uchun rag'batlantirish siyosatining vazifasi - ularda firma tovarlarini keyingi vaqtda sotib olishga ishtiyoq tug'dirish hamda doimo aloqada bo'lishga chiqarishdan iborat. Odatda talabni shakllantirish tadbirlari iste'molchilarga va sotuvchilarga qaratilgan bo'ladi. Iste'molchilarni rag'batlantirish ularga sezilarli tijorat imtiyozlari berishni ko'zda to'tadi:

➤ tovarni sotib olish hajmiga va doimiy aloqada bo'lib turishga beriladigan imtiyoz;

➤ har xil shakldagi qarzlariga tovar sotish;

➤ tovarning ko'p hajmda xarid qilinishini ko'zlab namunalarni bepul tarqatish;

➤ tovarlarni vaqtincha ishlatish uchun bepul berish;

➤ ishlatilgan tovarni ma'lum shartlar bilan qabul qilish;

➤ yangi tovarlarni bo'lajak xaridorlarga ko'rsatish;

➤ tovar ishlab chiqaruvchi korxonalarda sayoxat uyushtirish;

➤ yangi tovarlarning bozorga kiritilishiga bag'ishlangan matbuot konferensiyalari o'tkazish;

➤ tovar narxini keskin tushirish to'g'risidagi radio, televidenie va matbuot orqali e'lonlar.

Tovarlarga bag'ishlangan rag'batlantirish siyosati ularning sotib oluvchi xaridorlari turiga bog'liq. Vositachilarni rag'batlantirish, ularning faolligini va tashabbuskorligini oshirishga hamda iste'molchilar doirasini kengaytirishga mo'ljallanadi. Talabning shakllanishi va sotishni rag'batlantirish siyosati tovarning bozordagi hayotiy bosqichlariga muvofiq kelishi bilan har biriga mos mazmun bag'ishlashi shart.

Bozorga kirish davrida agar firma birinchi marotaba bozorga kirib borayotgan bo'lsa, unda alohida strategiya ishlab chiqiladi. Odatda, quyidagi 4 xil marketing strategiyasidan foydalaniladi:

1. Jadali (shiddatli) marketing.

Buni ko'pchilik xaridorlar - tovar to'g'risida ma'lumotga ega bo'lmagan yoki bo'lgani ham uning yuqori narxidan ta'sirlanmagan holda ishlatadi. Xaridorlarni jalb qilish, ularning talabini shakllantirish tadbirlari o'tkazishga katta mablag' ajratish orqali uyushtiriladi. Tovarining ham narxi yuqori o'rnatilib ko'p foyda olish nazarda tutiladi.

2. Bozorga tanlov asosida kirish uslubi.

Uning hajmi katta bo'lmagan holatda ishlatiladi. Tovar ko'pchilikka noaniq, unga yuqori narx qo'yilsa ham xaridorlar sotib olish mumkin. Raqobatchilar bozorda juda oz va shuning uchun talabni rag'batlantirishga kam xarajat qilib ko'proq foydaga erishish mumkin.

3. Bozorga keng ko'lamli kirib borish uslubi.

Bozorning hajmi katta, tovar haqida xaridorlar kam taassurotga ega va uning narxi balandligiga rozi bo'lmagan davrda ishlatiladigan uslub. Undan tashqari raqobat kuchli, tovar ishlab chiqarishni ko'paytirish natijasida uning tannarxi pasayadi va «narxlar jag'i»ga imkon yaratadi. Rag'batlantirishga ko'proq mablag' ajratishga imkoniyat yaratiladi.

4. Sust marketing uslubi bilan bozorning hajmi katta bo'lganda, xaridorlar tovarni yaxshi bilsada, kamroq xarajatlar qilib, pastroq narx orqali, raqobat kam sharoitda muvaffaqiyatga erishiladi.

Tovar bozorining o'sish bosqichida bozorga kirgan tovar bilan iste'molchilar ko'proq tanishgani tufayli raqobatchilarni siqa boshlaydi. Agar bozor katta bo'lsa, raqobatchilar ham bizning tovarga o'xshash tovar ishlab chiqara boshlaydi. Raqobatchilarga qarshi bozorga o'sha tovarning yangi-yangi turlari va yangi xaridorlari uchun ishlab chiqiladi. SHu davrda, ayrim tovarlarning modelini yangilash va talabni shakllantirishning har xil tadbirlari o'tkaziladi.

Reklamada tovarning amaliyotdagi iste'molchilar tajribasida sinalgan xususiyatlari ko'proq yoritiladi, imtiyozlar va narxni pasaytirishgacha qo'llaniladi.

Tovar bozorining etilish (pishgan) davrida tovarning to'la assortimenti bozorga kiritilgan va 50 foizdan ortiq xaridorlarga kerakli tovar bilan ta'minlangan bo'ladi. Endi tovarni asosan konservativ dunyoqarashli xaridorlar sotib olishadi. Talabni rag'batlantirish tadbirlari asosan tovarning foydaliligini yoritishga qaratiladi.

Tovar bozorining to'yinishi davrida tovar asosan sotilishi, bozorda iste'molchilarning qaytadan xarid qilishlari hisobiga amalga oshiriladi. Talabni rag'batlantirish siyosati samara bermay qoladi. SHuning uchun bozorda yaxshi

talabga ega tovarlar qoldiriladi. Ammo reklama **pasaytiril**may, aksincha kuchaytiriladi. Narx pasaytirilib, tovar ko'pchilik xaridorlarga yaqinlashtiriladi.

Tovar bozorining tushkunlik davrida talabni va **sotish**ni rag'batlantirish tadbirlari shu tovar uchun to'xtatiladi. Sotuvchilarga **qaratilgan** rag'batlantirish tadbirlari, asosan tovar sotilishi hajmini ko'paytirish maqsadida olib boriladi:

- pul mukofoti berish;
- qo'shimcha dam olish kunlari, firma hisobidan sayoxatlarga borish;
- qimmatbaho sovg'alar;
- ma'naviy rag'batlantirish;
- korxona faoliyati reklamasi;
- xayriya ishlarida faol qatnashish va boshqalar.

Nazorat va muhokama uchun savollar:

1. Marketing tizimi deganda nimani tushunasiz?
2. Korxonada marketingni tashkil etish jarayoni qanday kamalga oshiriladi?
3. Marketingni boshqarish jarayoni necha bosqichdan iborat?
4. Marketing tashqi muhiti deganda nimani tushunasiz?
5. Ichki muhit omillariga nimalar kiradi?
7. Makro va mikro marketing nima?
8. Marketingni boshqarish jarayonini takomillashtirish yo'llari nimalardan iborat?

5.1-MAVZU. SANOAT MENEJMENTNING TASHKILIY STRUKTURASI

1. Boshqaruvning tashkiliy tarkibi to'grisida tushuncha
2. Boshqarish strukturasi turlari
3. Menejmentning tashkiliy tarkiblarini tanlash va takomillashtirish

1. Boshqaruvning tashkiliy tarkibi to'g'risida tushuncha

Boshqaruvning uzluksiz ishlash jarayoni menejment hisoblanadi. Menejmentning tashkiliy tarkibi deganda boshqarish bo'g'ini, zveno tarkiblari soni, ularni bir-biriga bo'ysunishi va o'zaro bog'liqligi tushuniladi.

Boshqaruv zvenosi - bu alohida funktsiya yoki bir necha funksiyalar mustaqil bajaruvchi tarkibiy bo'limdan iborat.

Boshqaruv bosqichlari - bu boshqaruvning ma'lum darajadagi alohida boshqaruv zvenolari (bo'g'inlari) yig'indisidir. Boshqaruv bo'g'inlari va bosqichlari o'rtasidagi aloqa vertikal va gorizontal bo'lishi mumkin.

Vertikal aloqa - rahbarlik va boshqariluvchilar orasidagi aloqa.

Gorizontal aloqa - bu teng huquqli bo'g'inlar o'rtasidagi aloqa.

Boshqaruvni tashkiliy tarkibi to'g'risida so'z yuritilganda ko'pgina adabiyotlarda "struktura" (tarkibi) tushunchasi qo'llaniladi.

"Struktura" lotincha so'z bo'lib, narsalar tarkibiy qismlarining o'zaro bog'liq ravishda joylashishi, tuzilishini bildiradi:

Boshqarish strukturasi deganda boshqaruv maqsadlarini amalga oshiruvchi va funksiyalarini bajaruvchi bir-biri bilan boglangan turli boshqaruv organlari va bo'g'inlarining majmuasi tushuniladi.

Sohada mavjud to'rtta ilmiy-tadqiqot, izlanish va loyihalashtirish institutlari negizida milliy neft-gaz ilmiy-tadqiqot institutini tashkil etib, uglevodorodlarni chuqur qayta ishlash bo'yicha innovasion yechimlar topish va tatbiq etishga alohida e'tibor qaratish vazifasi qo'yildi.

Boshqarish strukturasi ishlab chiqarish strukturasi bilan ham ifodalanadi. Bunda boshqarishni tashkil etishning dastlabki va belgilovchi omili ishlab chiqarish jarayoni bo'lib hisoblanadi. U o'zaro asosiy, yordamchi va xizmat ko'rsatuvchi jarayonlardan iborat bo'lib, bu jarayonlar bo'limlar va xodimlar o'rtasida mehnat taqsimotini talab qiladi. Shu maqsadda ishlab chiqarish bo'limlari va ularga xos bo'lgan boshqaruv apparati tuziladi.

14.1- jadval

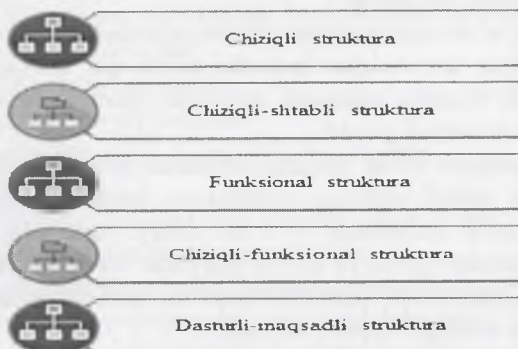
Boshqarish strukturasi belgilovchi omillar.

