

**I.S.XOTAMOV,
G.R.MADRAXIMOVA**

SANOAT IQTISODIYOTI

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLY VA O‘RTA MAXSUS TA‘LIM VAZIRLIGI
TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI**

I.S. XOTAMOV, G.R. MADRAXIMOVA

SANOAT IQTISODIYOTI

(Kredit-modul bo‘yicha)

O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta‘lim vazirligi tomonidan bakalavriatning 60310100 – Iqtisodiyot (tarmoqlar va sohalar bo‘yicha) ta‘lim yo‘nalishi talabalari uchun darslik sifatida tavsiya etilgan.

TOSHKENT – 2022

UO‘K: 338 (07)

KBK 65.02

X 59

**I.S.Xotamov, G.R.Madraximova. Sanoat iqtisodiyoti. Darslik. – T.:
«Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi», 2022. 252 bet.**

ISBN 978-9943-8530-6-5

Darslikda “Sanoat iqtisodiyoti” fanining mohiyati va vazifalari, monopoliya va tartibga solish, narxlarni diskriminatsiyalash, sof raqobat, kelishuv, asosiy agent muammolari, bozor tarkibi va bozor kuchi, birlashish, tadqiqot va rivojlanish, tarmoqlar va standartlar, mahsulotlar differensiyasi to‘g‘risida nazariy va amaliy yondashuvlar keltirilgan.

Darslik oliy ta’lim muassasalarida kredit-modul tizimi asosida tahsil oluvchi barcha ta’lim yo‘nalishi va magistratura mutaxassisliklari, ilmiy-tadqiqot bilan shug‘ullana-yotgan tadqiqotchilar hamda sohada faoliyat yuritayotgan mutaxassislarning nazariy va amaliy bilimlarini oshirishlari uchun xizmat qiladi.

The textbook covers the essence and objectives of Industrial Organization, monopolies and regulation, price discrimination, pure competition, negotiation, key agent issues, market structure and market power, mergers, research and development, industries and standards, product differentiation, theoretical and practical approaches are presented.

The manual serves to increase the theoretical and practical knowledge of all areas of education and specialities of the magistracy, researchers engaged in research activities, and specialists working in this field, as well as students in higher educational institutions on the basis of a credit-modular system.

UO‘K: 338 (07)

KBK 65.02

Mas’ul muharrir:

M.P. Eshov – iqtisodiyot fanlari doktori, professor.

Taqrizchilar:

B.T.Salimov – iqtisodiyot fanlari doktori, professor;

F.T.Egamberdiyev – iqtisodiyot fanlari doktori, professor.

ISBN 978-9943-8530-6-5

© «Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi», – 2022.

KIRISH

Mamlakatimiz hayotining tarmoq va sohalari rivojida amalga oshirilayotgan islohotlar natijasida tub o'zgarishlar ro'y bermoqda. Taraqqiyotning bosh omili demokratik islohotlar va samarali boshqaruv jarayonlarining uzluksizligi iqtisodiyot rivojlanishini ta'minlab kelmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning 2020-yil 29-dekabrda Oliy Majlisga Murojaatnomasida: "Joriy yilda mamlakatimizning xalqaro moliya bozorlariga chiqish imkoniyatlari yanada yaxshilandi, ilk bor milliy valutada 2 trillion so'mlik davlat yevroobligatsiyalari past foizlarda joylashtirildi. Bu yil respublikamizda 197 ta yirik, minglab kichik va o'rta korxonalar hamda infratuzilma obyektlari barpo etildi. Jumladan, "Navoiyazot"da ammiak va karbamid ishlab chiqarish kompleksi hamda azot kislotasi zavodi, Muborak, Gazli va Sho'rtan neft-gaz korxonalarida suyultirilgan gaz ishlab chiqarish qurilmalari, Toshkent metallurgiya zavodi kabi yirik quvvatlar ishga tushirildi", – deb ta'kidlab o'tgan¹.

Tarmoqlar rivojida samarali va izchil islohotlar zamonaviy raqobat muhitini ta'minlagan holda, mamlakatimizda iqtisodiyot sektorlarini jadal o'sishi hamda rivojlanishini yuqori sur'atlarda taraqqiy etishiga zamin yaratadi. Pirovardida nafaqat davlat, balki xususiy korxonalar va kompaniyalar, xalqaro tashkilotlar va xorijiy investorlar uchun ishonchli, samarali va eng munosib hamkorlarga aylanish uchun ulkan imkoniyatlarga ega bo'ladi. Har bir tarmoq va sohalar boshqaruvida korporativ strategiya tamoyillarini uzluksiz tatbiq etish muhim ahamiyat kasb etadi.

Yangi O'zbekiston sharoitida korporativ strategiyani to'g'ri tanlash va industrial tashkillashtirishni rivojlantirish aynan kompaniya va tashkilotlardagi muhim masalalar yechimini topishida, shuningdek, sohadagi tashkiliy, iqtisodiy va huquqiy jarayonlarga baho beradi. Hozirda davlat ishtiroki bo'lmagan aksiyadorlik jamiyatlari, xususan, kompaniya va tashkilotlarda korporativ strategiya va tashkilot dizaynini rivojlantirishni

¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi, 29-dekabr, 2020-yil. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining rasmiy sayti: <http://www.press-service.uz>.

tizimli yo'lga qo'yishda, ularda korporativ strategiyani ishlab chiqish asosida korporativ boshqaruv darajasini reyting asosida muntazam baholash va monitoring qilib borishda muhim ahamiyatga ega.

Ushbu darslikni tayyorlashda raqobatning statik va dinamik ko'rinishlari, vertikal integratsiya va diversifikatsiya, strategik boshqaruv, narxlarni, mahsulot differentsiatsiyasi, joylashuvi modeli, firmaning neoklassik nazariyasi, mukammal raqobat va monopoliya nazariyalari, monopolistik raqobat nazariyasi, kartellar shakllanish sabablari, agentlik muammolari va korporativ boshqaruvga bo'lgan talab, firmalar uchun xarajat tushunchalari, narxlarni belgilash va foyda nazariyalari, bitim xarajatlari, firmaning agentlik va resurslarga asoslangan nazariyalari, firmaning resurslarga asoslangan nazariyasi bo'yicha ilmiy-tadqiqot ishlarini olib borgan xorijiy mamlakatlar olimlari, MDH davlatlari va respublikamizda shu sohada tadqiqot olib borgan olimlarning tadqiqot natijalari, mahalliy va xorijiy adabiyotlar, statistik ko'rsatkichlar, korporativ boshqaruv shaklidagi korxonalar faoliyatining natijalaridan ham keng foydalanilgan.

“Sanoat iqtisodiyoti” darsligida fanning mohiyati va vazifalari, raqobatning statik va dinamik ko'rinishlari, vertikal integratsiya va diversifikatsiya, strategik boshqaruv: qisqa burilish, narxlarni diskriminatsiyalash zaruriyati va sabablari, mahsulot differentsiatsiyasi, mahsulotni differentsiatsiyalashning ijtimoiy jihatdan maqbul miqdori, Salopning joylashuvi modeli, firmaning neoklassik nazariyasi, mukammal raqobat va monopoliya nazariyalari, monopolistik raqobat nazariyasi, kartellar shakllanish sabablari, kartelni yaratish va amalga oshirish, agentlik muammolari va korporativ boshqaruvga bo'lgan talab, korporativ boshqaruv amaliyot kodekslari, korporativ boshqaruv: amalga oshirish va empirik dalil, firmaning maqsadi, ko'p mahsulot ishlab chiqaradigan firmalar uchun xarajat tushunchalari, tadqiqot va rivojlanish, tarmoqlar va standartlar, narxlarni belgilash va foyda nazariyalari, bitim xarajatlari, firmaning agentlik va resurslarga asoslangan nazariyalari, firmaning resurslarga asoslangan nazariyasi to'g'risida nazariy va amaliy ma'lumotlar o'rin olgan.

I - BOB. «SANOAT IQTISODIYOTI» FANINING PREDMETI VA VAZIFALARI

1.1. «Sanoat iqtisodiyoti» fanining obykti, sanoatning ta'rifi va tavsifi

Sanoat respublikamiz iqtisodiyotining asosiy tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Chunki, sanoat o'zining qo'shimcha qiymat yaratishi, aholi ehtiyojini qondirishdagi o'rni va yuqori darajaga ega bo'lgan ishlab chiqarish lokomotivi bilan boshqa soha va tarmoqlardan tubdan farq qiladi. Hududlarda sanoat tarmog'ining rivojlanishi milliy iqtisodiyotning barqaror sur'atlar bilan rivojlanishiga olib keladi. Sanoat sohasida qazib olingan, ekib o'stirilgan barcha resurslarni qayta ishlash, ulardan yangidan yangi mahsulotlar ishlab chiqarish, assortiment va nomenklaturaning ko'payishi hisobiga diversifikatsiyalashuv jarayonlari takomillashadi.

Rivojlanish darajasi sust bo'lgan mamlakatlarda past texnologiyali ko'p mehnat talab qiluvchi sanoat tarmoqlarining (kiyim-kechak, tekstil mahsulotlari ishlab chiqarish) ochilishi aholi bandligining barqaror o'sishini qo'llab-quvvatlaydi va bu aholi daromadlarining o'sishiga olib keladi. O'rtacha daromad darajasiga ega bo'lgan mamlakatlarda o'rta texnologik darajadagi sanoat tarmoqlarining rivojlanishi (rangli metallurgiya va metall buyumlar ishlab chiqarish) katta sondagi ish o'rinlarini yaratmasa-da, biroq yuqori mehnat unumdorligini ta'minlaydi.

Sanoat aholining hayot sifatini yaxshilaydi va unda qo'llanilayotgan texnologiyaning rivojlanib borishi aholining ma'lumot darajasiga ta'sir etadi. Qayta ishlovchi sanoatning shahar markazidan chekka hududlarga kirib borishi ishlab chiqarish sur'atini tezlashtiradi va u mahalliy aholi daromadlarini oshiradi.

Sanoat tarmog'ining dinamikligi iqtisodiyotning boshqa soha va tarmoqlari rivojlanishiga ham sezilarli darajada ijobiy ta'sir etadi.

Xususan, sanoatning oziq-ovqat va yengil sanoat tarmoqlari rivojlanishi qishloq xo‘jaligi, o‘rmonchilik va baliqchilik sohalarining rivojlanishini rag‘batlantiradi.

Qayta ishlovchi sanoatning rivojlanishi xizmatlar sohasining rivojlanishiga ham kuchli ta‘sir etadi (bank, sug‘urta, aloqa xizmatlari, savdo va transport). Ayniqsa, xizmat ko‘rsatish sohasining bir qancha tarmoqlari qayta ishlovchi sanoatga bevosita bog‘liq bo‘lib, mazkur xizmatlarsiz sanoat tovarlari iste‘molchilarga shunchaki yetib bormaydi. Shuningdek, qayta ishlovchi sanoat ilmiy-tadqiqot, ulgurji va chakana savdo, avtomobillarni ta‘mirlash va ularga texnik xizmat ko‘rsatish sohalarining rivojlanishiga ham yaxshigina ijobiy ta‘sir etadi.

Sanoat milliy iqtisodiyotning barcha tarmoqlarini ishlab chiqarish vositalari, mehnat qurollari bilan ta‘minlaydi. Milliy iqtisodiyot, fan, maorif, madaniyat, sog‘liqni saqlash, sport, turizm va boshqa sohalar rivoji sanoatning taraqqiyot darajasiga bog‘liq.

Ishlab chiqarish kuchlari va munosabatlari taraqqiyotida sanoatning roli beqiyos bo‘lib, uning samaradorligi qanchalik yuqori bo‘lsa, hududning mavqei shunchalik kuchli bo‘ladi va aholi turmush darajasi yanada yaxshilanib boradi. Shuningdek, sanoat rivoji tufayli unda band bo‘lgan xodimlarning soni ko‘payadi, ularning bilimi va ilmi, mahorati ortadi, kadrlar salohiyati yuqori darajaga ko‘tariladi. Faqat sanoatgina texnika hamda innovatsiyaning barcha yutuqlarini mujassamlashtirib, mehnatni texnika bilan qurollantirish orqali unumdorlikni yuqori darajaga ko‘tara oladi.

“Sanoatni rivojlantirishning dolzarbligi va iqtisodiyotni takomillashtirishda tutgan o‘rnining nihoyat darajada kengligi bilan mamlakatimiz iqtisodchi olimlarining ham doimiy diqqat markazida bo‘lgan. Xususan, A.Ortiqov “O‘zbekistonda sanoatni rivojlantirishning qator imkoniyatlari, geografik va iqtisodiy omillari”ga, M.Narziqulov “Sanoatni rivojlanish strategiyasini ishlab chiqish jarayonida asosiy e‘tibor tarkibiy o‘zgarishlarga qaratilganligi”ga, E.Maxmudov “Sanoat tarmoqlari rivojlanishiga sharoit yaratishning

strategik yo‘nalishlari, birinchi navbatda budjet, soliq, pul kredit, narx va valuta siyosati kabi vositalarni qamrab olgan qulay makroiqtisodiy muhitni yaratish”ga, bog‘liqliklariga alohida to‘xtalib o‘tishgan”.

Yuqoridagilardan kelib chiqib aytish mumkinki, sanoat tarmog‘i-ning milliy iqtisodiyotni rivojlantirishda tutgan o‘rnining yuqoriligi sababli mazkur tarmoqning rivojlanishini ta‘minlashga alohida ehtiyoj mavjuddir.

Hududlarda sanoatning rivojlanishi murakkab va uzoq muddatli jarayon bo‘lib, buni biz Xitoy, Hindiston, Janubiy Koreya, Lotin Amerikasi mamlakatlari va boshqa dunyoning ko‘plab sanoati rivojlangan davlatlarining tajribalaridan ham ko‘rishimiz mumkin.

Shuni ham qayd etish kerakki, sanoat tarmog‘ining rivojlanishini bitta yoki bir necha ko‘rsatkichlar bilan yaqqol ifoda etib bo‘lmaydi. Shuning uchun ham mazkur jarayonda ko‘rsatkichlar tizimini qo‘llash maqsadga muvofiqdir.

Yuqoridagi fikrdan kelib chiqqan holda ko‘p qirrali sanoatning rivojlanishini o‘zida ifoda etuvchi ko‘rsatkichlar tizimini “ko‘lam” nuqtayi nazaridan shartli ravishda to‘rt darajaga ajratildi:

makrodarajada: YaIMda sanoatning ulushi, yalpi sanoat mahsuloti hajmi, aholi jon boshiga yalpi sanoat mahsuloti, yalpi mahsulot ishlab chiqarishda qo‘shilgan qiymatning ulushi, qazib olish va qayta ishlash tarmoqlarining ulushi, yalpi ishlab chiqarishda eksportning ulushi, sanoatda yaratilayotgan yangi ish o‘rinlari va kichik biznes subyektlarining soni, makrodarajada sanoatdagi omillar umumiy samaradorligi (TFP – total factor productivity), davlat budjetidan sanoat tarmog‘iga yo‘naltirilayotgan xarajatlar hajmi, sanoat tarmoqlariga kiritilayotgan xorijiy investitsiyalar hajmi, jahon bozorida tarmoqning yuqori texnologiyali mahsulotdagi ulushi, makrodarajada tarmoqning kapital (fond), material (resurs), fan-texnika, energiya, tabiat va mehnat sig‘imlari, tarmoqda mehnat unumdorligi hamda mehnatning kapital bilan qurollanganlik darajasi;

mintaqa darajasida: YaHMda sanoatning ulushi, yalpi hududiy sanoat mahsuloti, sanoat ishlab chiqarish hududiy konsentratsiya darajasi (%), hududda ishlab chiqarishning lokalizatsiya va hududning sanoatni muayyan tarmog‘iga ixtisoslashish darajasi (koeffitsiyent), hududda sanoat mahsulotlarini qayta ishlash darajasi;

mezodarajada: sanoatda yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat, tarmoq eksport tuzilishida yuqori texnologiyali mahsulotning ulushi, yalpi sanoat ishlab chiqarishida tarmoqlarning ulushi, ishlab chiqarilgan dunyo brendlarining miqdori, tarmoqda band bo‘lgan yuqori malakali injener va tadqiqotchilar soni, tarmoqqa tegishli bo‘lgan litsenziya va patentlar soni, tarmoqning defitsit resurslardan foydalanish darajasi (foizda);

mikrodarajada: sanoat mahsulotining energiya va material sig‘imi, ishlab chiqarishning rentabellik darajasi, sanoat jihozlarning yangilash darajasi, jihozlarning eskirish koeffitsiyenti, umumiy jihozlar hajmida 10 yilgacha xizmat qilgan mashina va jihozlarning ulushi.

Hududlarda sanoatning rivojlanishini ifoda etuvchi ko‘rsatkichlar tizimidan ayrim ko‘rsatkichlar tarmoqning samaradorligini ifoda etsa, ba’zi ko‘rsatkichlar esa sanoatning innovatsion rivojlanishini o‘zida ifoda etadi. Masalan: YaIMda sanoatning ulushi, yalpi sanoat mahsuloti hajmi, yalpi mahsulot ishlab chiqarishda qo‘shilgan qiymatning ulushi, YaHMda sanoatning ulushi, yalpi hududiy sanoat mahsuloti, sanoat ishlab chiqarish hududiy konsentratsiya darajasi, yalpi sanoat ishlab chiqarishida tarmoqlarning ulushi hamda ishlab chiqarishning rentabellik darajasi sanoat tarmog‘ining turli darajadagi samaradorligini ifoda etsa, jahon bozorida tarmoqning yuqori texnologiyali mahsulotdagi ulushi, ishlab chiqarilgan dunyo brendlarining miqdori, tarmoqda band bo‘lgan yuqori malakali injener va tadqiqotchilar soni hamda umumiy jihozlar hajmida 10 yilgacha xizmat qilgan mashina va jihozlarning ulushi kabi ko‘rsatkichlar sanoat tarmog‘ining turli darajadagi innovatsion rivojlanishini o‘zida ifoda etadi.

Yuqoridagilardan tashqari, quyida keltirilgan ko‘rsatkichlar ham sanoatning innovatsion rivojlanishini o‘zida ifoda etadi:

– yuqori texnologili mahsulotning YaIMdagi ulushi (ishlab chiqarilgan yuqori texnologiyali mahsulot hajmi / yalpi ichki mahsulot);

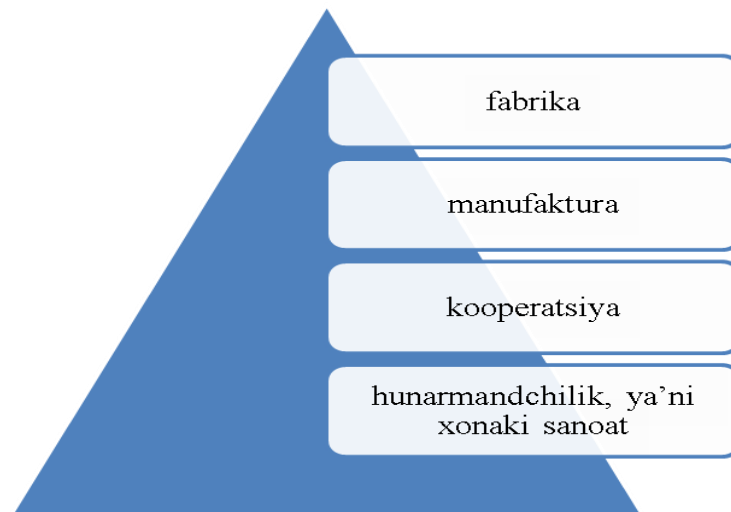
– umumiy sanoat ishlab chiqarishda yuqoritexnologiyali tarmoqning ulushi (yuqori texnologiyali tarmoqda ishlab chiqarish hajmi / yalpi sanoat ishlab chiqarish hajmi);

– yuqori texnologiyali tarmoqda bandlik darajasi (o‘rta va yuqori texnologiyali tarmoqda bandlar soni / mehnatga qobiliyatli aholining umumiy soni);

– yuqori texnologiyali sanoat mahsulotining eksportdagi ulushi (yuqori texnologiyali sanoat mahsulotining eksport hajmi / umumiy eksport hajmi). Har qanday fan o‘zining o‘rganish obyektiga ega bo‘ladi. «Sanoat iqtisodiyot» fani obyekti umuman sanoat, xususan, O‘zbekiston sanoati hisoblanadi. Shu bois eng avvalo, ushbu fanning obyekti hisoblangan sanoat haqidagi ta’limot bilan tanishish zaruriyati tug‘iladi.

Sanoat ijtimoiy-iqtisodiy kategoriyadir. Demak, sanoat obyektiv 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. Sanoat ham obyektiv borliqning muhim hodisalari qatorida ma’lum davr (vaqt va fazo)da dunyoga kelgan, muayyan qonun va qoidalar asosida rivojlangan, ma’lum miqdor va sifatlarga, zarurat va imkoniyatlarga ega bo‘lgan hamda ziddiyatlar qurboni ham bo‘lgan.

O‘zbekistonda hunarmandchilikning juda ko‘p turlari, ya’ni kulolchilik, duradgorchilik, toshtaroshlik, binokorlik, o‘ymakorlik, kashtado‘zlik, ko‘nchilik, to‘quvchilik va tikuvchilik, temirchilik, misgarlik va zargarlik, degrezlik, rixtagarlik, zardo‘zlik, bo‘yoqchilik, tunukaso‘zlik va boshqalar keng tarqalgan.



1.1-rasm. O‘zbekiston sanoati taraqqiyoti bosqichlari²

Sanoat moddiy ishlab chiqarishning asosiy va yetakchi tarmog‘idir. Sanoatning vujudga kelishi va rivojlanishi ishchilar sonining oshishi va uning jamiyatdagi mavqeining ko‘tarilishiga olib keladi.

Sanoat, deb xomashyo, material, yoqilg‘i, energiya va boshqa mahsulotlar ishlab chiqaruvchi yoki aholiga xizmat ko‘rsatuvchi korxonalar (zavod, fabrika, kon, shaxta, elektr stansiya, ferma va h.k.) majmuasiga aytiladi. Sanoat xalq xo‘jaligining muhim sohasidir.

Sanoat mamlakat mudofaa qobiliyatining moddiy asosi, el-yurtda tinchlik va barqarorlikni saqlashning muhim omili, qo‘shni mamlakatlar mustaqilligini, hamkorligi va birdamligini ta‘minlovchi muhim sohadir. O‘zbekiston davlati mudofaasini kafolatlashda sanoatning roli bebahodir.

Sanoat shunday tarmoqki, barcha mamlakatlarning siyosiy, iqtisodiy va tashkiliy intilishlari, ularning xo‘jalik jihatdan birlashishi, ya‘ni iqtisodiy integratsiya tavsifida o‘z ifodasini topadi. Natijada barcha mamlakatlarning tabiiy, mehnat va moliyaviy resurslaridan, fan-texnikaning barcha yutuqlaridan oqilona foydalanish imkoniyatlari yuzaga keladi.

² Muallif ishlanmasi

Hunarmandchilik ("xonaki sanoat") bronza asrida dehqonchilikdan ajralib chiqqan. **Milodning dastlabki asrlarida** hozirgi O'zbekiston hududida anchagina hunarmandchilik markazlari tashkil topgan.

9—10-asrlarda ip, mato, gilam bo'yicha Xiva va Shosh mis va temirdan aslaha, pichoq tayyorlash bo'yicha Farg'ona, shoyi matolar, shisha mahsulotlar tayyorlash bo'yicha Buxoro dunyoga tanilgan.

12—13-asrlarda rivojlanish pasayib, Temuriylar davlatining vujudga kelishi bilan hunarmandchilik yana rivoj topgan. Buxoro, Samarqand, Xiva, Toshkent, Shaxrisabz kabi shaharlarning ishlab chiqarish munosabatlarida hunarmandchilik alohida ahamiyat kasb etgan.

18-asrning 60–70-yillarida Angliyada ro'y bergan sanoat to'ntarilishidan keyin O'zbekistonda asta-sekin manufakturadan mashinalashgan industriyaga o'tish boshlandi. Xomashyoga birlamchi ishlov beradigan sanoat sohalari (paxta tozalash, ipak tortish, vino, konserva, moy zavodlari) vujudga keldi.

19-asrda O'zbekiston sanoatida juda katta o'zgarishlar ro'y berdi. Agar asr boshlarida sanoat mahsulotining eng muhim turlaridan 5-10 xili (paxta tolasi, xom ipak, o'simlik moyi, uzum vinosi, g'isht, ganch va boshqalar) ishlab chiqarilgan bo'lsa, asr oxiriga kelib yuzlab-minglab turlari tayyorlangan.

19-asr oxiriga kelib, O'zbekistonda hunarmandchilikning 30 ga yaqin turi rivojlangan. 20-asr boshlarida esa hunarmandchilikning asosiy qismi artellarga, keyinchalik zavod va fabrikalarga, badiiy buyumlar korxonalariga aylantirilgan.