№	Belgilar guruhlari	Belgilar va omillar
1.	Strukturani aniqlovchi belgilar.	- boshqarish maqsadi; - boshqarish funksiyalari va vazifalari; - xizmat qilinadigan regionlar va iste'mochilar guruhi; - ish vaqti rejimi va intervali va boshqalar;
2.	Strukturaga ta'sir kiluvchi omillar.	- tashqi muhit; - texnologiya; - korxonaning katta-kichikligi; - biznes strategiyasi; - xodimlar soni; - qabul qilinadigan qarorlar tizimi; - shakllangan struktura va boshqalar;
3.	Strukturani optimallashtiruvchi belgilar.	- yuqori malakali xodimlarga ega bo'lgan, uncha katta bo'lmagan bo'limlar va bo'g'inlar; - ko'p bo'lmagan bo'limlar va bo'g'inlar; - o'zgarishlarga nisbatan sezgirlik va hozir javoblik; - yuqori darajadani unumdorlik; - past darajasidagi xarajatlar; - ish grafigining bevosita iste'molchilarga moslashganligi va boshqalar.

Bo'linmalar yig'indisi, ularning tarkibi va o'zaro aloqa shakllari korxonalarning ishlab chiqarish strukturasi tashkil etadi. Har bir korxona o'ziga xos ishlab chiqarish strukturasi egadir.

Shunday qilib, boshqarishning maqsadlari, funksiyalari, vazifalari, ob'ektlari va organlari uning tashkiliy strukturasi belgilab beradi.

2. Boshqarish strukturasi turlari

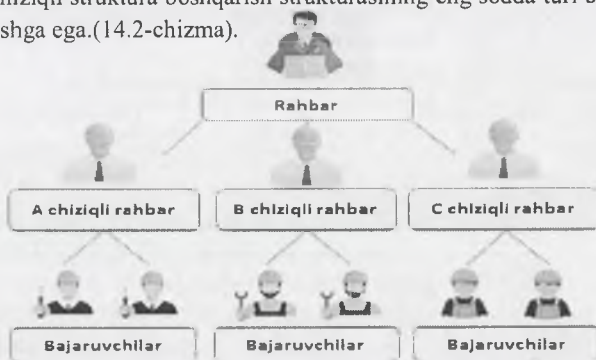


Boshqarishning quyidagi asosiy tashkiliy strukturalari ma'lum:

14.1 - chizma. Boshqarish strukturalarining tashkiliy turlari

Yuqorida keltirilgan qoidalar va omillar tasirini inobatga olgan holda boshqaruvning tashkiliy strukturalarini loyihalash mumkin. Ularning asosiy turlari sifatida quyidagilarni keltirish mumkin: chiziqli(pog'onali) struktura, chiziqli-shtabli, funksional struktura, chiziqli-funksional, dasturli maqsadli, chiziqli mahsulotli (divizionali), matrisali, loyihali, xoldingli strukturalar.

Chiziqli struktura boshqarish strukturasi eng sodda turi bo'lib, u quyidagi ko'rinishga ega.(14.2-chizma).



14.2-chizma. Chiziqli boshqaruv strukturasi

Bunda boshqarishning hamma funksiyalari korxona rahbari qo'lida to'planib, barcha quyi rahbarlar va ishlab chiqarish bo'g'inlari unga bo'ysunadi. har bir rahbar o'ziga ishonib topshirilgan bo'linma faoliyatini yakkaboshchilik asosida boshqaradi va barcha zarur qarorlarni mustaqil ravishda qabul qiladi. Bo'ysunuvchi xodimlar faqat o'zlarining bevosita rahbarlarining farmoyishlarini bajaradilar. Yuqori turuvchi rahbar xodimlarga ularning bevosita boshlig'ini «chetlab» murojaat qilmasligi kerak. Masalan, korxona direktori sex boshlig'ini chetlab masterga buyruq bermasligi kerak. SHU tariqa rahbarlikning vertikal chizig'i va bo'ysunuvchilarga tasir ko'rsatishning to'g'ridan-to'g'ri yo'li ochiladi.

Chiziqli boshqarish strukturasi uncha murakkab bo'lmagan ishlab chiqarish sharoitida, ijrochilarning vazifalari oddiy, buyruq va axborotlar hajmi kam bo'lganda o'zini oqlashi mumkin. Ishlab chiqarishning tobora murakkablashib, ko'laminig kengayib borishi boshqarish funksiyalarini tabaqalashtirishni talab qiladi, chiziqli strukturaning o'rniga chiziqli-shtabli strukturaning vujudga kelishini taqozo etadi.

Amaliyotda chiziqli-shtabli struktura ham mavjud, bu funksional darajalarda shtabli organlar ixtisoslashuvini va chiziqli bo'limlarda funksional aloqaning yo'qligini aniqlaydi. Chiziqli-shtabli struktura har bir rahbar huzurida ixtisoslashgan xizmatlar, maslahatchilar kengashi, yani shtablar tuzish orqali tashkil etiladi.



14.3-chizma. Chiziqli-shtabli boshqaruv strukturasi

Shtablarning vazifasi har xil muammolarni o'rganish orqali rahbarga qaror qabul qilishda yordam berishdan iborat. Bunday shtablarga ehtiyojning paydo bo'lishiga asosiy sabab-tashkilotlardagi funksiyalarning murakkablashuvidir. Bu

erda mehnat taqsimoti ikki turdagi maqsad va vazifalar bilan belgilanadi. Shtablarning funksiyalari ekspertiza qilishga va bevosita rahbar uchun boshqaruv qarorlarini tayyorlashga olib boriladi.

Chiziqli rahbarlar korxonaning bosh maqsadiga erishish yo'lidagi birlamchi vazifalarning bajarilishiga javobgar bo'lsalar, shtabdagilar esa birlamchi vazifalarga tobe bo'lgan ikkilamchi vazifalarning bajarilishiga javobgardirlar. Ular maslahat berish funksiyasini bajaradilar. Chiziqli rahbarlarning asosiy vazifasi taklif etilgan ijobiy va salbiy maslahatlar ichidan maqsadga muvofiq'ini aniqlash va uzil-kesil qabul qilishdan iborat.

14.1-jadval

Chiziqli strukturaning ijobiy va salbiy tomonlari

Ijobiy tomonlari	Salbiy tomonlari
Bunday struktura bir-biriga zid, chalkash topshiriqlar berilish hollarini kamaytiradi.	Bunday struktura oddiy, barqaror masa-lalarni echishga mo'ljallanganligi sababli uning doirasida kompleks masa-lalarni hal qilish ancha qiyin kechadi.
Yakkaboshchilikni va shaxsiy javobgarlikni mustahkamlaydi.	Bunday sharoitda rahbarlar ko'proq tezkor ishlar bilan band bo'lib, strategik kompleks muammolarni etibordan chetda qoldiradilar.
Bu struktura oddiy, puxta va tejamlidir.	Bunday boshqarishda teng huquqli struktura birliklari negizida gorizontal bog'lanish bo'lmaydi.
Boshqariluvchi obekt ishiga kam kishi aralashadi.	Bunday boshqarish sharoitida buyruqbozlik va rasmiyatchilikning paydo bo'lish xavfi kuchli, chunki, strukturaning har bir bo'g'inida rahbar o'z lavozimi bo'yicha farmoyish berish uchun barcha huquqlarga ega bo'ladi.
Vazifalar tezkor hal etiladi butun tizim samarali ishlaydi.	
Xodimlar faqat o'z rahbariga hisobot beradilar, natijada ijrochilik va intizom darajasi ancha oshadi.	

Shtablarning tashkil qilinishi va bunday yordamchilarga ega bo'lgani uchun korxona faoliyatini boshqarish bir tomondan ungillashadi, boshqa tomondan esa, berilgan maslahatlar qarama-qarshi bo'lganligi sababli murakkablashadi. Shunday hollarda har ikkala tomon o'zinikini maqullashga, o'z obro'sini saqlashga harakat qiladi. Natijada nizo chiqadi. Shtabdagi menejerlar o'zlarini mutaxassis, o'z sohalarining bilimdoni ekanligini isbotlamoqchi bo'lsalar, chiziqli rahbarlar esa, yakka rahbar ekanliklarini pesh qiladilar. G'arb menejmentidagi ayrim nazariyotchilar bu ikki turdagi menejerlar korpusini yaxlit tashkilot tarkibidagi

qarama-qarshi sosial guruh deb atashadi. Bu erda shtabdagilar o'zlarini elita darajasida his etadilar.

Yirik korporasiyalardagi shtablar ko'p hollarda mazkur korxonaning asosiy markaziy organlariga aylanib qoladilar va chiziqli organlar faoliyatini murakkablashtirishga urinadilar. Bunday vaziyatdan qutulish uchun korxonalar boshqarish strukturasi o'zgartirishlar kiritib, shtablar sonini yoki ularning xodimlarini qisqartirishga erishadilar. Bu strukturaning afzalligi shundaki, chiziqli rahbarlar o'z diqqatlarini ilmiy-tadqiqiy ishlarga emas, balki asosan, korxonaning joriy faoliyatiga qaratadilar. Uning kamchiligi esa boshqaruv tizimida ortiqcha bo'g'inlarning paydo bo'lishi, boshqarish tezkorligining susayishi, boshqarish xarajatlarning o'sishidir. (14.1-jadval)

Chiziqli-shtabli strukturadan farqli o'laroq boshqaruvning funksional strukturasi rahbarlar va struktura bo'g'inlarining boshqaruv faoliyatini ixtisoslashtirishga qaratilgandir. Bunda har bir boshqaruv bo'g'iniga muayyan funksiyalar birlashtirib qo'yiladi. Masalan, biri marketing, ikkinchisi ishlab chiqarishni, uchinchi esa, moliyani boshqarish bilan shug'ullanadi.



14.4-chizma. Funksional boshqaruv strukturasi

Boshqarish apparatini funksional ixtisoslashtirish uning samaradorligini ancha oshiradi. Boshqarishning barcha funksiyalarini bajarishi lozim bo'lgan universal rahbarlar o'rninga o'z sohasini puxta biladigan, o'z shtatiga ega bo'lgan, o'ziga topshirilgan ish uchastkasi uchun javob beradigan mutaxassislar apparati paydo bo'ladi.

Albatta, funksional xizmatlar rahbarlari va mutaxassislari:

- o'z sohasini chuqur va puxta biladigan;
- jarayonlar va hodisalarni tahlil qilish va baholash qobiliyatiga ega bo'lgan;
- o'z xulosasi va tavsiyalarini himoya qila oladigan;
- chiziqli struktura rahbarlarini shu tavsiyalarini amalga oshirish maqsadga muvofiqligiga ishonтира oladigan kishilar bo'lishi kerak.