1.2-rasm. O'zbekiston sanoati taraqqiyoti bosqichlari³

Ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotni jadallashtirishni ta'minlovchi buyuk harakatlantiruvchi kuch — raqobat, ya'ni bellashuv, raqiblar kurashi ham **sanoat sohasida rivoj topadi**. Ilg'or texnika va texnologiyalardan foydalanish, materiallarning yangi turlarini yaratish, mehnat unumdorligini oshirish, ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning raqobatbardoshligini yuqori darajaga ko'tarish, ishlab chiqarishning boshqa bir

³ Muallif ishlanmasi

qator texnik-iqtisodiy ko‘rsatkichlarini yaxshilash asosida uning samaradorligini ko‘tarish uchun harakat va boshqa mehnat an‘analari ham **avvalo, sanoat sohasida vujudga kelgan va kelmoqda.**

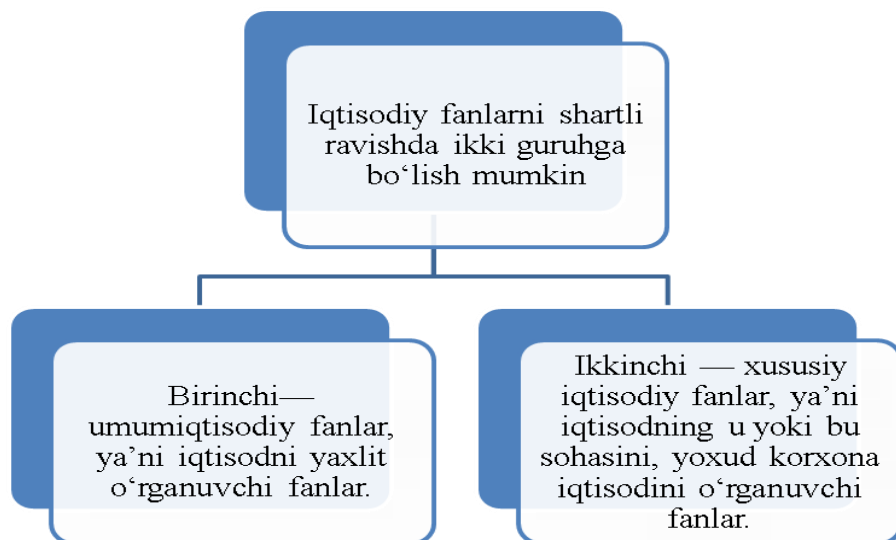
SANOAT (industriya) — xalq xo‘jaligining jamiyat ishlab chiqaruvchi kuchlari taraqqiyoti darajasiga hal qiluvchi ta’sir ko‘rsatadigan yetakchi tarmog‘i; sanoatning o‘zi uchun hamda xalq xo‘jaligining boshqa sohalari uchun mehnat qurollari va boshqa mahsulotlar ishlab chiqarish, shuningdek, xomashyo, yoqilg‘i qazib olish, energiya ishlab chiqarish, yog‘och tayyorlash, sanoatda yoki qishloq xo‘jaligida olingan mahsulotlarga ishlov berish va ularni qayta ishlash bilan band korxonalar (fabrikalar, zavodlar, elektrostansiyalar, shaxtalar, konlar va boshqalar) majmui.

1.2. “Sanoat iqtisodiyoti” fanining predmeti va boshqa fanlar bilan bog‘liqligi

Iqtisodiyot sohasida ro‘y berayotgan barcha voqeliklardan xabardor bo‘lish, ularning mohiyati va ahamiyatini to‘g‘ri tushunish, iqtisodiy muammolarni oqilona hal etish korxonalar, firmalar, tarmoqlar va komplekslar oldida turgan vazifalarni o‘z vaqtida amalga oshirish uchun iqtisodiy bilimlar bilan qurollanmoq, ularni chuqur egallamoq kerak. Bunday bilimlarni bizga iqtisodiy fanlar tizimi o‘rgatadi (1.2 va 1.3-rasmlar).

Birinchi guruhga eng avvalo «Iqtisodiy nazariya» fani kiradi. Uning o‘zi o‘z nomi bilan boshqa fanlardan ajralib turadi va umum iqtisodga nazariy jihatdan yondashadi, unga xos qonun va qoidalarni o‘rganadi.

«Iqtisodiy nazariya» — insonlarning ishlab chiqarish munosabatlarini ishlab chiqaruvchi kuchlar bilan o‘zaro aloqada o‘rganuvchi fandır.



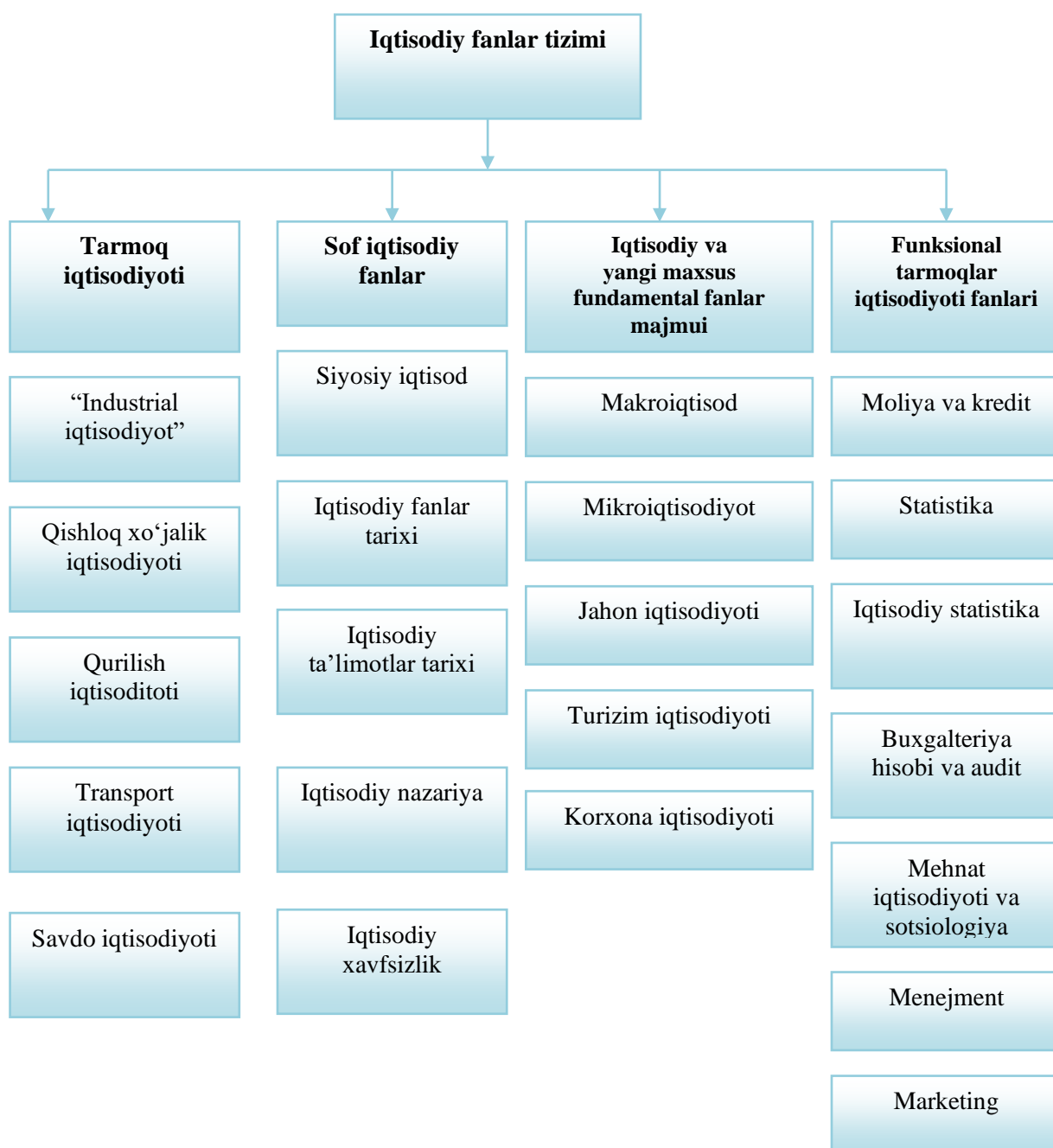
1.3 -rasm. Iqtisodiy fanlarning guruhleri⁴

Lekin «Iqtisodiy nazariya» iqtisodiyotning ayrim tarmoqlari va tarmoqlararo komplekslarida iqtisodiy qonunlarning namoyon bo‘lish, ro‘y berish shakllari va xususiyatlarini o‘rganmaydi. Bu bilan aniq iqtisodiy fanlar shug‘ullanadi. Ana shunday fanlardan biri «Sanoat iqtisodiyot» fani hisoblanadi. Bu fan jamiyatning iqtisodiy qonunlari va zaruriy qoidalari sanoat va uning tarmoqlari sohasida namoyon bo‘lishi, ro‘y berishi, tuzilmaviy o‘zgarishlarning «falsafasini», boshqarishning ilmiy asoslarini rejalashtirish va bashoratlashning metodologiyasi va metodikasini, fan-texnika taraqqiyotining asosiy yo‘nalishlari, sanoat resurslarining mohiyati, ahamiyati va turlari hamda ulardan foydalanishni yaxshilash shart-sharoitlari va sanoatning boshqa qator muammolarini o‘rganadi.

«Sanoat iqtisodiyot» fani bir qator iqtisodiy fanlar bilan chambarchas bog‘langan. Ular jumlasiga «Ekonomiks», «Iqtisodiy nazariya», «Makroiqtisodiyot», «Mikroiqtisodiyot», «Statistika», ayniqsa, «Iqtisodiy statistika», «Mehnat iqtisodiyoti», «Marketing», «Menejment», «Buxgalteriya hisobi va audit», «Moliya va kredit» va boshqa bir qator fanlar kiradi.

⁴ Ortiqov A. Sanoat iqtisodiyoti. Darslik. – T.: "Sano-standart", 2014.-11 bet.

«Sanoat iqtisodiyoti» fanining predmeti deganda, jamiyatning obyektiv iqtisodiy qonunlari va zaruriy qoidalarining shu sohada namoyon bo‘lish shakllarini, sanoat mahsuloti ishlab chiqarish jarayonida jonli va buyumlashgan mehnatning eng optimal xarajatlari asosida eng yaxshi natijalarga erishishni ta’minlaydigan shart-sharoitlar va omillarni o‘rganish tushuniladi.



1.4-rasm. Iqtisodiy fanlar tizimi⁵

⁵ Ortiqov A. Sanoat iqtisodiyoti. Darslik. – T.:”Sano-standart”, 2014.-11 bet.

1.3. “Sanoat iqtisodiyoti” fanini o‘rganish metodologiyasi va usullari

Ilm-fan metodologiyasi va usullari deyilganda, uni bilish va o‘rganish faoliyatining shakllari va usullari majmuasi tushuniladi.

Metodologiya – tadqiqot yoki bilish, anglash yo‘li, voqelikni amaliy va nazariy o‘zlashtirish usullari majmuasidir.

“Sanoat iqtisodiyoti” fanining nazariy, metodologik asosini sanoatning vujudga kelishi va rivojlanish muammolari bo‘yicha hozirgi nazariya, o‘zbekistonlik va xorijiy mamlakatlar iqtisodchilarining ilmiy asarlari, O‘zbekiston Respublikasi qonunlari, Respublika Prezidenti-ning asarlari tashkil etadi.

1	• mushohada
2	• abstrakt tafakkur
3	• induksiya va deduksiya
4	• analiz va sintez
5	• monografik usul
6	• statistik usullar
7	• iqtisodiy - matematik modellashtirish
8	• optimallashtirish
9	• iqtisodiy - matematik modellashtirish
10	• muvozanatni aniqlash
11	• «Aqliy hujum»

1.5-rasm. “Sanoat iqtisodiyoti” fanining o‘rganish usullari⁶

⁶ Ortiqov A. Sanoat iqtisodiyoti. Darslik. – T.: “Sano-standart”, 2014.-11 bet.

Dialektika usuli muammolar o‘rganilayotgan omillar, shart-sharoitlarning namoyon bo‘lishi va yuz berishi ziddiyatlarga, qarama-qarshiliklarga boy ekanligini inobatga olishni taqozo etadi.

1.4. “Sanoat iqtisodiyoti” fanining vazifalari

Har qanday fan kabi «Sanoat iqtisodiyot» fani ham eng avvalo, o‘z yo‘nalishi bo‘yicha ilmiy qarash va nazariyalarga tayanadi. Uning asosiy vazifasi sanoat sohasiga taalluqli iqtisodiy bilim va ilm hamda muayyan ko‘nikma bilan qurollantirishdan iboratdir.

Bu fan, birinchidan, iqtisodiyotning sanoat sohasidagi sir-asrorlarini bilib olishga; ikkinchidan, bu tarmoq iqtisodiyotida qo‘llaniladigan barcha iqtisodiy tushunchalarni tavsiflashga, ular real iqtisodiy voqelikning ilmiy in‘ikosi, ifoda etilishi ekanligini anglashga ko‘maklashadi; uchinchidan, ishlab chiqarish san‘atini egallash bo‘yicha bilim va ko‘nikma beradi. Demak, «Sanoat iqtisodiyot» fani faqat nazariy tomondangina emas, balki amaliy jihatdan ham bilim berish vazifasini bajaradi. Bu fanni puxta egallagan har bir iqtisodchi mavjud iqtisodiy ko‘rsatkichlarning mohiyati va ahamiyatini yaxshi tushunadigan, ularni to‘g‘ri hisoblash va aniqlashni biladigan, ular dinamikasidan tegishli xulosalar chiqara oladigan bo‘ladi.

Har qanday bilim ham, hatto, jamiyat hayotining chuqur negizlariga kirib boruvchi ilm ham muayyan harakat uchun qo‘llanma bo‘lganligi, jamiyatni tubdan o‘zgartirishning amaliy maqsadlariga xizmat qilganligi uchun qimmatlidir. Shu sababli “Sanoat iqtisodiyoti” ham fundamental fanlar qatoridan o‘rin olib, iqtisodiy taraqqiyotning muhim qonun-qoidalaridan sanoat sohasida foydalanish yo‘llarini ko‘rsatib berayotganligi tufayli ahamiyatli hisoblanadi.

“Sanoat iqtisodiyoti” fanining muhim vazifalaridan biri — bu metodologik vazifadir. «Sanoat iqtisodiyot» iqtisodiy fanlar majmuida alohida o‘rin egallaydi, chunki barcha iqtisodiy-metodologik masalalarning ilmiy va amaliy talqini, eng avvalo, sanoat sohasida amalga oshiriladi.

“Sanoat iqtisodiyoti” fanining vazifalari respublika ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotining obyektiv sharoitlari, davlat iqtisodiy siyosatining asosiy yo‘nalishlari va unga binoan amalga oshirilayotgan islohotlarning mohiyati, ahamiyati va mazmuni bilan belgilanadi.

Ulardan eng muhimlari quyidagi 16-rasmda keltirilgan:

Ushbu fanning yana bir eng muhim vazifasi – bu sanoat mahsulotlarini ishlab chiqarish uchun sarflanayotgan xarajatlar tizimi, mahsulot tannarxi, narxlarning shakllanishi, foyda va rentabellik, moliyalash va kreditlash masalalari bo‘yicha bilim, ilm va ko‘nikmalar berishdan iborat.



1.6-rasm. “Sanoat iqtisodiyoti” fanining vazifalari ⁷

⁷ Ortiqov A. Sanoat iqtisodiyoti. Darslik. – T.: “Sano-standart”, 2014.-11 bet.

Qisqacha xulosalar

“Sanoat iqtisodiyoti” fan sifatida sanoat yo‘nalishidagi jarayonlarni izohlash, tushuntirish va kelajakka tegishli voqeliklarni bashorat qilish imkonini beruvchi nazariya va metodologiyaga asoslanadi:

– ilmiy kurs sifatida umum–iqtisodiy qonunlarni chuqurlashtiradi, aniqlashtiradi va o‘z yo‘nalishi bo‘yicha o‘ziga xos qonuniyatlarni shakllantiradi; bu qonuniyatlar, shuningdek, fundamental qoidalar sanoat tarmoqlarining tipik guruhlariga muvofiq tarzda o‘rganiladi;

– tarmoq korxonalarida sodir bo‘ladigan voqealarni bashoratlash, tahlil etish, hisob va hisobot ishlarini yuritish bo‘yicha zarur bilimlar bilan qurollantiradi;

– mamlakat ichida va xorijda yuz berayotgan iqtisodiy jarayonlarni bilishga imkon yaratib beradi.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. “Sanoat iqtisodiyoti” fani nima uchun o‘qitiladi?
2. “Sanoat iqtisodiyoti” fanining obyektini deganda nimalarni tushunasiz?
3. “Sanoat iqtisodiyoti” fani yordamida qanday qonunlar va qonuniyatlar o‘rganiladi?
4. “Sanoat iqtisodiyoti” fani qanday fanlar bilan chambarchas bog‘liq?
5. Jamiyatni demokratlashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiyalash va isloh qilish ushbu fan oldiga qanday vazifalar qo‘yadi?

Asosiy adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyevning 2019-yil uchun mo‘ljallangan eng muhim ustuvor vazifalar haqidagi Oliy Majlisga Murojaatnomasi. //Xalq so‘zi, 29-dekabr 2018-yil.

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha harakatlar strategiyasi to‘g‘risida»gi №PF-4947 sonli Farmoni. //Xalq so‘zi. 2017-yil 8 fevral.

3.O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining «2017-2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlanishining beshta ustuvor yo‘nalishlari bo‘yicha Harakatlar strategiyasini kelgusida amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida» gi 2017-yil 15 avgustdagi №3-5024 sonli Qarori.

4.Sh. M.Mirziyoyev. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik - har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo‘lishi kerak . Tashkent : O‘zbekiston, 2017 y.,104 b.

5.Church J., and R.Ware. (CW) Sanoat Organization. A Strategic Approach. Irwin. 2000.

6.Schmalensee, Richard, and Robert Willig, eds. (HB) Handbook of Sanoat Organization. Vols. 1-2. North-Holland, 1989.

7.Ortiqov A. Sanoat iqtisodiyoti. Darslik.- T.:”Sano-standart”, 2014.-304 b.

8.www.webofscience.com - Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi

9.www.search.ebscohost.com - Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi

II - BOB. SANOAT - MILLIY IQTISODIYOTNING YETAKCHI TARMOG'I

2.1. Sanoatning milliy iqtisodiyot rivojidadagi roli va o'rnini

Sanoat – moddiy ishlab chiqarishning eng yirik, yetakchi tarmog'idir. Unda mehnat qurollari (vositalari), mehnat buyumlari va xalq iste'mol tovarlarining ko'pchilik qismi yaratiladi; mashina va mexanizmlarning barcha turlari, bino va inshootlarning konstruktiv elementlari ishlab chiqariladi; yer osti boyliklari qazib olish amalga oshiriladi; mineral, o'simlik va hayvon xomashyosiga ishlov beriladi, keng iste'mol mollari tayyorlanadi va h.k.lar.

Respublikada iqtisodiy islohotlarni olib borishda makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlash, yalpi ichki mahsulot hajmini oshirish, uning omillaridan samarali foydalanish va iqtisodiyotning tarkibiy tuzilishini takomillashtirish asosiy vazifalar sifatida belgilandi va bu bo'yicha yuqori o'sish sur'atlariga erishib kelinmoqda. Ayniqsa, respublikamizda qulay ishbilarmonlik muhitining yaratilishi va milliy iqtisodiyotga investitsiyalarning keng jalb etilishi natijasida nafaqat iqtisodiy o'sish sur'atlarining oshishi, balki iqtisodiyot tarkibida ham muhim sifat o'zgarishlari sodir bo'ldi.

Respublika YaIMning tarmoq tarkibidagi muhim siljishlar shuni ko'rsatadiki, mazkur tarkibda qishloq xo'jaligining ulushi sezilarli darajada pasayib, **sanoatning ulushi o'sib bormoqda**. Jumladan, 2020-yilda YaIMning tarmoq tarkibida qishloq, o'rmon va baliq xo'jaligining ulushi 32,4 foizni tashkil etgan bo'lsa, sanoatning hissasi esa (qurilishni qo'shgan holda) 32,0 foizni tashkil etdi (2.1-jadval).

Respublikamizda olib borilayotgan iqtisodiy islohotlarning natijasi, muhim makroiqtisodiy ko'rsatkichlar o'sish sur'atlarining aholi o'sish sur'atlaridan yuqoriligi bilan xarakterlanadi. Ta'kidlash lozimki, yalpi ichki mahsulotning yillik o'sish sur'ati, aholining yillik o'sish sur'atlaridan yuqori bo'lgandagina mamlakatda iqtisodiy o'sish sodir

bo‘ladi. Xususan, aholi jon boshiga to‘g‘ri keladigan yalpi ichki mahsulot va yalpi sanoat mahsuloti kabi makroiqtisodiy ko‘rsatkichlarning o‘shish sur‘atlari mazkur talabga to‘la javob beradi⁸

2.1-jadval

Yalpi ichki mahsulotning tarmoq tarkibi⁹.
(jamiga nisbatan foiz hisobida)

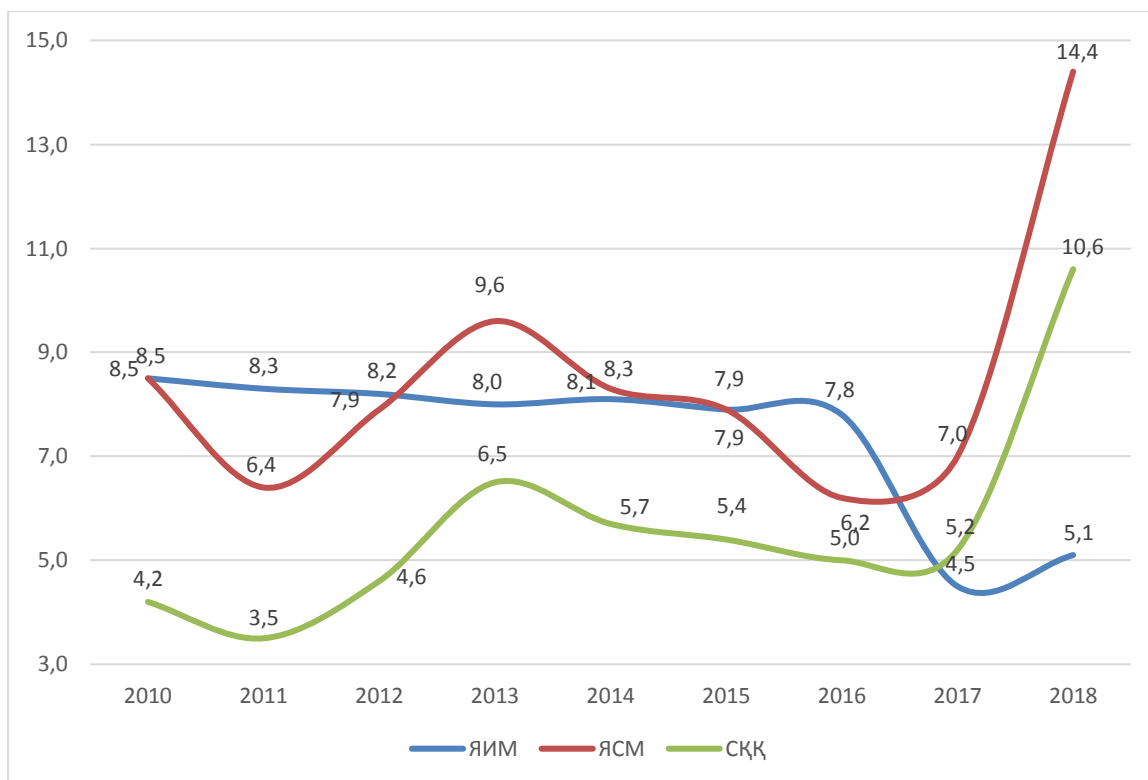
Ko‘rsatkichlar nomi	2011	2012	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
YaIM	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
shu jumladan:									
Tarmoqlarning yalpi qo‘shilgan qiymati	90,8	91,4	91,7	91,8	91,4	91,2	91,3	88,5	88,8
Mahsulotlarga sof soliqlar	9,2	8,6	8,3	8,2	8,6	8,8	8,7	11,5	11,2
Tarmoqlarning yalpi qo‘shilgan qiymati	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Qishloq, o‘rmon va baliq xo‘jaligi	19,8	19,4	19,2	19,0	18,9	18,3	17,6	34,0	32,4
Sanoat (qurilishni qo‘shgan holda)	33,3	32,8	32,4	32,4	32,6	33,0	32,9	27,9	32,0
Sanoat	26,7	26,6	26,2	25,9	25,8	25,7	25,7	22,2	26,3
Qurilish	6,6	6,2	6,2	6,5	6,8	7,3	7,2	5,7	5,7
Xizmatlar	46,9	47,8	48,4	48,6	48,5	48,7	49,5	38,1	35,6

Makroiqtisodiy ko‘rsatkichlar tendensiyalarida ayrim yillarda mamlakatimiz yalpi ichki mahsulotining (YaIM) o‘shish sur‘atlariga nisbatan yalpi sanoat mahsulotining (YaSM) o‘shish sur‘atlari yuqoriligi bilan xarakterlanadi. Jumladan, 2019-yilda YaSMning o‘shish sur‘ati 9,6 foizni tashkil etgan bo‘lsa, YaIMning o‘shish sur‘ati esa, 8,0 foizni,

⁸ Основные тенденции и показатели экономического и социального развития Республики Узбекистан за годы независимости (1990 - 2010 гг.) и прогноз на 2011 - 2015 гг. Стат. Сб. - Т. Узбекистан, 2011. - с. 70 - 71.

⁹ Ўзбекистон Республикаси йиллик статистик тўплами 2010-2020. Тошкент - 2021. - 35 б.

shuningdek, 2020-yilda YaSMning o‘shish sur‘ati 8,3 foizni tashkil etgan bo‘lsa, YaIMning o‘shish sur‘ati esa 8,1 foizni tashkil etdi (2.1-rasm).



2.1-rasm. Yalpi ichki mahsulot, yalpi sanoat mahsuloti va sanoatda yaratilgan qo‘shilgan qiymatning qo‘shimcha o‘shish sur‘atlari (o‘tgan yilga nisbatan foiz hisobida)¹⁰

Qaralayotgan davrda YaIMning o‘rtacha yillik o‘shish sur‘ati 8,1 foizni, YaSMning o‘rtacha yillik o‘shish sur‘ati 7,8 foizni hamda SQQning o‘rtacha yillik o‘shish sur‘ati esa 5,0 foizni tashkil etdi.