Funksional bo'linmalar bevosita barcha quyi struktura bo'linmalarining faoliyatini boshqaradi. Funksional boshqarish biror bir funktsiya vakolatiga taalluqli tor doiradagi masalalar bo'yicha quyi bosqich organlari va bo'linmalari faoliyatiga rahbarlikni taminlaydi. Masalan, korxonaning reja bo'limi sexlarning reja byurolariga rahbarlik qiladi. Bunda ham funksional bo'linmalar rahbarlarining vertikal bo'yicha ierarxiyasi va bo'ysunishi mavjud. Ammo chiziqli strukturadan farqli o'laroq, bunday bo'ysunish mamuriy emas, balki sof uslubiy maslahatli bo'ysunishdir. Masalan, korxona reja bo'limining boshlig'i sex reja byurosi boshlig'iga hatto aynan shu vazifaga doir masala bo'yicha ham buyruq berish huquqiga ega bo'lmaydi. Biror mamuriy buyruqni korxona direktori sex boshlig'iga, sex boshlig'i esa, sex reja byurosi boshlig'iga berishi mumkin. Funksional struktura ham o'zining ijobiy va salbiy tomonlariga ega.

14.2-jadval

Funksional strukturaning ijobiy va salbiy tomonlari.

<i>Salbiy tomonlari</i>	<i>Ijobiy tomonlari</i>
Bunda boshqaruv faoliyati chuqur ixtisoslashadi. Bu esa boshqaruv Samaradorligining, kasb mahorati darajasining o'sishini taminlaydi. Masalan, marketing mutaxassisi o'z sohasini boshqa yuqori organ rahbarlaridan ko'ra yaxshiroq biladi va bu ishni yuqori saviyada bajaradi. Funksional sohada muvofiqlashtirish ishini yaxshilashga erishiladi. Xizmatchilar bunda yaxshi va tez ko'nikma hosil qiladilar. Moddiy xarajatlar kamayadi va boshqarishdagi takrorlanishlarga chek qo'yadi va h.k.z.	Funksional organlar o'ziga topshirilgan funksiyalarni sifatli bajarishdan mafaattor bo'lib, «begona» funksiyalar uchun ham, butun korxonaning umumiy faoliyati uchun ham javob bermaydi. Bunda har bir rahbar o'z funksiyalari bo'yicha farmoyish berish huquqiga ega bo'ladi. Binobarin, bu: Yakkaboshchilik tamoyillarining buzilishiga; Ijrochilar masuliyatining susayishiga olib keladi, chunki ijrochi bir boshliqqa emas, bir necha boshliqqa bo'ysunadi, ko'pincha ulardan bir-biriga zid ko'rsatmalar oladi.

Funksional strukturadagi qayd qilingan kamchiliklar, yani:

- Funksional bo'linmalar ishlashlarini muvofiqlashtirish darajasining yuqori emasligi;
- Rahbarlar vazifalari va huquqlarining etarli darajada muvofiqlashmaganligi;

- Ishning pirovard natijalari uchun aniq va masul xodimlarning yo'qligi;
- Funksional bo'linmalar o'rtasida ish yuzasidan nizolarning mavjudligi;
- Boshqaruv apparatida ishga to'ralarcha munosabatda bo'lish hollarining mavjudligi kabilarni bartaraf etish uchun chiziqli-funksional (aralash) turdagi boshqaruv strukturasi tuziladi.

Chiziqli-funksional boshqaruv strukturasi asosiy boshqaruv chiziqli boshqaruv bo'lib hisoblanadi. Barcha boshqaruv bosqichlari va mustaqil uchastkalar o'z rahbariga ega bo'ladi. Rahbar ishlab chiqarish xo'jalik faoliyatini yakkaboshchilik asosida boshqarish huquqiga ega bo'ladi va faoliyat natijalari uchun to'la javobgar hisoblanadi. Boshqaruvning chiziqli struktura sharoitida ishlaydigan rahbarlarga malakali yordam ko'rsatish uchun funksional va idoraviy tashkilotlar tashkil etiladi va bu tashkilotlarning vazifasi boshqaruv qarorlarini tayyorlash va rahbarlarga malakali yordam berishdan iborat.

Chiziqli-funksional prinsip asosida qurilgan struktura. Bu turdagi struktura keng tarqalgan bo'lib, ishlab chiqarish jarayoniga nisbatan rahbarlikning birdamligi (chiziqli aloqa) va chiziqli bo'limlarga nisbatan funksional bo'limlarning ularning omilkorliklari bilan ixtisoslashuvi bilan xarakterlanadi. Bu erda yakkaboshchilik prinsipi amal qiladi va bir paytning o'zida boshqaruv vazifalari funksional taqsimlanadi, bu esa vazifaning samarali va sifatli bajarilishiga ko'maklashadi.

Chiziqli-funksional struktura katta bo'lmagan va o'rta tashkilotlarda qo'llaniladi. Agar tashkilot barqaror ishlab chiqarish xarakteriga ega bo'lsa, katta bo'lsada mazkur struktura qo'llaniladi.

Chiziqli-funksional strukturaning kamchiliklari:

- Funksional xizmat miqdorining tez o'sishi va boshqaruvning qiyinlashuvi.
- Gorizontaal aloqalarning yomon nazorat qilinishining o'sishi.
- Maqsadlarning o'z mohiyatini yo'qotishi.
- Funksional xizmatlarga boshqarish funksiyasini berish natijasida, bir-biriga qarama-qarshi farmoyishlarning vujudga kelishi va yakka hokimlik tamoyilining buzilishi.
- Kelishuvlar va yig'ilishlar miqdorining o'sishi.
- Yangiliklarga moslashishning qiyinlashuvi.
- Yuqori darajadagi rahbariyatdan operativ muammolarni hal qilishda katta miqdordagi ishni talab qiladi.



14.5-chizma. Chiziqli-funksional boshqaruv strukturasi

Bugungi kunda zamonaviy korxonalar faoliyatidagi ko'pgina muammolarni hal etish gorizontol bo'yicha kelishib olishni va muvofiqlashni talab etadi. Masalan, korxona yangi turdagi mahsulot ishlab chiqarishga o'tadigan bo'lsa:

- Materiallarni sarflashning yangi meyorini ishlab chiqish;
- Mehnat meyorlarini qayta ko'rib chiqish;
- Turli kasblardagi ishchilarni tayyorlash va qayta tayyorlash;
- Yangi materiallarga ehtiyojni aniqlash;
- Etkazib beruvchilar bilan aloqa o'rnatish;
- Yangi texnologiya va texnikani joriy etish va boshqalar.

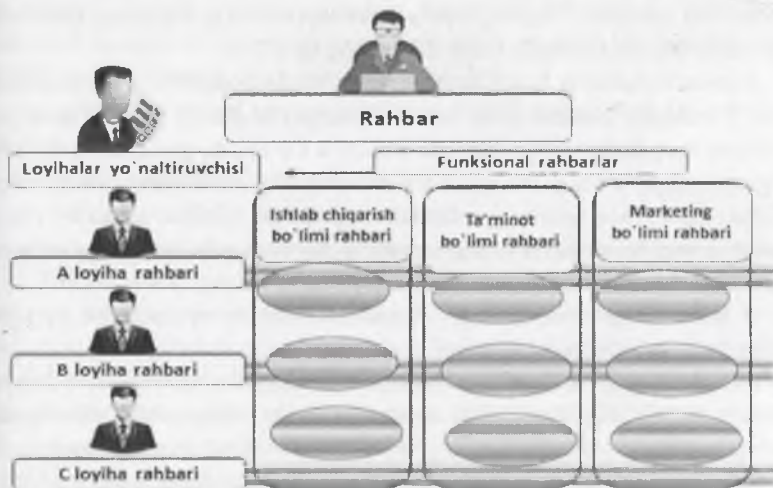
Bularni mazmun va muddatlariga ko'ra kelishib olish, ishlab chiqarishning ko'pgina unsurlarini tutashtirish ishlarini turli xizmatlar bajaradi. Goho funksional xizmatlar o'rtasidagi bu gorizontol aloqalar juda cho'zilib ketadi, bahs va nizolar bilan amalga oshiriladi. Chiziqli struktura rahbari esa ko'p sonli bo'linmalar ishini muvofiqlashtirishga juda qiynaladi. Bu muammolarni yangi tashkiliy boshqaruv strukturalarini tuzish yo'li bilan, aniqrog'i, chiziqli-funksional boshqaruv strukturalariga tuzatishlar kiritish yo'li bilan hal etiladi. Bunday struktura dasturli-maqсадli struktura deb ataladi.

Dasturli-maqсадli struktura quyidagi uch ko'rinishda bo'ladi:

- Loyiha bo'yicha boshqaruv;
- Mahsulot bo'yicha boshqaruv;
- Matrisaviy struktura.

Loyiha bo'yicha boshqaruvdan yangi texnika va texnologiyani qisqa muddatda joriy qilish zaruriyati tug'ilgan hollarda foydalaniladi. Bunda

vaqtinchalik maxsus xizmat bo'limi tuzilib, unga resurslar beriladi. Bu bo'lim loyiha tayyorlaydi va uning ijro etilishini nazorat qiladi. Ish bitgandan keyin loyihalar guruhi tugatiladi. Loyiha bo'yicha boshqaruv muntazam rahbarlikni aniqlashtiradi, kichik bo'laklarga ajratadi yoki to'ldiradi. U loyihani bajarish uchun korxonaning barcha funksional xizmat va bo'linmalari faoliyatini muvofiqlashtiruvchi organ hisoblanadi. Bu organga tegishli huquqlar beriladi va vazifalarning bajarilishi uchun to'la javobgar hisoblanadi. Loyiha bo'yicha boshqaruv ko'p nomenklaturali ishlab chiqarishda tuziladi. Loyiha rahbari maxsus vakolatga ega bo'lib, texnologik operatsiyalarni bo'g'inlar, ishchilar o'rtasida taqsimlaydi, uning bajarilishini nazorat qilib boradi. Chiziqli rahbarning bu ishlarga oid buyruqlari loyiha rahbari bilan kelishiladi. Bunda ish bajaruvchi ikki va undan ortiq rahbarga ega bo'lib, rasmiy jihatdan ularga bo'ysunadi. Masalan, texnik topshiriqlarni u sex boshlig'idan, operatsiyalarni bajarish jarayonida esa ko'rsatmani mutaxassisdan, loyiha rahbaridan oladi. Loyihali strukturaning qo'llanilishi ikki kishiga bo'ysunish muammosini hal etadi, chunki bu strukturada mutaxassis vaqtinchalik o'z bo'limidan olinib loyiha bo'limi rahbariga topshiriladi (14.6-chizma).