Statistik tahlillarga ko‘ra, 2011-yilda YaSM va YaIMning o‘shish sur‘atlari teng bo‘lib, mazkur ko‘rsatkich respublikada 8,5 foizni tashkil etgan. 2012 va 2014-yillarda YaIMning yillik o‘shish sur‘atlari YaSMning yillik o‘shish sur‘atlariga nisbatan mos ravishda 1,9 va 0,3 foizlarga ortiq bo‘ldi. 2019-yilga kelib yana YaSMning o‘shish sur‘ati YaIMning o‘shish sur‘atidan 0,2 foizga ortib ketdi. 2020-yilda esa mos ravishda yalpi ichki mahsulot 5,1 foiz, yalpi sanoat mahsuloti 14,4 foiz

¹⁰ O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi ma’lumotlari asosida tuzilgan.

va sanoatda yaratilgan qo‘shilgan qiymatning qo‘shimcha o‘shish sur‘atlari 10,6 foizni tashkil qilgan. Bu esa o‘z navbatida yalpi sanoat mahsuloti qo‘shimcha o‘shish sur‘ati yalpi ichki mahsulot qo‘shimcha o‘shish sur‘atidan 9,3 punkt ortiq o‘sganligini anglatadi.

Ikkinchi tomondan shu narsa ma’lumki, sanoat tarmog‘ida yaratilayotgan qo‘shilgan qiymat o‘shish sur‘atlarining mamlakat YaIM o‘shish sur‘atlaridan past bo‘lishi iqtisodiyotning boshqa tarmoqlarida yaratilayotgan qo‘shilgan qiymat o‘shish sur‘atlarining sanoat ishlab chiqarishdagiga nisbatan yuqoriligi bilan izohlanadi.

So‘nggi yillarda hududlarni kompleks rivojlantirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar qabul qilinib, maqsadli hududiy dasturlar amalga oshirib kelinmoqda. Mazkur ishlarning mantiqiy davomi sifatida 2020-yilning yanvar oyida “Hududlarni kompleks ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish masalalari axborot-tahlil departamenti to‘g‘risidagi nizomni tasdiqlash haqida” O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining Qarori qabul qilingan bo‘lsa, joriy yilning fevraliga kelib, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-4947-sonli farmoni bilan “2017–2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasi” qabul qilindi¹¹.

Ushbu strategiyaning aynan uchinchi yo‘nalishi 3.5 bandida “Viloyat, tuman va shaharlarni kompleks va mutanosib ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish, ularning mavjud salohiyatidan samarali va optimal foydalanish” masalasi ko‘zda tutilgan bo‘lib, bunda mintaqalar sanoatini barqaror rivojlantirish, yangi sanoat korxonalarini qurish, eksport va sanoat salohiyatini oshirish orqali mintaqaviy iqtisodiyotni barqaror rivojlantirish, ishlab chiqarish obyektlarini joylashtirishga qulay shart-sharoitlar yaratish kabi qator ustuvor vazifalar belgilandi.

Ta’kidlash joizki, hududlarda sanoatni barqaror rivojlantirish masalasi mamlakat uchun doimo muhim iqtisodiy ahamiyat kasb etib

¹¹ “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 7-fevraldagi PF-4947-sonli Farmoni. O‘zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to‘plami. www.lex.uz.

kelgan. Chunki, mamlakat sanoatining barqaror rivojlanishi ko‘p jihatdan hududiy sanoatni rivojlantirishga bevosita bog‘liq bo‘lib, hududiy barqarorlik va iqtisodiy o‘shish sur‘atlarini ta‘minlash, hududlarda chuqur tarkibiy o‘zgarishlarni amalga oshirish hamda mo‘ljallangan hududiy prognoz parametrlariga erishish kabi vazifalarni amalga oshirishda hudud sanoatining salohiyatidan samarali foydalanish qo‘yilgan maqsadga tezroq yetishish imkoniyatini beradi.

Shu o‘rinda ta‘kidlash lozimki, hududlarning respublika sanoatidagi ulushining turlicha bo‘lish sabablari juda ko‘plab omillarga bog‘liq. Xususan, bunday omillar qatoriga hududning maydoni, uning qulay geografik joylashuvi, iqlimi, sanoatning boy tabiiy xomashyo manbayi bilan ta‘minlanganlik darajasi, ishchi kuchining sifati va miqdori, ishlab chiqarish infratuzilmasining rivojlanganlik darajasi kabi bir qator omillarni kiritish mumkin.

Mazkur omillar “hududning qiyosiy ustunligi” belgilaydi va ushbu omillar hudud sanoatini rivojlantirishda yetakchilik qiladi.

Mamlakatimiz sanoati tarkibida Qashqadaryo viloyatining ulushi 5 o‘rinda bo‘lsa-da, biroq, “yalpi hududiy mahsulotda sanoatning ulushi” bo‘yicha ushbu hudud Navoiy viloyatidan so‘ng respublikada 2 o‘rinni egallaydi. Tahlillarga ko‘ra, 2000-yilda viloyatlar yalpi hududiy mahsulotida sanoatning ulushi 30 foizdan yuqori bo‘lgan hududlar soni 1 tani (Navoiy viloyati, YaHMda sanoatning ulushi 35,8 foiz) tashkil etgan bo‘lsa, 2020-yilga kelib mazkur ko‘rsatkich bo‘yicha hududlar soni 5 tani (Navoiy viloyati 53,9%, Toshkent viloyati 38,7%, Qashqadaryo viloyati 33,7%, Qoraqalpog‘iston Respublikasi 32,7% hamda Toshkent shahri 32,2%) tashkil etdi (2.3-rasm).

Viloyatlarning yalpi hududiy mahsulotida sanoatining ulushi (sanoat tarmog‘i qo‘shilgan qiymat hajmining ulushi) qay darajada ekanligi alohida iqtisodiy ahamiyat kasb etadi va mazkur ko‘rsatkich “hududlarning industrializatsiya darajasi”ni belgilaydi¹².

¹² Назаров Ш.Х. Методологические аспекты повышения конкурентоспособности регионов / Монография. Ш.Х. Назаров. Ташкент: IFMR, 2014. 186 - с.

Hududlarning industrializatsiya darajasining ortishi viloyatlarda sanoat ishlab chiqarishining rivojlanayotganligini o‘zida ifoda etsada, biroq bunday rivojlanish uning sifatiy tomonlarini o‘zida aks ettirmaydi. Chunki, hududiy industrializatsiya darajasining ortishi, viloyatdagi qayta ishlovchi tarmoqlarga nisbatan yoqilg‘i xomashyo tarmoqlari ulushining yuqoriligi hisobidan ham sodir bo‘lishi mumkin.

Olib borilgan tahlillarga ko‘ra, aynan yuqoridagi holat Qashqadaryo viloyatida mavjud bo‘lib, unga ko‘ra viloyat iqtisodiyotining xomashyoga yo‘naltirilgani iqtisodiy o‘shish sifatiga salbiy ta‘sir ko‘rsatmoqda. Mazkur mintaqa uchun qayta ishlash sanoati va yuqori texnologiyali ishlab chiqarishni joylashtirishda tadbirkorlik tashabbuskorligini rivojlantirish maqsadga muvofiqdir¹³.

Tahlillar shuni ko‘rsatadiki, Qashqadaryo viloyatida sanoat mahsulotining o‘shish sur‘ati respublika ko‘rsatkichiga nisbatan ancha yuqori bo‘lgan variatsiyalanish xarakteriga ega bo‘lib, jumladan, viloyatda sanoat mahsulotining eng yuqori o‘shish sur‘ati 2011-yilga (118,9 foiz) to‘g‘ri kelgan bo‘lsa, eng quyi o‘shish sur‘ati esa, 2013-yilga (96,8 foiz) to‘g‘ri keladi (2.2-rasm).

Qayd etish kerakki, sanoat mahsulotining o‘shish sur‘ati 2013-yilda 108,5 foizni hamda 2020-yilda esa 107,0 foizni tashkil etgan qator yillar davomida viloyatda sanoat ishlab chiqarishining mutlaq o‘shish tendensiyasi kuzatiladi.

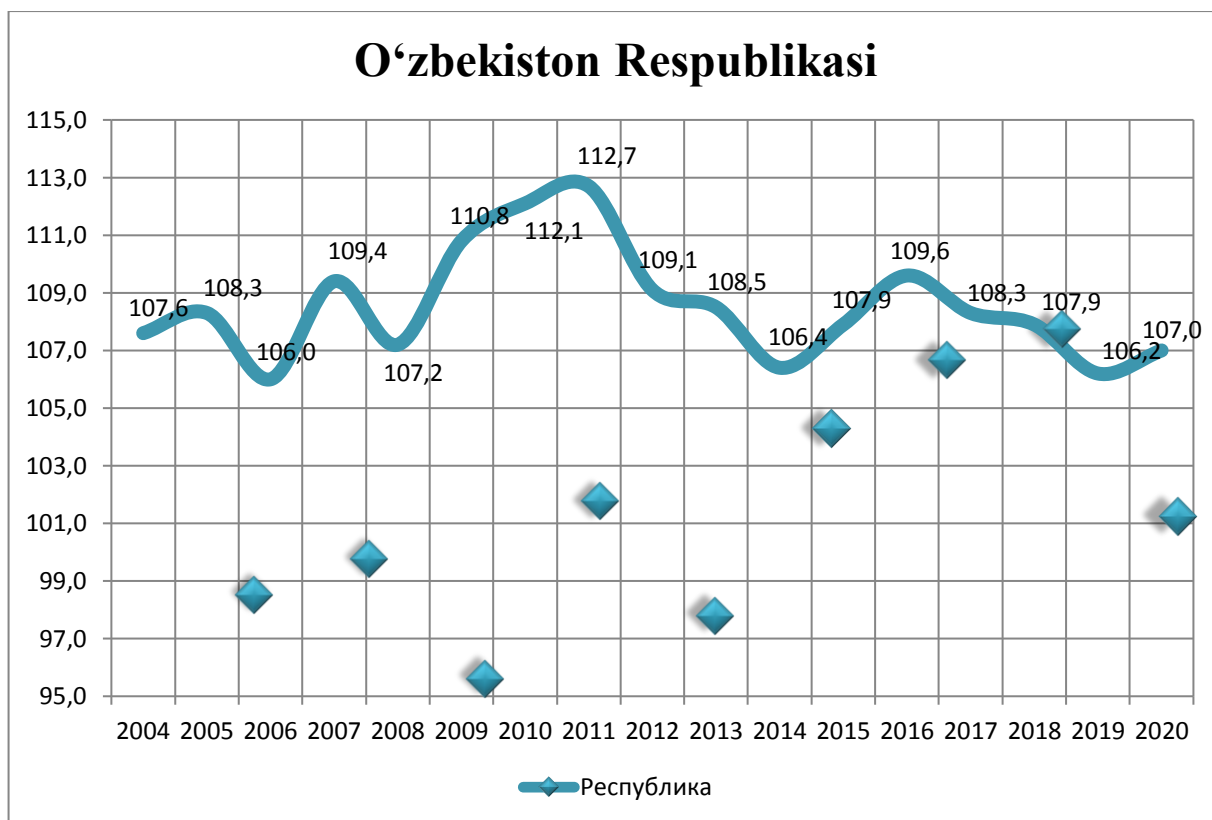
Bugungi kunda respublikamiz xomashyoni jahon bozorida talab katta bo‘lgan mahsulotga aylantirish uchun qayta ishlashning 3-4 bosqichli tizimiga o‘tishni o‘z oldiga maqsad qilib qo‘ymoqda¹⁴.

Bu tizimning ma‘no-mohiyati shundan iboratki, u **birinchi bosqichda** xomashyoni dastlabki qayta ishlash, ya‘ni yarim fabrikatlar tayyorlash, **keyingi bosqichda** sanoat asosida ishlab chiqarish uchun

¹³ Назаров Ш.Х. Ўзбекистон минтақалари рақобатдошлигини оширишнинг методологик асосларини такомиллаштириш. Докторлик диссертацияси автореферати. –Т., 2016. - 26 б.

¹⁴ Мамлакатни 2018 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2019 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси мажлисидаги маърузадан. // “Халқ сўзи” газетаси. № 11 (6446). 2018 йил 16 январь.

tayyor materiallarga aylantirish, **uchinchi, yakuniy bosqichda** esa iste'mol uchun tayyor mahsulot ishlab chiqarishni nazarda tutadi.



2.2-rasm. O'zbekiston Respublikasi sanoat mahsulotining o'sish sur'atlari dinamikasi (o'tgan yilga nisbatan foiz hisobida)¹⁵

Bu boradagi dasturlarni ishlab chiqish va amalga oshirishda har bir turdagi birlamchi xomashyo, ya'ni yarim fabrikatlarni chuqur qayta ishlashdan tortib, uni iste'mol uchun tayyor mahsulotga aylantirishgacha bo'lgan yakuniy bosqichga qadar butun ishlab chiqarish jarayonini kuzatib borish zarurati paydo bo'lmoqda. Muxtasar aytganda, ishlab chiqarishni tashkil etishning butun jarayonini – xomashyoni chuqur qayta ishlashdan toki uni tayyor mahsulotga aylantirishgacha bo'lgan yo'lini – siklini, sarflangan xarajatlarning maqsadga muvofiqligi va

¹⁵ Ўзбекистоннинг йиллик статистик тўплами 2008. Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитасининг расмий статистик тўплами. –Т., 2009. 219 - б.; Ўзбекистон sanoati 2016. Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитасининг расмий статистик тўплами. –Тошкент. 2018. 20 - б.

nechoq'liq o'zini qoplashini asoslab bergan holda, prognoz qilishni ta'minlash darkor.

Hisob-kitoblar shuni ko'rsatmoqdaki, yuqori qo'shimcha qiymatga ega bo'lgan mahsulotlar ishlab chiqarish natijasida 2030-yilda, yangi turdagi tovarlar tayyorlashni o'zlashtirish asosida neft-gaz-kimyo sohasida mahsulot ishlab chiqarish hajmi 3,2 barobar, rangli metall mahsulotlari 2,2 marta, qora metallardan tayyorlanadigan buyumlar 2,3 karra, kimyo sanoati mahsulotlari, jumladan, mineral o'g'itlar 3,2 barobar ko'payishi mumkin.

Zamonaviy texnologiyalar asosida paxta tolasini va meva-sabzavot mahsulotlarini chuqur qayta ishlash tashqi va ichki bozorda talab yuqori bo'lgan tayyor, ekologik toza to'qimachilik va yengil sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish hajmini 2030-yilda 5,6 marta, meva-sabzavot mahsulotlarini qayta ishlash hajmini esa 5,7 karra oshirish imkonini beradi.

Tashqi bozorlarda xaridorgir, yuqori qo'shimcha qiymatga ega bo'lgan zamonaviy tayyor mahsulotlar ishlab chiqarishni ko'paytirish va yangi bosqichga ko'tarish tayyor mahsulotlar eksportining barqaror yuqori o'sish sur'atlariga erishishda, hech shubhasiz, katta zamin tug'diradi hamda yuqori salohiyatga ega bo'lgan har bir turdagi istiqbolli xomashyo va yarim fabrikat bo'yicha chuqur qayta ishlashning 2020, 2025, 2030-yillarga mo'ljallangan aniq dasturiga ega bo'lish uchun mutlaqo yangi dasturiy kompleks yondashuvni talab etadi.

Respublikamiz jahon iqtisodiyotining rivojlanish jarayonlarini chuqur tahlil qilgan, o'zimizning resurs va imkoniyatlarimizni real baholagan holda, 2030-yilga borib mamlakatimizda yalpi ichki mahsulot hajmini kamida 2 barobar oshirish, bu yo'lda tub tarkibiy o'zgarishlarni amalga oshirish hisobidan sanoatni jadal rivojlantirish va yalpi ichki mahsulotda uning ulushini 40 foizga yetkazish, energiyani tejaydigan zamonaviy texnologiyalarni keng joriy etish evaziga yalpi

ichki mahsulot uchun sarflanadigan energiya hajmini taxminan 2 barobar qisqartirishga erishish vazifalarini qo‘ymoqda¹⁶.

2.3-jadval

O‘zbekiston Respublikasi hududlarining sanoat ishlab chiqarishi bo‘yicha ixtisoslashuv darajalari (koeffitsiyentda, 2020-yil)¹⁷

	Oziq-ovqat, ichimliklar va tamaki mahsulotlarini ishlab chiqarish	To‘qimachilik, kiyim, teri va unga tegishli mahsulotlarni ishlab chiqarish	Mashina va uskunalarni ishlab chiqarish va ta‘mirlash	Koks va neftni qayta ishlash mahsulotlari	Kimyo mahsulotlari, rezina va plastmassa buyumlarini ishlab chiqarish	Asosiy farmasevtika mahsulotlari va preparatlarini ishlab chiqarish	Metallurgiya sanoati
Qoraqalpog‘iston	0,874	0,689	0,065	0,003	4,946	0,071	0,001
Andijon	0,713	1,488	3,105	0,001	0,313	0,071	0,011
Buxoro	1,041	1,110	0,306	8,875	0,393	0,071	0,011
Jizzax	1,072	2,048	0,895	0,001	0,402	0,071	0,278
Qashqadaryo	1,181	1,330	0,048	0,656	2,554	0,071	0,011
Navoiy	0,468	0,646	0,218	0,009	0,830	0,029	4,833
Namangan	1,147	1,900	0,637	0,031	0,411	1,571	0,222
Samarqand	1,696	1,124	1,113	0,003	0,545	0,357	0,011
Surxondaryo	1,314	1,665	0,452	3,250	0,054	0,429	0,011
Sirdaryo	1,495	1,708	0,218	0,001	0,250	3,500	0,022
Toshkent	1,113	0,646	0,524	0,031	0,920	0,786	2,456
Farg‘ona	0,785	1,541	0,250	4,531	0,893	0,071	0,022
Xorazm	1,171	1,344	2,129	0,000	0,071	0,071	0,011
Toshkent sh.	0,898	0,488	1,637	0,188	1,036	2,714	0,922

Bunda, asosiy e‘tiborni respublikaga bo‘ysunadigan yirik korxonalar ko‘rsatkichini chiqarib tashlab, viloyat yalpi hududiy sanoat mahsuloti hajmiga, yalpi hududiy sanoat mahsuloti tarkibida esa, qayta ishlovchi tarmoqlarning qo‘shilgan qiymatiga qaratish metodologik jihatdan maqsadga muvofiq bo‘lib hisoblanadi.

¹⁶ Mamlakatni 2019-yilda ijtimoiy - iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2020-yilga mo‘ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo‘nalishlariga bag‘ishlangan O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi majlisidagi ma‘ruzadan. // “Xalq so‘zi” gazetasi. № 11 (6446). 2020-yil 16 yanvar.

¹⁷ Гранберг А.Г. Основы региональной экономики.-М.: 2003. С. 113-114., manba asosida muallif hisob-kitoblari.

Biroq, ishlab chiqilayotgan hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish dasturlari kompleks xarakterga egaligi bois, mazkur dasturlar hududiy sanoatni majmuaviy rivojlantirish masalasini to'liq o'zida qamrab olmaydi. Shuning uchun, har bir hududning ishlab chiqarish, eksport va investitsion salohiyatini to'la inobatga olgan holda hududiy sanoatni rivojlantirish va tarmoq dasturlarini ishlab chiqish maqsadga muvofiqdir.

Hududda ishlab chiqilishi lozim bo'lgan hududiy sanoat dasturida quyidagilar nazarda tutilmog'i maqsadga muvofiqdir:

- viloyatda foydalanilmayotgan zaxira va imkoniyatlar hamda xomashyo va resurslarga boy mavjud manbalardan oqilona foydalanish;
- tarmoqlarning hudud bilan uzviy bog'liqlikda rivojlanishini ta'minlash;
- mavjud sanoat korxonalarining to'la quvvatda ishlatish, bo'sh turgan bino va inshootlarda ishlab chiqarishni tashkil etish;
- ishlab chiqarishni diversifikatsiya qilish hamda mavjud xomashyoni chuqur qayta ishlash orqali yuqori qo'shimcha qiymatga ega bo'lgan yuqori texnologik mahsulotlar ishlab chiqarish;
- yangi ish o'rinlarini tashkil etish orqali aholi bandlik darajasini oshirish.

O'zbekiston Respublikasi sanoat ishlab chiqarishini hududiy jihatdan tashkil etishni quyidagilar asosida tubdan takomillash-tirish lozim:

- sanoatning qayta ishlovchi tarmoqlarini zamonaviy, energiyani tejaydigan, yuqori samarali texnologiyalarini joriy etish hisobiga barqaror rivojlanishini ta'minlash;
- respublika viloyatlaridagi tumanlarning raqobatbardoshli afzal-liklari negizida eksportga yo'naltirilgan ishlab chiqarishlarni kengay-tirish;
- qurilish materiallari sanoatida sifat jihatidan jahon standartlariga javob beradigan yangi ishlab chiqarish quvvatlarini tashkil etish;

- mahalliy qishloq xo‘jaligi xomashyosini chuqur qayta ishlash negizida, birinchi navbatda, to‘qimachilik sanoatida qayta ishlovchi ishlab chiqarishlarni jadal rivojlantirish, viloyatning sanoat korxonalarida paxta tolasi va meva-sabzavot mahsulotlarini qayta ishlash hajmlarini ko‘paytirish;

- viloyatda mahalliy xomashyoni qayta ishlash va raqobatbardoshli tayyor mahsulotlar ishlab chiqarish bo‘yicha kichik korxonalar va mikrofirmalarni, yirik korxonalar filiallarini keng rivojlantirish va joylashtirish;

- viloyatdagi mavjud iqtisodiy salohiyat, resurslar va yashirin imkoniyatlarni aniqlash asosida hudud iqtisodiyotining asosiy tarmoqlarini modernizatsiyalashga oid loyihalarni amalga oshirishni jadallash-tirish.

Xulosa qilib aytganda, sanoat ishlab chiqarishning tarmoqlari tuzilmasini o‘zgartirish va takomillashtirish iqtisodiy, ilmiy-texnik va ijtimoiy siyosatning asosiy negizi bo‘lib xizmat qiladi. Ishlab chiqaruvchi kuchlar hamda sanoat tarmoqlarining rivojlanishi ilmiy-texnik taraqqiyot tovarlarga bo‘lgan talabning qondirilishiga, tovarlar sifatining yaxshilanishiga olib boradi.

2.2. Sanoat tarmoqlari va ularning rivojlanishi

Sanoat ishlab chiqarishining tarixiy rivojlanishi va uning asosiy yakunlari to‘g‘risida so‘z yuritilganda shuni ta’kidlash kerakki, hozirgi O‘zbekiston hududida «Uy sanoati»ning rivoji bundan 12-15 ming yil muqaddam — mezolit davrida boshlangan. Bu davrda juda oddiy mehnat qurollari va buyumlari tayyorlangan.

Yangi tosh asri (neolit, miloddan avvalgi 5-ming yillikning boshi) davrida kemachilik, to‘qimachilik vujudga kelgan. Neolit davrining oxirida metall dan qurol yasash boshlangan.

Arxeologik topilmalardan ma'lum bo'lishicha, miloddan avvalgi 3 ming yillikning oxiridayoq hozirgi O'zbekiston hududida yashagan aholi misdan qurol yasashni bilgan.

Quldorlik tizimi (miloddan avvalgi 1-ming yillik o'rtalari, V asr) davrida mehnat qurollarini yasash jarayonining taraqqiy etishi, metallga ishlov berishning takomillashuvi hunarmandchilikning yuksalishiga, ayirboshlash va savdo-sotiq kuchayishiga olib keldi.

Feodalizm tuzumining boshlarida (VI–VIII asrlarda) Farg'ona bilan So'xda oltin, mis, temir, Ilokda qo'rg'oshin, kumush, oltin, Shahrisabzda toshtuz qazib chiqarilgan.

IX asrda Samarqand sifatli qog'ozi va lampa shishasi bilan mashhur bo'lgan, Shosh viloyati ko'pchilik mahsulotlari bilan dong taratgan. O'sha davrda O'rta Osiyodan Sharqiy Yevropa, Xitoy va boshqa yurtlarga Buyuk Ipak yo'li orqali charm, mato, ipak, jun, kiyim-kechak chiqarilgan.

X–XIII asrlarda yuz bergan feodal tarqoqlik, qabila va elatlar o'rtasidagi nizolarning avjiga chiqishi tufayli hunarmandchilikda yirik o'zgarishlar ro'y bermagan.

XIV asrning 2-yarmida Amir Temur Samarqandda hokimiyatni qo'lga kiritib, markazlashgan davlatga asos soldi va natijada davlatning iqtisodiy va ijtimoiy ravnaqiga katta yo'l ochib berdi.

XV asrning oxiriga kelib Movarounnahrda yuzaga kelgan ziddiyatlar tufayli Temuriylar davlatining iqtisodiy negiziga putur yetadi va rivojlanish to'xtab qoldi.

XVI–XVIII asrlarda Buxoro, Xiva, Qo'qon xonliklarining vujudga kelishi iqtisodiyotning, shu jumladan, sanoat ishlab chiqarishining rivojlanishiga ijobiy ta'sir ko'rsatdi XIX asrga kelib Turkistonda hunarmandchilikda yog'och va metall o'ymakorligi, idishlarga naqsh solish, matolarga gul bosish, qurollarni badiiy bezash rivojlandi. Bu asrning ikkinchi yarmida O'zbekiston hududida taraqqiyot tezlashib sanoat, ayniqsa, ip-gazlama sanoati rivoj topdi.