14.6-chizma. Loyihali boshqaruv strukturasi

Mahsulotli struktura. Tashkilot miqyosining kengayishi bilan chiziqli-funksional strukturada ko'pgina kamchiliklar vujudga keladi va eng asosiysi mehnat natijasi va foydaning bir qismini tasarruf etish huquqi orasidagi aloqa yo'qoladi. Bu esa ishchilarni samarali motivlashtirishga to'sqinlik qiladi. Bunday muammolarni bartaraf etish uchun mahsulotli prinsipga asoslangan tashkiliy strukturani tuzish kerak. Mahsulotli strukturada ko'pgina funksional bo'limlar

firma darajasida markazlashgan va barcha ishlab chiqarish bo'limlariga xizmat qiladi. Bundan tashqari ishlab chiqarish strukturasi yangi mahsulotni ishlab chiqarish, sotish, buxgalteriya bo'limlari bor, ular faqat o'z mahsuloti uchun ishlaydi.

Mahsulotga ko'ra boshqaruvning afzalligi axborotlarning kelish yo'llari va oqimining qisqarishida, yakka boshchilik tamoyiliga to'la rioya qilinishida, boshqarishning yuqori bosqichlarini mayda joriy vazifalardan xalos qilishda namoyon bo'ladi. Bunday struktura bozorda talabning o'zgarishiga tezkor munosabat bildirishga qodir.

Mahsulotli strukturaning asosiy ustunliklari: tashqi muhitga tez moslashish, mahsulot xarid qiladigan istemolchilar ehtiyojini yuqori darajada qondirish, xodimlarning mahsulot ishlab chiqarish bilan mosligi va yuqori darajadagi motivasiya.

Kamchiliklari: markazlashgan funksional xizmatlar hisobidan xodimlar soni oshadi, umumiy maqsadlarga erishish qiyinlashadi.

Alohida mahsulot bo'limlariga qo'llaniladigan turli xildagi moliyaviy mustaqillik ko'rinishlari mavjud. Bu bankdagi firma hisob raqami doirasida subshetning ajratilishi; bankdagi maxsus korrespondensiya shetining ajratilishi; mustaqil yuridik shaxs sifatida hisob raqamining ajratilishi.

Matrisali struktura. Matrisali struktura bo'yicha boshqarish ancha murakkab bo'lib, u mahsulot nisbatan qisqa «umr» ko'radigan va tez-tez o'zgarib turadigan korxonalar tomonidan qo'llaniladi. Bu struktura korxonada gorizontal aloqalarni yo'lga qo'yishga va ularni murakkab buyurtmalarni bajaruvchi turli xil korxonalar faoliyati bilan kompyuterlar yordamida bog'lashga, texnika sohasida yuqori malakali xizmat ko'rsatishga va ekspertizani taminlashga qaratilgan. Bu strukturani «To'ra» ko'rinishida tasavvur qilish mumkin.

U ikki turdagi strukturaning: funksional struktura va mahsulot bo'yicha strukturalar kombinasiyasini ifodalaydi.

Boshqarishning matrisaviy strukturasi mohiyati shundaki, unda har bir xodim, ayni bir vaqtning o'zida, loyiha bo'yicha boshqarishda, shuningdek, o'zining funksional organida xizmatda bo'ladi hamda ikkiyoqlama bo'ysunadi.

Matrisali strukturani qo'llashning asosiy sabablari: yangi mahsulot ishlab chiqarish va uning sifatiga bo'lgan yuqori talab; resurslarni taqsimlash imkoni bo'lmaganda uni samarali qo'llash usullari. Matrisali struktura chiziqli-funksional struktura doirasida qo'llaniladi, bu vaqtinchalik tashkiliy shakl bo'lib, maqsadli muammolarni echishga yo'naltiriladi. Matrisali struktura mutaxassislarning ikkilanma bo'ysunishida xarakterlanadi, yani bevosita bo'lim boshlig'iga va loyiha boshlig'iga bo'ysunadi.

Ustunliklari: o'zgarishlarga moslashishga qodirligi, resurslarni samarali ishlatish, professionalizmning o'sishi; yuqori rahbariyatning operativ muammolar echimidan xoli etilishi.

Kamchiliklari: ikki kishiga bo'ysunish kelishmovchiliklarga va xaosga olib keladi; hoqimiyat uchun kurash jadallashadi; xodimlarning malakasiga bo'lgan yuqori talab namoyon qilinadi.

Boshqarishning matrisaviy strukturasiining mohiyati shundaki, unda har bir xodim, ayni bir vaqtning o'zida, loyiha bo'yicha boshqarishda, shuningdek, o'zining funksional organida xizmatda bo'ladi, hamda ikkiyoqlama bo'ysunadi.

Xoldingli struktura. har xil tashkilotlar tarmoqlar bo'yicha guruhlariga, yani xoldinglarga birlashadilar. Xoldingli strukturada katta kapitalni jamlash va asosiy muammolarni hal etishda moliyani konsentrasiyalash imkonini beradi. Xolding doirasida ixtisoslashish va aniq turdagi mahsulot ishlab chiqarishga moslashish prinsipi amal qiladi, bu esa xoldingda raqobat muhitini kamaytiradi.

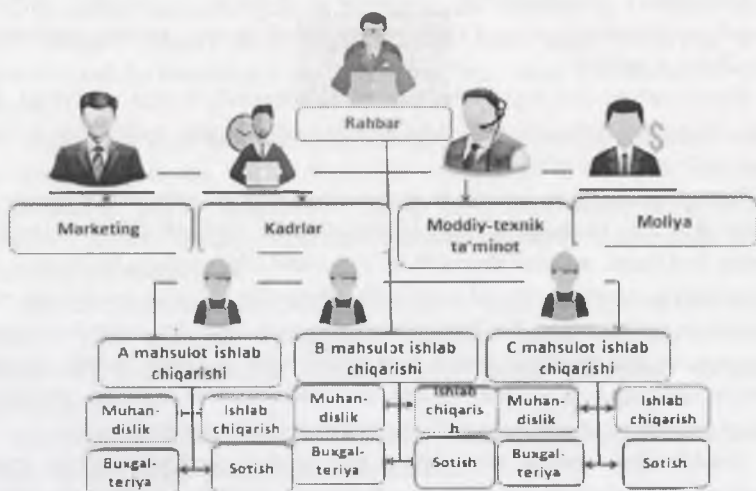
Tashkilotning yuqori rahbariyati. har qanday struktura uchun yuqori rahbariyat tushunchasi bir xil, unga quyidagilar xos: tashkilotning birinchi rahbari, uning muovini va bosh bo'limlarining rahbarlari. Birinchi rahbar va uning muovinlari ko'pincha yuqori rahbariyat komandasi deb ataladi. Bosh bo'lim rahbarlari va birinchi rahbarning muovinlari asosiy personal komandasiga kiradi. Birinchi rahbar yuqori rahbariyat komandasi bo'ladi.

Aytilgan har bir pog'onaning strukturali tashkil etilishi turli xil omillardan bog'liq:

- birinchi rahbarning boshqarish uslubi;
- boshqaruv tashkiliy strukturasiining turi;
- asosiy personal komanda azolarining shaxsiy va professional xususiyatlari.

Birinchi rahbar qanchalik malakali bo'lsa, shunchalik u malakali muovinlarni tanlaydi. Asosiy personal komandasining faollik darajasi strategik muhim bo'lgan qarorlarni qabul qilishda qatnashishiga bog'liq, yoki bu birinchi rahbarning asosiy personal komandasiga o'z vakolatining qancha qismini ajratganiga va guruhdagi odamlarning o'z maqsadlarini tashkilot maqsadlari bilan bog'lashlariga asoslanadi. Bu turdagi jarayon birinchi rahbarning kollegial usulda boshqarishiga xosdir.

Agar birinchi rahbar avtoritar uslubda boshqarsa, unda asosiy muammolarni faqat o'zi hal qiladi va hattoki boshqa guruhdagilarga ham axborot berib o'tirmaydi. Barqaror ishlab chiqarish va chiziqli-funksional turdagi struktura amal qiladigan tashkilotlarda asosiy personal komandasida katta ijro funksiyasini talab etadi. Divizional strukturada asosiy personal komandasi boshqaruv qarorlarini qabul qilishda faol qatnashishadi, unda boshqaruv samardorligi oshadi.