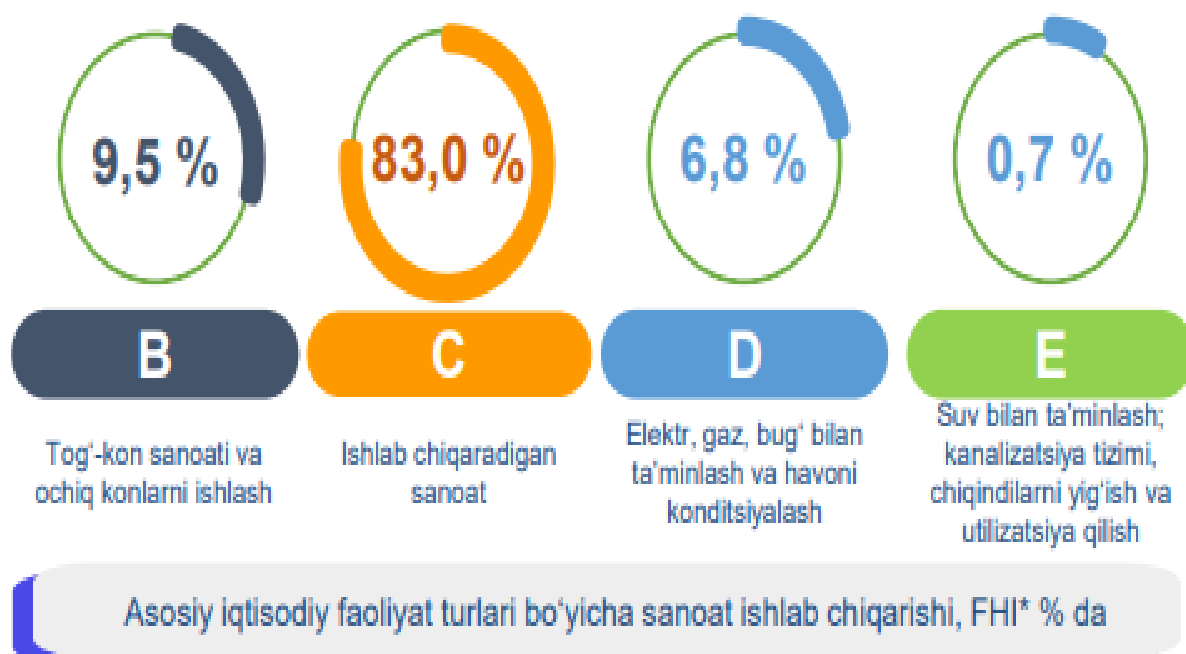
XX asr boshlarida ko‘plab paxta tozalash, yog‘- moy zavodlari qurilib ishga tushirildi. 1925–1926-yillarda elektrostansiyalar qurila boshlandi. Birinchi bo‘lib Toshkent yaqinida qurilgan Bo‘zsuv gidroelektrostansiyasi 1926-yil 1-mayda ishga tushirildi.

Samarqand, Buxoro, Qo‘qon, Termiz va Asaka shaharlarida issiqlik elektrostansiyalari qurilishi boshlandi. Bunday elektrostansiyalar soni 1930 yilda 30 ga yetdi. O‘sib borayotgan energetika bazasi bir qancha yangi sanoat korxonalarini qurishga imkoniyat yaratdi.

Ikkinchi jahon urushigacha bu yerda 500 dan ortiq sanoat korxonalarini, jumladan, «Tashselmash», Toshkent to‘qimachilik kombinati, Chirchiq elektrokimy o kombinati, Kattaqo‘rg‘on yog‘ zavodi, Bekobod va Quvasoy sement korxonalarini qurildi. Neft va rangli nodir metallar qazib chiqarish, qurilish sanoati mahsulotlarini tayyorlash rivoj topdi.

Sanoat tarmoqlarini isloh qilish, tarkibiy o‘zgartirish va diversifikatsiyalash dasturlarining amalga oshirilishi, moddiy-texnika bazasining mustahkamlanishi, respublika sanoat ishlab chiqarishining rivojlanishiga zamin yaratdi.

2021-yilning yanvar-dekabr oylarida respublika korxonalarini tomonidan 451,6 trln. so‘mlik sanoat mahsulotlari ishlab chiqarilgan bo‘lib, 2020-yilning yanvar-dekabr oyiga nisbatan sanoat ishlab chiqarishining fizik hajm indeksi* 108,7 % ni tashkil etdi. Jami sanoat ishlab chiqarish hajmi o‘shining asosiy omili bo‘lib, ishlab chiqaradigan (qayta ishlash) sanoatida ishlab chiqarish hajmining 83,0 % ga, tog‘- kon sanoati va ochiq konlarni ishlashning – 9,5 % ga, elektr, gaz, bug‘ bilan ta‘minlash va havoni konditsiyalashning 6,8 % ga va suv bilan ta‘minlash, kanalizatsiya tizimi, chiqindilarni utilizatsiya qilishning 0,6 % ga o‘shishi hisoblanadi.



2.4-rasm. 2021-yilning yanvar-dekabr oylarida asosiy iqtisodiy faoliyat turlari bo'yicha sanoat ishlab chiqarish tarkibi



2.5-rasm. Asosiy iqtisodiy faoliyat turlari bo'yicha sanoat ishlab chiqarishi, FHI¹⁸ % da

Tog'-kon sanoati va ochiq konlarni ishlash sanoati. Tog'-kon sanoati va ochiq konlarni ishlash korxonalarini tomonidan 2021-yilning

¹⁸ Sanoat ishlab chiqarishining fizik hajmi indeksi ishlab chiqarilgan mahsulotlar (ishlar, xizmatlar) hajmining taqqoslanadigan davrlardagi o'zgarishini tavsiflovchi nisbiy ko'rsatkichdir

yanvar-dekabr oylarida ishlab chiqarilgan mahsulotlar hajmi 42,9 trln. so‘mni yoki jami ishlab chiqarilgan sanoat mahsulotlari hajmining 9,5 % ini tashkil etdi.



2.6-rasm. Tog‘-kon sanoati va ochiq konlarni ishlash sanoati statistikasi¹⁹

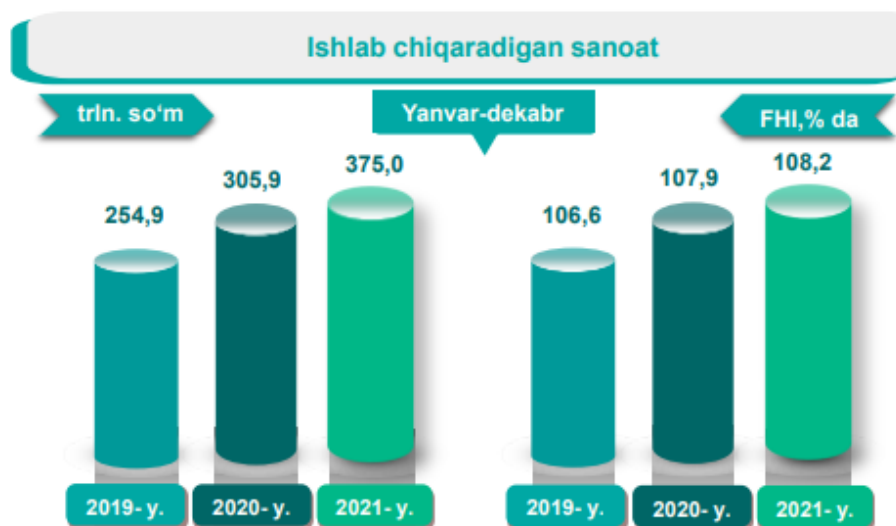
Yoqilg‘i-energetika majmuasi (YoEM) – bu yoqilg‘i-energetika resurslarni qazib chiqarish, ularni qayta ishlash, transportda tashish, taqsimlash va iste‘mol qilish bo‘yicha ishlab chiqarish, jarayonlar, moddiy qurilmalar majmuini o‘z ichiga olgan murakkab tarmoqlararo tizimdir.

Uning tarkibiga yoqilg‘i sanoati va elektroenergetika kiradi va ular iqtisodiyotning barcha tarmoqlari bilan chambarchas bog‘liqdir. Yoqilg‘i-energetika majmuasi mashinasozlik, metallurgiya sanoatlari mahsulotlaridan foydalanadi hamda transport majmuasi bilan bog‘liq. YoEM uchun yagona tarmoqlarni hosil qiladigan yuqori quvvatli liniyalar va quvur yo‘llari (neft, neft mahsulotlari va tabiiy gazni tashish uchun) ko‘rinishidagi rivojlangan ishlab chiqarish infratuzilmasi xarakterlidir.

¹⁹ O‘zbekiston Respublikasi statistika qo‘mitasi ma‘lumotlari, <https://stat.uz/uz/default/press-revizlar/7658-2021-yil>

Mamlakatda YoEMning rivojlanishidan ko‘p hollarda ijtimoiy ishlab chiqarish, birinchi navbatda sanoatning texnik-iqtisodiy ko‘rsatkichlari va miqyoslari, dinamikasi bog‘liq. Shu bilan birga, yoqilg‘i va energiya manbalariga yaqinlashish sanoatni hududiy tashkil qilishning asosiy talablaridan biri hisoblanadi. YoEMning barcha tarmoqlari o‘zaro bog‘liq. Turli xil yoqilg‘ini qazib chiqarish, energiyani ishlab chiqarish va ularni turli iste‘molchilar o‘rtasida taqsimlashdagi mutanosiblik yoqilg‘i-energetika balansi bilan xarakterlanadi.

Yoqilg‘i-energetika balansi (YoEB) – bu turli xildagi yoqilg‘ini qazib chiqarish va elektroenergiyani ishlab chiqarish (kirim) hamda ularni iqtisodiyotda ishlatish (chiqim) o‘rtasidagi nisbatdir. YoEBni hisoblab chiqish uchun, har xil issiqlik chiqarish qobiliyatiga ega bo‘lgan turli xildagi yoqilg‘i shartli yoqilg‘iga o‘tkaziladi, ya’ni ularning 1 kg ni yonishi 7000 kkal ga teng.



2.7-rasm. Ishlab chiqarish sanoati statistikasi²⁰.

Ishlab chiqaradigan sanoat. O‘tgan yilning mos davri bilan solishtirganda ishlab chiqaradigan sanoat tarkibida yuqori texnologiyali tarmoqning ulushi 2,7 % ni (2020-yilning yanvar-dekabr oylarida – 2,0 %), o‘rta-yuqori texnologiyali – 20,1 % (22,4 %), o‘rta-quyi

²⁰ O‘zbekiston Respublikasi statistika qo‘mitasi ma’lumotlari, <https://stat.uz/uz/default/press-relizlar/7658-2021-yil>

texnologiyali – 39,4 % (39,9 %) va quyi texnologiyalisi – 37,7 % (35,7 %)ni tashkil etdi.

2021-yilning yanvar-dekabr oylarida ishlab chiqaradigan sanoat korxonalarini tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlar hajmi 375,0 trln. soʻmni yoki jami sanoat mahsulotlarining 83,0 % ini tashkil etdi. Oʻtgan yilning mos davri bilan solishtirganda ishlab chiqaradigan sanoat tarkibida yuqori texnologiyali tarmoqning ulushi 2,7 % ni (2020-yilning yanvar-dekabr oylarida – 2,0 %), oʻrta-yuqori texnologiyali – 20,1 % (22,4 %), oʻrta-quyi texnologiyali – 39,4 % (39,9 %) va quyi texnologiyalisi – 37,7 % (35,7 %)ni tashkil etdi. Jami ishlab chiqaradigan sanoat tarkibida mashina va asbob-uskunalar ishlab chiqarish, taʼmirlash va oʻrnatish, avtotransport vositalari, yarim tirkamalar va boshqa tayyor buyumlarni ishlab chiqarish sohasining ulushi – 17,6 % (2020-yilning yanvar-dekabr oyiga nisbatan fizik hajm indeksi 105,4 %), metallurgiya sanoatining ulushi – 25,7 % (2020-yilning yanvar-dekabr oyiga nisbatan fizik hajm indeksi 108,1 %), toʻqimachilik, kiyim, teri mahsulotlarini ishlab chiqarishning ulushi – 17,8 % (2020-yilning yanvar-dekabr oyiga nisbatan fizik hajm indeksi 118,5 %), oziq-ovqat, ichimliklar va tamaki mahsulotlarini ishlab chiqarishning ulushi – 16,8 % (2020-yilning yanvar-dekabr oyiga nisbatan fizik hajm indeksi 106,2 %), kimyo mahsulotlari, rezina va plastmassa buyumlarini ishlab chiqarishning ulushi – 9,4 % (2020-yilning yanvar-dekabr oyiga nisbatan fizik hajm indeksi 104,6 %)ni tashkil etdi.

2021-yilning yanvar-dekabr oylari davomida ishlab chiqaradigan sanoatda 1105,8 ming tonna avtomobil benzini (2020-yilning yanvar-dekabr oyiga nisbatan 8,8 % ga oshgan), 709,0 ming tonna kalava ip (29,5 % oshgan), 232,7 mln. litr pivo mahsulotlari (0,1 % ga oshgan) hamda 1813,4 ming tonna yumshoq bugʻdoy va spelta uni (6,9 % ga kamaygan) ishlab chiqarilib, yuqori oʻsish surʼatlari kuzatildi.