14.7-chizma. Divizional boshqaruv strukturasi

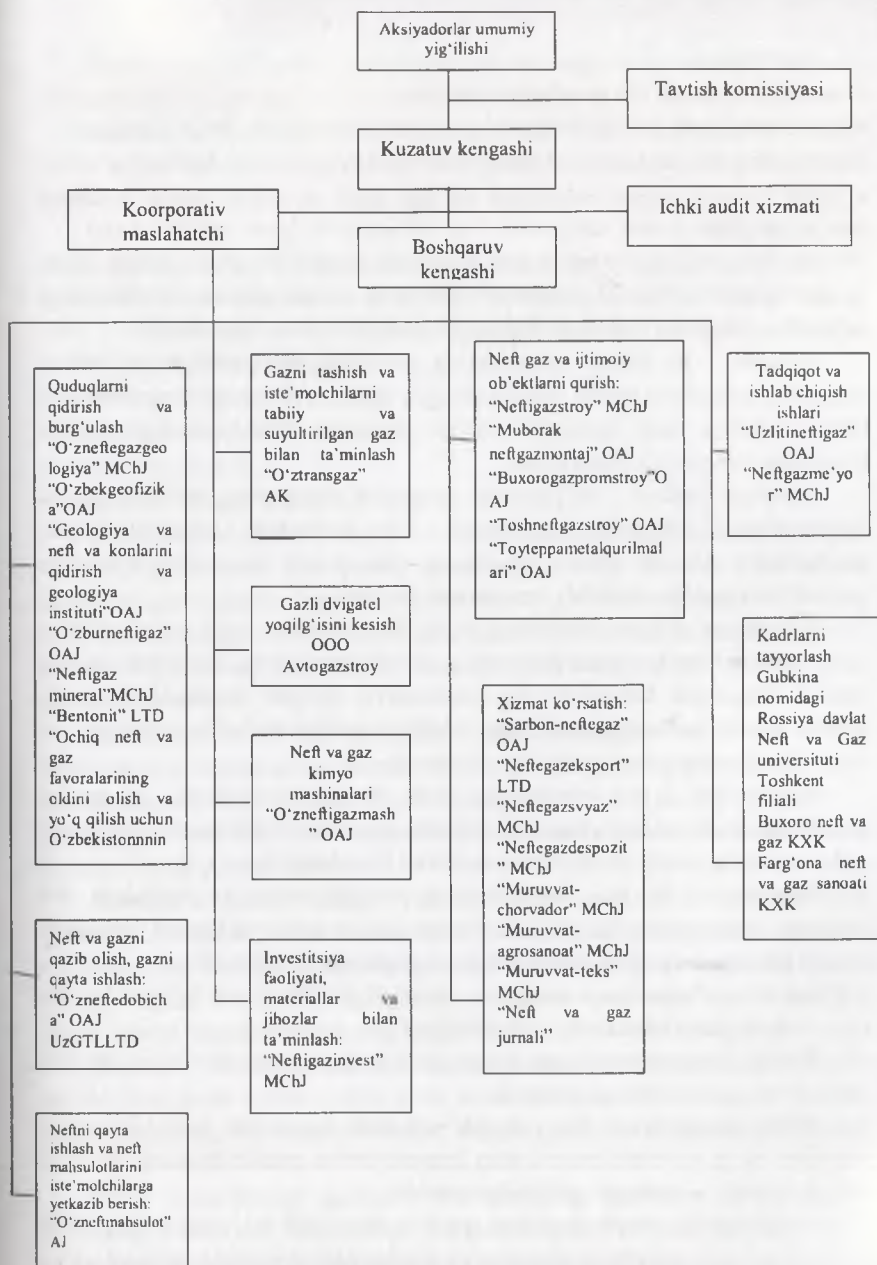
Boshqarishning tashkiliy strukturalari to'g'risida yakuniy xulosa chiqarar ekanmiz, quyidagilarga alohida etibor berilishi lozim deb hisoblaymiz. Boshqarishning ko'rib chiqilgan tashkiliy strukturalaridan birortasini ham rasmiy struktura deb bo'lmaydi. SHuning uchun har bir korxona (firma) o'z oldidagi maqsad va iqtisodiy muhitning o'ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqib, o'z talablarini yuqori darajada qondiradigan tashkiliy struktura turini o'zi tashlashi kerak.

3. Menejmentning tashkiliy tarkiblarini tanlash va takomillashtirish.

Davlat rahbariyati tomonidan boshqaruv tizimini takomillashtirish maqsadida "O'zbekneftgaz" aksiyadorlik jamiyatining tashkiliy tuzilmasini optimallashtirish, tarmoqqa oid bo'lmagan tashkilotlarni tizimdan chiqarish bo'yicha ko'rsatmalar berildi. Xususan, funksiyalari bir-birini takrorlaydigan boshqaruv bo'g'inlarini qisqartirish, tarmoqdagi servis korxonalari hamda yordamchi ishlab chiqarishlarni davlat-xususiy sheriklik asosida investorlarga berish kerakligi ta'kidlandi.

Organ - bu biror boshqaruv tizimi tarkibiga kiruvchi muassasa tashkilotdir. Boshqarish organ esa ijtimoiy mehnat taqsimoti, xususan boshqaruv mehnat taqsimoti natijasida vujudga kelgan boshqaruv apparatidir. Boshqaruvning tarkibiy tuzilishining asosini organlari tashkil etadi.

Respublikamizda boshqarishning tarmoq organlariga vazirliklar, davlat qo'mitalari, konsernlar, uyushmalar, korporasiyalar, konsorsiumlar va b. kiradi. Ular boshqaruv tizimining ishtirokchisidir.



Vazirlik - bu o'ziga tegishli tarmoqning xo'jalik tizimida boshqarishning eng oliy bo'linidir:

Vazirlik:

- tarmoqning ahvoli, uni yanada rivojlantirish;
- fan-texnika taraqqiyoti va ishlab chiqarish (xizmat)ning texnologik darajasi;
- ishlab chiqarilayotgan mahsulotning sifati va uning rakobatbardoshlini;
- ishlab chiqarilayotgan mahsulotga bo'lgan ichki va tashqi talabni qondirish uchun mas'uldir.

Davlat qo'mitalari - bu vazirlik va idoralarning fa'liyatini tartibga solish, nazorat qilish va muvofiqlashtirish yo'li bilan sotsial-iqtisodiy rivojlanishga rahbarlik qilishga mo'ljallangan markaziy tarmoq boshqaruv organlardir.

Konsem - bu ishlab chiqarishning diversifikatsiyasi (o'zgarishi, xilma-xilligining ko'payishi) asosan tarkib topadigan yirik, ko'p tarmoqli korporatsiyadir. Uning tarkibiga turli tarmoqlar (sanoat, transport, bank sohasi)ga tegishli korxonalar ixtiyoriy asoslarda kiradi.

Uyushma (ittifoq) - bu jismoniy va yuridik shaxslarning ko'ngilli jamoat birlashmalaridir. Bunday uyushmalar o'z faoliyatini muvofiqlashtirish, manfaatlarini himoya qilish va yagona ilmiy-texnik siyosatini ta'minlash maqsadida respublika hududida keng tarmoq yozgan.

Assosiasiya - bu korxonalarning paychilik asosida ko'ngillik birlashmasidir. U bir yoki bir necha ishlab chiqarish - xo'jalik vazifalarini birgalikda amalga oshirish maqsadida korxonalarning shartnomaviy asosida birlashishi natijasida tashkil topadi. Assosiasiya tarkibiga, odatda muayyan hududda joylashgan va turdosh kasbga ixtisoslashgan korxonalar kiradi.

Korporasiya - bu rivojlangan yirik aksionerlar jamiyat va trestlar birlashmasidir. Korporasiyalar negizi aksioner jamiyatlari hisoblanadi. Ular bir xil mahsulotlarning asosiy ishlab chiqaruvchilarini birlashtiradi.

Korsorsium - bu aniq vazifalar: yirik maqsadli dastur va loyihalash, shu jumladan, ilmiy-texnikaviy, qurilish, tabiatni himoya qilish va boshqa dasturlarni amalga oshirish maqsadida tashkil etiladigan muvaqqat birlashmadir.

Konsorsium o'ziga xos xususiyati - mustaqil yuridik sherik bo'lgan har bir ishtirokchi korxona bilan bitim tuzilishidadir.

Xolding kompaniyasi- bu eng avvalo moliyaviy jamgarma bo'lib korxonalarni emas, balki sarmoyalarni birlashtiradi.

Milliy kompaniya - bu noishlab chiqarish tarmoqlar, ijodiy jamoalar, transport, aloqa va telekommunikasiya korxonalari va tashkilotlarining paychilik yoki aksionerlik asosida ko'ngilli birlashmasidir.

Korxona yuridik shaxs huquqlariga ega bo'lgan xo'jalik sub'yekti bo'lib, o'ziga tegishli yoki tulik xo'jalik hisobidagi mulkdan foydalanish asosida mahsulot ishlab chiqaradi, sotadi yoki almashadi, ishlar bajaradi, xizmatlar ko'rsatadi deb ta'kidlangan.

Firma - bu korxonadan farqi o'laroq ishlab chiqarish va noishlab chiqarish sohalarida turli-tuman tadbirkorlik faoliyatini bildiradi.

Boshqarish tuzilmalari oddiy va ixcham bo'lishi kerak. Boshqarish masalalari tezkor hal etilishi lozim. Boshqarish zvenolarining soni eng kam miqdorda bo'lishi ma'qul.

Hisob-kitoblar shuni ko'rsatadiki, qo'l ostidagilar soni 5 kishi bo'lganda, rahbar 100 xil aloqaga; 6 kishida 222,7 kishida 400 va shunga o'xshash aloqalarda bo'ladi. Bundan shunday xulosa chiqadiki, bir rahbarga 5-6 xodim to'g'ri keladi.

Garb adabiyotlarida "strukturani takomillashtirish" iborasi umuman qo'llanilmaydi. Uning o'rniga:

- strukturaga o'zgartirish kiritish;
- strukturani almashirishi;
- strukturani tanlash;
- strukturani intergasiyalash kabi iboralar ishlatiladi.

Strukturaga o'zgartirish kiritish va uni almashtirish - bu jahon amaliyotidagi doimiy jarayon bo'lib, har qanday tashkilotda menejer faoliyatini ifodalovchi asosiy ko'rsatkichlardan hisoblanadi. Bunday o'zgarishlarning bosh omili - bu ilmiy texnika taraqqiyoti va kuchli raqobatdir. AQSH firmalarida, Garbiy Yevropa va rivojlangan Sharq davlatlarida boshqaruv strukturasi o'rtacha har 3-5 yilda almashtirilib turiladi.

Menejment me'yorini tanlashda yana quyidagilar ta'sir ko'rsatadi: Yechilayotgan masalalarning murakkabligi va bir xilligi, ularni ahamiyat darajasi, insonni jismoniy holati tashkilotda qabul qilingan menejment usuli va boshqalar.

Ikkinchi guruh omillari firmaning tashkiliy tarkibiini tanlashda va shakllantirishda birlamchi bo'lib xizmat qiladi.

Menejment nazariyachilari "strategik-tarkib" munosabatlariga ustivorlik beradilar. Izlanishlar shuni ko'rsatadiki, hozirgi zamon menejmentida tartib qurilishini eng asosiysi firmaning quyidagi uchta turdagi strategiyasini tanlab olishga bog'liq: innovatsion strategiyasi, xarajatlarni qaytish strategiyasi yoki har ikkala ilgarigi strategiyalarni asosiy belgilarini qamrab oluvchi strategiya.

Boshqaruv faoliyatini bajarish usullari menejment usullaridir. Menejment usullari boshqarish fanida muhim o'rin tutadi. Bu usullar juda ko'p va ular bir-birlari bilan uzviy bog'langan. Amaliyotda quyidagi usullar qo'llaniladi: iqtisodiy, tashkiliy farmoyish (ma'muriy) va ijtimoiy-ruhiy.

Bozor munosabatlari sharoitida boshqarishning iqtisodiy usullari muhim ahamiyatga molik. Iqtisodiy usullar orqali kishilarning moddiy qiziqishlariga ta'sir ko'rsatiladi. Korxonalarda boshqarishning iqtisodiy usullardan biri rejalashtirish hisoblanadi. Xo'jalikni rejali yuritish uning quyidagi barcha faoliyatiini qamraydi: ishlab chiqarish, lizing, ishlab chiqarish fondlarian foydalanish, mehnat va ish

vaqti, ijtimoiy masalalar va boshqalar. Bozor iqtisodiyoti sharoitida rejalashtirishda oshkoralik muhim jihatdir.

Bozor iqtisodiyoti qonunlari huquqiy prinsiplarni bajarilishini hisobga oluvchi va boshqaruv ob'yektiga o'z ta'sirini o'tkaza oladigan uslublar sistemasi tashkiliy-taqsimlovchi usullardir. Ular iqtisodiy boshqarish usullarini to'ldiradi. Davlat maxsus ma'muriy hujjatlar bilan boshqaruv organlarini tuzib, boshqariluvchi sistemalarga ta'sir ko'rsatadi. Tashkiliy-taqsimlovchi usullar tashkiliy aniqlik tashkiliy tuzilmalar, har bir boshqaruv zvenolari funksiyasi, boshqaruv apparati xodimlari ishi samarasi va intizom, kadrlarni tanlash o'rniga qo'yish, qayta ta'minlaydi.

Nazorat va muhokama uchun savollar:

1. Boshqaruvning tashkiliy tarkibi tushunchasi nima?
2. Boshqaruv organi va boshqaruv bosqichi to'g'risida nimalar deya olasiz?
3. Boshqaruv strukturasi qanday belgilari va turlarini bilasiz?
4. Boshqaruvning tashkiliy tarkibini takomillashtirishning qaysi yo'nalishlarini bilasiz?
8. Boshqaruvning mahalliy organlarining tarkibini ayting?
9. Boshqaruvning tarmoq organlari deganda nimalarni tushunasiz?

GLOSSARIY

Aksiyadorlik jamiyati - aksiyadorlar va muassislar mablag''i evaziga shakllangan kapitalga ega bo'lgan huquqiy shaxs maqomiga ega kompaniya. Ishlab chiqarishni tashkil qilishning mablag''larni aksiya sotish yo'li bilan jalb etishga asoslangan shakli.

Aylanma ishlab chiqarish fondlari - ishlab chiqarishda foydalaniluvchi mehnat predmetlari (xom ashyo, materiallar, o'rov materiallari, ta'mirlash uchun ehtiyot qismlar va hokazo). Har bir ishlab chiqarish siklida to'liq sarflanadi hamda korxonaning aylanma mablag''lari hisobiga sotib olinadi.

Aylanma mablag''lar - ishlab chiqarish zaxiralari, tugallanmagan ishlab chiqarish, tayyor mahsulot, yangi mahsulotni o'zlashtirish xarajatlari, kelgusi davr xarajatlariga sarflanuvchi korxona mablag''larining pul shaklida ifodalanishi.

Aksiya - aksiyadorlik jamiyati tomonidan chiqariluvchi hamda uning egasi, aksiyadorlik jamiyatining a'zosiga jamiyatni boshqarish va foydadan dividend olish huquqini beruvchi qimmatbaho qog'oz.

Aksiyadorlik kapitali - aksiyadorlik jamiyatining asosiy kapitali, uning hajmi Nizomda belgilab beriladi. Tarzga olingan mablag''lar va aksiya chiqarish hisobiga shakllantiriladi.

Amortizasiya - asosiy fondlar qiymatini asta-sekinlik bilan ular yordamida ishlab chiqariluvchi mahsulot yoki xizmatlarga o'tkazilishi; mablag''larning maqsadli ravishda jamg'arilishi va keyinchalik eskirgan asosiy fondlarning o'rmini qoplashga ishlatilishi.

Amortizasiya vositalari - korxona asosiy fondlarini saqlash va yangilash uchun maxsus ajratiluvchi moliyaviy vositalar.

Amortizasiya fondi - asosiy fondlarni oddiy va kengaytirilgan tarzda takror ishlab chiqarishga mo'ljallangan pul mablag''lari.

Asosiy ishlab chiqarish fondlari - mahsulot ishlab chiqarishda foydalaniluvchi mehnat vositalari (binolar, inshootlar, qurilma va asbob-uskunalar, transport vositalari va hokazo). Ular uzoq muddat xizmat ko'rsatib, ishlab chiqarish jarayonida o'zining natural shaklini saqlab qoladi hamda o'z qiymatini eskirish mobaynida asta-sekinlik bilan tayyor mahsulotga o'tkazadi. Kapital qo'yilmalar hisobiga to'ldiriladi.

Asosiy fondlarning eskirishi - asosiy fondlarning (binolar, qurilmalar va boshqa mehnat vositalarining) asta-sekinlik bilan foydali xususiyatlarini yo'qotishi. Asosiy ishlab chiqarish fondlari eskirishining jismoniy va ma'naviy turlari mavjud.

Balans - biron-bir holatning alohida tomonlarini taqqoslash va solishtirish yo'li bilan tavsiflanuvchi ko'rsatkichlar tizimi.

Balans foydasi - korxonaning balansida aks ettiriluvchi faoliyatning barcha

turlaridan olinuvchi umumiy foyda miqdori.

Bankrotlik - kasodga uchrash, korxonaning (tashkilot, bank) o'z majburiyatlari bo'yicha to'lovlarni mablag''lar yo'qligi tufayli amalga oshirmasligini anglatuvchi tushuncha. qoidaga ko'ra, korxonani yopish yoki majburan tugatish hamda mulkni qarzlarini to'lash uchun sotib yuborishga olib keladi.

Bashorat qilish - kelajakda ro'y berishi mumkin bo'lgan turli hodisa va jarayonlarni statistik, ijtimoiy, iqtisodiy va boshqa turdagi tadqiqotlar yordamida ilmiy asoslangan holda avvaldan aytib berish.

Biznes - bozor iqtisodiyoti sharoitlarida sub'ektning ma'lum bir mahsulot yoki xizmat turini yaratish va sotish yo'li bilan foyda olishga mo'ljallangan iqtisodiy faoliyati.

Biznes-reja - korxona faoliyati dasturi, kutilayotgan xarajat va daromadlar hisobini o'z ichiga oluvchi kompaniya faoliyatining muayyan maqsadlariga erishish uchun muayyan chora-tadbirlar rejası. Marketing tadqiqotlari asosida ishlab chiqiladi.

Veksel - qimmatbaho qog'oz turi, belgilangan tartibda yozma shakldagi qarz majburiyati, o'z egasiga (veksel oluvchiga) veksel beruvchidan ko'rsatilgan pul miqdorini belgilangan muddatda gap-so'zsiz to'lanishini talab qilish huquqini beradi.

Venchur firma - tijorat bilan shug'ullanuvchi ilmiy-texnik firma, yangi texnologiyalar va mahsulotlarni daromadlarni avvaldan belgilamagan holda ishlab chiqish va qo'llash bilan shug'ullanadi (tavakkalchilikka asoslangan kapital qo'yilmasi).

Dividend - aksiyadorlik jamiyati foydasining bir qismi, har yili soliqlarni to'lash, ishlab chiqarishni kengaytirish, zaxiralarni to'ldirish, obligasiyalar bo'yicha foizlar to'lash va direktorlarni mukofotlashdan seng aksiyadorlar o'rtasida taqsimlanadi.

Jismoniy eskirish - mehnat vositalarining foydalanish va tabiat kuchlari ta'siri ostida moddiy jihatdan emirilishi. Mehnat vositalarining ma'naviy eskirishi ularning to'liq jismoniy eskirishdan oldindanroq, ishlab chiqarish ko'rsatkichlari yuqoriroq va tejamkor bo'lgan mashina va qurilmalar paydo bo'lishi tufayli yuz berishi mumkin.

Ijara - mulkni ma'lum bir haq to'lash evaziga, vaqtinchalik foydalanishga berish to'g'risidagi shartnomaga asoslangan holda yollash.

Ilmiy-texnik salohiyat - mamlakatdagi fan, texnika va muhandislik ishlarining rivojlanish darajasi, jamiyatning fan-texnika muammolarini hal qilish uchun mavjud resurs va imkoniyatlarining umumiy tavsifnomasi.

Investision siyosat - kapital qo'yilmalarning eng ustivor yo'nalishlarini tanlash, iqtisodiyot samaradorligini oshirish, sarflangan har bir so'mga mahsulot o'sishi va milliy daromadning eng yuqori ko'rsatkichlariga erishish.

Investitsiyalar - mamlakat ichkarisi va tashqarisida yangi korxona yaratish va

mavjud korxonalarni zamonaviylashtirish, eng yangi texnika va texnologiyalarni o'zlashtirish, ishlab chiqarish darajasini oshirish va foyda olish maqsadida uzoq muddatli mablag''lar kiritilishi.

Investor - biron-bir faoliyatga, korxonaga foyda olish maqsadida uzoq muddatli kapital kiritishni amalga oshiruvchi xususiy tadbirkor, tashkilot yoki davlat.

Injiniring - tijorat asosida (shartnoma shaklida) turli xil muhandislik-maslahat xizmatlari ko'rsatilishi.

Innovasiya - jamiyat rivojlanishi bilan o'zgarib boruvchi inson ehtiyojlarini qondirishga oid yangiliklar, ularni yaratish, tarqatish va foydalanish jarayonini majmuasi.

Infratuzilma - sanoat (yoki biron-bir boshqa) ishlab chiqarishi hamda aholiga xizmat ko'rsatuvchi xo'jalik tarmoqlari majmuasi. Transport, aloqa, savdo, moddiy-texnik ta'minot, fan, ta'lim, sog'liqni saqlashni o'z ichiga oladi.

Ishlab chiqarish quvvati - asosiy ishlab chiqarish va aylanma fondlar, shuningdek, moliyaviy resurslardan iloji boricha to'liq va oqilona foydalangan holda ishlab chiqarish mumkin bo'lgan mahsulotning maksimal hajmi.

Ishlab chiqarish rentabelligi - umumiy (balans) foydaning asosiy ishlab chiqarish fondlari va normalashtiriluvchi aylanma mablag''larning o'rtacha yillik qiymatiga nisbati sifatida aniqlanuvchi ishlab chiqarish samaradorligi ko'rsatkichi.

Ishlab chiqarish tuzilmasi - korxonaning mahsulot ishlab chiqarish jarayonida bevosita yoki bilvosita ishtirok etadigan ishlab chiqarish bo'linmalari - sexlar, uchastkalar, xizmat ko'rsatish xo'jaligi aloqalarining yig'indisi.

Ishlab chiqarishni ixtisoslashtirish - yirik korxonalarda texnologiya va tuzilmasi bir xil bo'lgan mahsulotlarni ommaviy ravishda ishlab chiqarish.

Ishlab chiqarishni yiriklashtirish - mahsulotni yirik korxonalarda chiqarishni tashkil qilish.

Ishlab chiqarishni kimyolashtirish - mahsulot ishlab chiqarishda kimyoviy mahsulot va sun'iy materiallar, shuningdek, kimyoviy usullardan keng foydalanish.

Ishlab chiqarishning diversifikasiyasi - bir tomonlama, ko'pincha bitta mahsulotga asoslanuvchi ishlab chiqarishni keng nomenklaturada tayyorlanuvchi mahsulotlarga asoslangan ishlab chiqarishga o'tkazish.

Kapital qurilish - asosiy fondlarni yangi korxona qurish, mavjud korxonalarni qayta tiklash, kengaytirish, texnik jihatdan qayta qurollantirish va zamonaviylashtirish yo'li bilan yaratish va mukammallashtirish jarayoni.

Kapital qo'yilmalar - asosiy fondlarni qayta tiklash va o'stirishga sarflanuvchi moddiy, mehnat va pul resurslari xarajatlari.

Kapital sig'imi - asosiy kapitalning mos keluvchi davr mobaynida ishlab chiqarilgan mahsulot yoki uning biron-bir qismini - milliy daromad, sof daromad, foydaga nisbatini tavsiflovchi ko'rsatkich.

Kombinasionalash – bitta korxona - kombinat doirasida sanoatning bitta yoki bir nechta tarmoqlaridagi turli xil ishlab chiqarishlarni texnologik jihatdan birlashtirishda ifodalanuvchi, ishlab chiqarishni umumlashtirish shakllaridan biri.

Kompaniya - tadbirkorlarning huquqiy shaxs maqomiga ega bo'lgan, pay kapitali asosida tashkil qilinuvchi birlashmasi.

Konversiya - korxonaning umuman boshqa turdagi mahsulot ishlab chiqarishga o'tishi.

Konsern - turli tarmoqlardagi mustaqil korxonalarning ishtirok etish tizimi, qo'shma tadqiqotlar, patent-lisenziya kelishuvlari, moliyalashtirish, ishlab chiqarish hamkorligi vositasida birlashuvi.

Kooperasiya qilish - yakuniy mahsulotni birgalikda tayyorlash bo'yicha uzoq muddatli to'g'ridan-to'g'ri xo'jalik aloqalarini o'rnatish.

Korxonaning optimal hajmi – mahsulot ishlab chiqarish (ish bajarish, xizmat ko'rsatish) bo'yicha imzolangan shartnoma va majburiyatlarni o'z muddatida, eng kam xarajatlilar bilan eng yuqori samaradorlikka erishgan holda bajarish imkonini beruvchi korxona hajmi.

Korxonaning tijorat sirlari– korxonaning ishlab chiqarish, texnologiyalar, boshqaruv va boshqa turdagi faoliyati bilan bog'liq, oshkor qilinishi korxona manfaatlariga zarar etkazishi mumkin bo'lgan, davlat sirlariga aloqasi bo'lmagan ma'lumotlar.

Lizing - mulkka egalik qilish huquqi ijaraga beruvchida saqlangan holda, mulkni uzoq muddatli ijaraga berishga asoslangan holda investitsiyalarni moliyalashtirish shakli; mashina, uskuna va transport vositalarining o'rta va uzoq muddatli ijarasi.

Lisenziya - qonunda belgilangan muayyan xo'jalik operatsiyalari, jumladan, tashqi savdo (eksport va import) operatsiyalarini amalga oshirish bo'yicha, vakolatli davlat idoralarning huquqiy shaxslarga beruvchi maxsus ruxsatnomasi.

Marketing - korxonalarning mahsulot ishlab chiqish, ishlab chiqarish va sotish yoki xizmat ko'rsatishga oid faoliyatini, bozorni va iste'molchilar talabiga faol ta'sir ko'rsatishni o'rganish asosida boshqarish tizimi.

Materiallardan foydalanish koeffitsienti – xom ashyo va materiallarning oqilona tarzda sarflanishini tavsiflovchi ko'rsatkich. Tayyor mahsulot tarkibiga kiruvchi materiallarning ishlov berilgan materiallarning umumiy hajmiga nisbati sifatida hisoblanadi.

Mahsulot attestatsiyasi - mahsulot sifatining texnik-iqtisodiy ko'rsatkichlarini ob'ektiv baholashni tizimli ravishda amalga oshirishni ko'zda tutuvchi, tashkiliy-texnik va iqtisodiy chora-tadbirlar majmuasi.

Mahsulot ishlab chiqarish va sotish xarajatlari – mahsulot ishlab chiqarishda foydalaniluvchi tabiiy resurslar, xom ashyo va materiallar, yoqilg'i va energiya, asosiy fondlar va mehnat resurslari, shuningdek, mahsulot ishlab chiqarish va

sotishning boshqa xarajatlarining qiymat baholari.

Mahsulot rentabelligi – mahsulot sotishdan olingan foydaning mahsulot tannarxiga nisbati (foizlarda) sifatida aniqlanuvchi ishlab chiqarish samaradorligi ko'rsatkichi.

Mahsulot sertifikat - mahsulot sifatini baholash va nazorat qilishning xalqaro normalarini qabul qilish va amalga oshirish jarayoni; mahsulot ishlab chiqaruvchilarga qaram bo'lmagan, mahsulotning xalqaro standart normalariga mos kelishini nazorat qilish uchun kerakli asbob-uskunalar bilan ta'minlangan maxsus markazlarni yaratish bilan amalga oshiriladi.

Mahsulot sifati – mahsulotning inson va jamiyatning ma'lum bir ehtiyojarini qondirish qobiliyatlarini belgilovchi foydali xislatlari majmui.

Mahsulot sifatini boshqarish –mahsulotni yaratish va undan foydalanish yoki uni iste'mol qilishda zarur sifat darajasini belgilash, ta'minlash va qo'llab-quvvatlash maqsadida amalga oshiriluvchi xatti-harakatlar.

Mahsulot sifatini boshqarish tizimi – sifatni boshqarish uchun zarur bo'lgan resurslar, jarayonlar va javobgarlikni aniq taqsimlovchi tashkiliy tuzilma.

Mahsulotning material sig'imi – xom ashyo, materiallar va boshqa moddiy resurslarning mahsulot birligiga sarflanuvchi xarajatlari. Material sig'imini kamaytirish tayyor mahsulot va materiallarni ko'paytirish, mahsulot tannarxini kamaytirish va xom ashyo tarmoqlarini rivojlantirishga sarflanuvchi xarajatlarni kamaytirishga imkon yaratadi.

Mahsulotning mehnat sig'imi–mehnat unumdorligi ko'rsatkichlariga teskari bo'lgan kattalik. Moddiy ishlab chiqarish sohasida sarflangan mehnatning ishlab chiqarilgan mahsulot hajmiga nisbati orqali aniqlanadi.

Mahsulotning texnik darajasi – baholanayotgan mahsulotning texnik takomillashganligini belgilovchi, uning bazis ko'rsatkichlariga mos keluvchi ko'rsatkichlarni taqqoslashga asoslangan mahsulot sifatining nisbiy tavsifnomasi.

Mahsulotning yashash davri – mahsulot hayotining beshta bosqichinining almashinish davri: ishlab chiqish, ishlab chiqarish, bozorga chiqish, o'sish, bozorning to'yinishi va ma'naviy eskirish.

Mehnat unumdorligi –insonlar ishlab chiqarish faoliyatining samaradorligi; xodim moddiy ishlab chiqarish sohasida ish vaqti birligida ishlab chiqargan mahsulotlar miqdori yoki mahsulot birligini ishlab chiqarish uchun sarflangan vaqt bilan o'lchanadi. Mehnatning ijtimoiy unumdorligi ishlab chiqarilgan milliy daromadning moddiy ishlab chiqarish tarmoqlarida band bo'lgan har bir xodimga nisbatan hisoblanadi.

Mehnat shartnomasi – tadbirkor va ishga kiruvchi shaxs o'rtasidagi kelishuv, unda ko'ra xodimning mehnat vazifasi, ish joyi, lavozimi, oylik ish haqi, ish boshlash vaqti va hokazolar belgilab beriladi.

Nizom (ustav) - korxonani tashkil qilishning qonuniyligini tasdiqlovchi, korxona xarakteri va faoliyat turi, qoidalari, a'zolar o'rtasidagi munosabatlar va hokazolarni o'z ichiga oluvchi rasmiy hujjat.

Raqobat – bozor mexanizmining korxona va firmalarning mahsulot va xizmatlarni sotish, kapitalni foydaliroq joylashtirishda raqiblik asosida xo'jalik nisbatlarini shakllantirish bilan bog'liq elementi.

Raqobatbardoshlik – o'z faoliyatini bozor munosabatlari sharoitida amalga oshirish va bunda ishlab chiqarishni ilmiy-texnik jihatdan takomillashtirish, xodimlarni rag'batlantirish va mahsulot sifatining yuqori bo'lishini ta'minlashga etarli bo'lgan foyda olish.

Reklamasiya - xaridor tomonidan sotuvchiga shartnoma asosida etkazib berilgan tovar sifati va miqdorining shartnomaga to'g'ri kelmasligi tufayli bildiruvchi da'vosi.

Sertifikat - mas'ul idoralar tomonidan mahsulotni ekspertiza qilish asosida beriluvchi, mahsulot sifatini belgilovchi hujjat.

Smenalilik koeffisienti – uskunalarining vaqt bo'yicha ish bilan ta'minlash darajasi ko'rsatkichi; sutka davomida ishlab berilgan mashina-smenalarning o'rnatilgan barcha smenalar soniga nisbati orqali aniqlanadi.

Standartlashtirish - ishlab chiqarishning ma'lum bir sohasida faoliyatni tartibga solish maqsadida barcha manfaatdor tomonlar ishtirokida qoidalar belgilash va qo'llash. Normativ hujjatlar, standartlar, yo'riqnomalar, usullar, talablarda aks ettiriladi.

Ta'sis hujjatlari – yangi tashkil qilinuvchi korxona, kompaniya, aksiyadorlik jamiyatini ta'sis etish va ularni belgilangan tartibda ro'yxatga olish uchun asos bo'lib xizmat qiluvchi hujjatlar.

Texnik qayta qurollantirish – ishlab chiqarish alohida uchastkalarining texnik imkoniyatlarni zamonaviy darajaga chiqarish jarayoni.

Uskunalarni zamonaviylashtirish – harakatdagi uskunalar konstruksiyasiga, uning texnik darajasini oshiruvchi hamda texnik va iqtisodiy ko'rsatkichlarini yaxshilovchi sezilarli o'zgarishlar kiritish. Zamonaviylashtirish ikkinchi shakldagi ma'naviy eskirishning oldini olishga ko'maklashadi.

Ustama xarajatlar – asosiy xarajatlarga qo'shimcha bo'lib, ular bilan birga ishlab chiqarish xarajatlari tarkibiga kiritiluvchi, ishlab chiqarish va korxona boshqaruviga xo'jalik xizmati ko'rsatish xarajatlari.

Fan-texnika taraqqiyoti - fan, texnika, texnologiyalar rivojlanishi, mehnat predmetlari, ishlab chiqarish va mehnatni tashkil etishning uzluksiz rivojlanish jarayoni.

Firma - huquqiy shaxs maqomiga ega bo'lib, tovar ishlab chiqarish va sotishni bir umumiy boshqaruv (va umumiy firma nomi) ostida birlashtiruvchi, korxona yoki

turli mulkchilik shaklidagi ixtisoslashtirilgan tashkilotlar majmuasi.

Foyda – korxona faoliyatining yakuniy moliyaiy natijalari; pul tushumi va xarajatlar o'rtasidagi farq sifatida aniqlanadi.

Fond qaytimi – asosiy ishlab chiqarish fondlarining bir so'miga to'g'ri keluvchi mahsulot miqdori.

Fond sig'imi – fond qaytimiga teskari bo'lgan nisbat. Asosiy ishlab chiqarish fondlari o'rtacha qiymatining ishlab chiqarilgan mahsulot hajmiga nisbati sifatida hisoblanadi.

Fondlar bilan ta'minlanganlik – asosiy ishlab chiqarish fondlari bilan ta'minlanganlik ko'rsatkichi (asosiy ishlab chiqarish fondlarining korxonaning har bir xodimi yoki ishchisiga to'g'ri keluvchi hajmi).

Franchayzer – franchayzi bilan franchayzing shartnomasi imzolovchi yirik korxona (korporasiya, firma va hokazo).

Franchayzi (operator) – yirik franchayzer korxona bilan bitim tuzuvchi kichik korxona.

Franchayzing – yirik va kichik tadbirkorlikning aralash shakli; o'zaro foydali hamkorlik munosabatlari.

Xolding kompaniyasi – o'z kapitalidan boshqa kompaniyalarni boshqarish, ularga rahbarlik qilish va dividend olish maqsadida ularning aksiyalarini sotib olishda foydalanuvchi aksiyadorlik kompaniyasi.

Xususiylashtirish – davlat mulkini boshqa mulkchilik shakllariga, jumladan, jamoa, aksiyadorlik va xususiy mulkka o'tkazishda mulkchilik munosabatlarining o'zgarish jarayoni.

Yalpi daromad – korxona faoliyatining yakuniy natijalarini tavsiflaydi hamda yalpi pul tushumi va mahsulot ishlab chiqarish va sotishga sarflanuvchi barcha xarajatlar o'rtasidagi farqni ifodalaydi.

Yalpi pul tushumi – tovar mahsuloti, ish, xizmat va moddiy boyliklarni sotishdan tushuvchi pulning umumiy miqdori.

Yalpi foyda – korxona yalpi daromadining barcha majburiy to'lovlarni chiqarib tashlagandan seng korxona ixtiyorida qoluvchi qismi.

Huquqiy shaxs – fuqarolik sub'ekti sifatida faoliyat yurituvchi, mustaqil balans, gerbli muhr va bankda hisob raqamiga ega, Nizom asosida faoliyat yurituvchi hamda baknotga uchraganda o'z mulki bilan javob beruvchi korxona.

Qayta tiklash – mavjud ishlab chiqarishni texnik va tashkilish takomillashtirish, asosiy fondlarni kompleks ravishda yangilash va zamonaviylashtirish asosida to'liq qayta qurish jarayoni.

Foydalanilgan adabiyotlar va manbalar

John Sloman, Alison Wride . Economics. Seventh edition. 2009, England.

1. Alimxodjaev S.R. O'zbekiston milliy iqtisodiyoti, O'quv qo'llanma –T; ToshDTU, 2010-166 b.

2. Alimxodjaev S.R. Menejment asoslari, O'quv qo'llanma –T; ToshDTU, 2007-166 b.

3. Maxmudov E.X. Korxona iqtisodiyoti. O'quv qo'llanma. – T.: O'zbekiston yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg'armasi nashriyoti, 2005, – 170 bet.

4. Ibragimova S.A., Alimxodjaev S.R. Ishlab chiqarish menejmenti, O'quv qo'llanma –T; ToshDTU, 2010-158 b.

5. Maxkamova M.A., Ibragimova S.A. Iqtisodiyot va menejment, O'quv qo'llanma –T; ToshDTU, 2007-166 b.

6. Sharifxo'jaev M. Abdullaev YO. Menejment, Darslik -T.:O'qituvchi, 2001. 2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasini "Faol tadbirkorlik, innovasion g'oyalar va texnologiyalarni qo'llab-quvvatlash yili"da amalga oshirishga oid davlat dasturi to'g'risida. - T.:2018 yil 22 yanvar, PF-5308-sonli Farmoni.

O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida. - T.:2017 yil 7 fevral, PF-4947-sonli Farmoni.

Mirziyoev SH.M. Erkin va farovon, demokratik O'zbekiston davlatini birgalikda barpo etamiz. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining lavozimiga kirishish tantanali marosimiga bag'ishlangan Oliy Majlis palatalarining qo'shma majlisidagi nutqi. –T.: "O'zbekiston" NMIU, 2016. – 56 b.

Mirziyoev SH.M. Qonun ustuvorligi va inson manfaatlarini ta'minlash – yurt taraqqiyoti va xalq farovonligining garovi. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi qabul qilinganining 24 yilligiga bag'ishlangan tantanali marosimdagi ma'ruza 2016 yil 7 dekabr. – T.: "O'zbekiston" NMIU, 2016. – 48 b.

7. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti SHavkat Mirziyoevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi.Xalq so'zi, T. 2017 yil 22 dekabr

Mirziyoev SH.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. - T.: "O'zbekiston" NMIU, 2017. – 488 b.

Karimov I.A. 2014 yil yuqori o'sish sur'atlari bilan rivojlanish, barcha mavjud imkoniyatlarni safarbar etish, o'zini oqlagan islohotlar strategiyasini izchil davom ettirish yili bo'ladi. – T.: O'zbekiston, 2014. – 36 b.

Karimov I.A.2015 yilda iqtisodiyotimizda tub tarkibiy o'zgarishlarni amalga oshirish, modernizasiya va diversifikasiya jarayonlarini izchil davom ettirish hisobidan xususiy mulk va xususiy tadbirkorlikka keng yo'l ochib berish – ustuvor vazifamizdir.O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning 2014 yilning asosiy yakunlari va 2015 yilda O'zbekistonning ijtimoiy iqtisodiy rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi - Xalq so'zi, 2015 yil 16 yanvar.

Mahsulot (ishlar, xizmatlar)ni ishlab chiqarish va sotish xarajatlari tarkibi hamda moliyaviy natijalarni shakllantirish tartibi to'g'risidagi Nizom. -T.: 1999, 5 fevral.

8. Горфинкел В. Я., Швандер В.А. Экономика предприятия. Учебник. 4-издание. -М.: YUNITI-DANA, 2007.

9. Грузинов В.П. Экономика предприятия. Учебник. 2-издание. -М.: YUNITI-DANA, 2008.

Иленкова Д. Производственный менеджмент. Учебное пособие. -М., YUNITI-DANA, 2003.

10. Zaynutdinov SH., Shermuhammedov, Murakaev I. Menejment. Toshkent, O'zbekiston Yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg'armasi nashriyoti, 2005 yil, 240 b.

11. Qosimov F. Menejment. Darslik. Toshkent, O'zbekiston, 2002 y il, 312b
Yuldasheva S.N. "Iqtisodiyot va menejment". O'quv uslubiy majmua. Buxoro. 2017.

Elektron resurslar

www.gov.uz – O'zbekiston Respublikasi hukumat portali.

www.lex.uz – O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi.

www.stat.uz. - O'zbekiston Respublikasi Davlat Statistika qo'mitasining rasmiy sayti.

www.ceep.uz. - O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot Vazirligi huzuridagi Samarali iqtisodiy siyosat markazi rasmiy sayti.

www.kitob.uz. - Respublika kutubxonasi .

www.businesspages.uz. - O'zbekiston Respublikasi sanoat korxonalari spravochnigi.

www.uza.uz - O'zbekiston Milliy axborot agentligi rasmiy sayti

www.economics.ru

[www. Management.ru](http://www.Management.ru)

[www. norma.uz](http://www.norma.uz).

N.N.Rasulova, Z.Q.Jumayeva

SOHA IQTISODIYOTI VA MENEJMENT

Muharrir:
Texnik muharir:
Musahhih:
Sahifalochi:

G'. Murodov
G. Samiyeva
M.Raximov
M.Arslonov



Nashriyot litsenziyasi AI № 178. 08.12.2010.
Original – maketdan bosishga ruxsat etildi: 29.12.2020.
Bichimi 60x84. Kegli 14 shponli. «Times New Roman» garn.
Ofset bosma usulida. Ofset bosma qog'ozi.
Bosma tabog'i 13,75. Adadi 100. Buyurtma № 116.



«Sharq-Buxoro» MCHJ bosmaxonasida chop etildi.
Buxoro shahar O'zbekiton Mustaqilligi ko'chasi, 70/2 uy.
Tel: 0(365) 222-46-46



ISBN 978-9943-6894-4-2



9 789943 689442