Ishlab chiqaradigan sanoatda yirik sanoat korxonalari tomonidan ayrim turdagi mahsulotlarni ishlab chiqarish

Sanoat mahsulotlari	2020- yil yanvar-dekabr	2021- yil yanvar-dekabr	Farqi +/-
Yengil avtomobillar, dona	280080	236667	-43413
Yuk avtomobillari, dona	4164	3979	-185
Avtomobil dvigatellari, ming dona	222,4	160,4	-62,0
Yumshoq bug'doy va spelta uni, ming t.	1947,7	1813,4	-134,3
Paxta tolasi, ming t.	627,3	656,4	29,1
O'simlik yog'i (tozalangan), ming t.	168,5	146,2	-22,3

2.8-rasm. Ishlab chiqarish sanoati yirik sanoat korxonalari tomonidan ayrim turdagi mahsulotlarni ishlab chiqarish statistikasi²¹.

Avtomobil ishlab chiqarish sanoatida 2021-yilning yanvar-dekabr oylarida 71082 dona “Cobalt” (o‘tgan yilning mos davriga nisbatan 89,0 %), 31466 dona “NexiaT-250” (47,4 %), 51061 dona “Lacetti-Gentra” (102,0 %), 55068 dona “Damas”(106,5 %), 9915 dona “Spark” (43,1 %) hamda 17308 dona “Labo” (191,8 %) avtomobillari ishlab chiqarildi.

Texnologik jihozlarni kapital qayta tiklash ishlari, kimyo korxonalarida ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalanish hajmini oshirish imkonini berib, o‘tgan yilning shu davriga nisbatan metil spirti (2020-yilning yanvar-dekabr oyiga nisbatan 7,0 m.) mahsulotlarida o‘shirish ko‘rsatkichlari qayd etildi. Shuningdek, vinilpolimerlari asosidagi bo‘yoq va lak mahsulotlari (2020-yilning yanvar-dekabr oylariga nisbatan 90,7 %) hamda kaustik soda (96,9 %) ishlab chiqarish sanoatida pasayish kuzatildi.

Metallurgiya sanoati. 2020-yilda ishlab chiqaradigan sanoat tarkibida metallurgiya sanoati ulushi 26,0 % ni tashkil etib, uning fizik hajm indeksi 7,7 % ga oshgan bo‘lsa, 2021-yilning yanvar-dekabr oylari yakunlariga ko‘ra, metallurgiya sanoatining ulushi 25,7 % gacha

²¹ O‘zbekiston Respublikasi statistika qo‘mitasi ma’lumotlari, <https://stat.uz/uz/default/press-relizlar/7658-2021-yil>

ko'tarilib, fizik hajm indeksi esa, 8,1 % ga o'sdi va ishlab chiqarish hajmi 96545,1 mlrd. so'mni tashkil etdi.

Boshqa nometall mineral mahsulotlar ishlab chiqarish. 2020-yilda ishlab chiqaradigan sanoat tarkibida boshqa nometall mineral mahsulotlar ishlab chiqarishning ulushi 5,3 % ni, uning fizik hajm indeksi esa 105,9 % ni tashkil etgan bo'lsa, 2021-yilning yanvar-dekabr oylari yakunlariga ko'ra, boshqa nometall mineral mahsulotlar ishlab chiqarishning ishlab chiqaradigan sanoat tarkibidagi ulushi 5,4 % ni tashkil etdi, o'tgan yilga nisbatan fizik hajm indeksi esa 6,4 % ga oshdi va ishlab chiqarish hajmi 20295,0 mlrd. so'mni tashkil etdi.

Oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarish sanoati. 2020-yilda ishlab chiqaradigan sanoat tarkibida oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarishning ulushi 13,8 % ni, uning fizik hajm indeksi esa 108,6 % ni tashkil etgan bo'lsa, 2021-yilning yanvar-dekabr oylari yakunlariga ko'ra, oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarishning ulushi 13,6 % ni tashkil etdi, o'tgan yilga nisbatan fizik hajm indeksi esa 5,3 % ga oshdi va ishlab chiqarish hajmi 51094,4 mlrd. so'mni tashkil etdi.

Ichimliklar ishlab chiqarish sanoati. 2020-yilda ishlab chiqaradigan sanoat tarkibida ichimlik mahsulotlari ishlab chiqarishning ulushi 2,4 % ni, uning fizik hajm indeksi esa 105,7 % ni tashkil etgan bo'lsa, 2021-yilning yanvar-dekabr oylari yakunlariga ko'ra, ichimlik mahsulotlari ishlab chiqarishning ulushi 2,7 % ni tashkil etdi, o'tgan yilga nisbatan fizik hajm indeksi esa 117,7 % ni va ishlab chiqarish hajmi 9978,3 mlrd. so'mni tashkil etdi.

To'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarish sanoati. 2020-yilda ishlab chiqaradigan sanoat tarkibida to'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarishning ulushi 12,0 % ni tashkil etgan bo'lsa, uning fizik hajm indeksi 117,4 % ni tashkil etgan. Shuningdek, 2021-yilning yanvar dekabr oylarida to'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarishning ulushi 13,7 % ni tashkil etgan, fizik hajm indeksi 19,1 % ga o'sgan bo'lsa, ishlab chiqarish hajmi 51507,0 mlrd. so'mni tashkil etdi.

Kiyim ishlab chiqarish sanoati. 2020-yil yakunlariga ko‘ra, kiyim ishlab chiqarish sanoatining ishlab chiqaradigan sanoat tarkibidagi ulushi 3,4 % ni, fizik hajm indeksi esa 107,2 % ni tashkil etgan bo‘lsa, 2021-yilning yanvar-dekabr oylarida ishlab chiqaradigan sanoatdagi ulushi 3,5 %, fizik hajm indeksi 118,7 % ni, ishlab chiqarish hajmi esa 13284,1 mlrd. so‘mni tashkil etdi.

Kimyo mahsulotlari ishlab chiqarish. 2020-yilda yakunlariga ko‘ra kimyo mahsulotlari ishlab chiqarish sanoatining ishlab chiqaradigan sanoatdagi ulushi 6,9 % ni tashkil etgan, fizik hajm indeksi esa 107,6 % ni tashkil etgan. Shuningdek, 2021-yilning yanvar-dekabr oylarida ishlab chiqaradigan sanoatdagi ulushi 7,4 % ni, fizik hajm indeksi 105,7 % ni hamda ishlab chiqarish hajmi 27577,9 mlrd. so‘mni tashkil etdi.

Koks va neftni qayta ishlash mahsulotlari ishlab chiqarish. 2020-yilda yakunlariga ko‘ra, koks va neftni qayta ishlash mahsulotlari ishlab chiqarish sanoatining ishlab chiqaradigan sanoatdagi ulushi 3,6 % ni tashkil etgan, fizik hajm indeksi esa 98,3 % ni tashkil etgan. Shuningdek, 2021-yilning yanvar-dekabr oylarida ishlab chiqaradigan sanoatdagi ulushi 3,0 % ni, fizik hajm indeksi 70,8 % ni hamda ishlab chiqarish hajmi 11335,2 mlrd. so‘mni tashkil etdi.

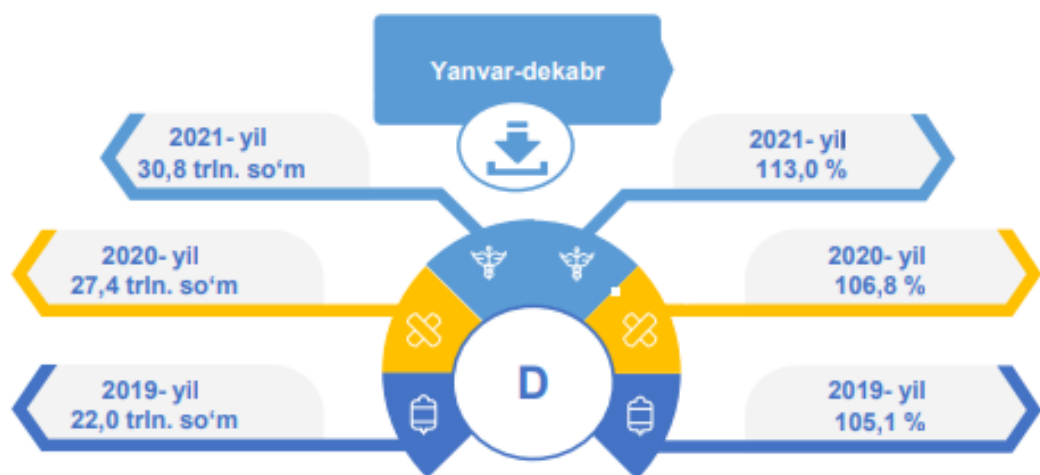
Rezina va plastmassa buyumlar ishlab chiqarish. 2020-yil yakunlariga ko‘ra, rezina va plastmassa buyumlar ishlab chiqarish sanoatining ishlab chiqaradigan sanoatdagi ulushi 2,3 % ni tashkil etgan, fizik hajm indeksi esa 109,7 %. Shuningdek, 2021-yilning yanvar-dekabr oylarida ishlab chiqaradigan sanoatdagi ulushi 2,0 % ni, fizik hajm indeksi 100,4% ni hamda ishlab chiqarish hajmi 7500,5 mlrd. so‘mni tashkil etdi.

Elektr uskunalari ishlab chiqarish. 2020-yil yakunlariga ko‘ra, elektr uskunalari ishlab chiqarish sanoatining ishlab chiqaradigan sanoatdagi ulushi 2,8 % ni tashkil etgan, fizik hajm indeksi esa 110,1 % ni tashkil etgan. Shuningdek, 2021-yilning yanvar-dekabr oylarida

ishlab chiqaradigan sanoatdagi ulushi 2,8 % ni, fizik hajm indeksi 93,4 % ni hamda ishlab chiqarish hajmi 10662,5 mlrd. soʻmni tashkil etdi.

Mashina va uskunalardan tashqari tayyor metall buyumlar ishlab chiqarish. 2020-yil yakunlariga koʻra, mashina va uskunalardan tashqari tayyor metall buyumlar ishlab chiqarish sanoatining ishlab chiqaradigan sanoatdagi ulushi 2,3 % ni tashkil etgan, fizik hajm indeksi esa 118,8 % ni tashkil etgan. Shuningdek, 2021-yilning yanvar-dekabr oylarida ishlab chiqaradigan sanoatdagi ulushi 2,7 % ni, fizik hajm indeksi 118,9 % ni hamda ishlab chiqarish hajmi 10265,0 mlrd. soʻmni tashkil etdi.

Avtotransport vositalari, treylerlar va yarim tirkamalar ishlab chiqarish. 2020-yil yakunlariga koʻra, avtotransport vositalari, treyler va yarim tirkamalar ishlab chiqarish sanoatining ishlab chiqaradigan sanoatdagi ulushi 11,0 % ni tashkil etgan, fizik hajm indeksi esa 99,4 %. Shuningdek, 2021-yilning yanvar-dekabr oylarida ishlab chiqaradigan sanoatdagi ulushi 8,5 % ni, fizik hajm indeksi 94,3 % ni hamda ishlab chiqarish hajmi 32024,3 mlrd. soʻmni tashkil etdi.



2.9-rasm. Elektr, gaz, bugʻ bilan taʼminlash va havoni konditsiyalash statistikasi²².

²² Oʻzbekiston Respublikasi statistika qoʻmitasi maʼlumotlari, <https://stat.uz/uz/default/press-relizlar/7658-2021-yil>

Suv bilan ta'minlash, kanalizatsiya tizimi, chiqindilarni yig'ish va utilizatsiya qilish. Suv bilan ta'minlash, kanalizatsiya tizimi, chiqindilarni yig'ish va utilizatsiya qilish korxonalari tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlar hajmi 2,9 trln. so'mni (jami ishlab chiqarilgan sanoat mahsulotlari hajmining 0,7 % ini) tashkil etdi. O'tgan yilning mos davriga nisbatan oqova suvlarni yo'qotish, transportirovka qilish va ishlov berish bo'yicha xizmatlar 20,9 % ga hamda to'qimachilik chiqindilarining 2,5 % ga oshganligi kuzatildi. Shuningdek axlat o'ralarni, tindirgichlarni va septiklarni bo'shatish, tozalash va ishlov berish bo'yicha xizmatlar 1,7 % ga pasayishi kuzatildi.

Iste'mol mahsulotlari ishlab chiqarish. Tayyor mahsulot turlarini kengaytirish va ishlab chiqarilishini qo'llab-quvvatlash bo'yicha amalga oshirib kelinayotgan chora-tadbirlar natijasida, iste'mol mahsulotlari ishlab chiqarish hajmi 152,0 trln. so'mni tashkil etdi va 2020-yilning mos davriga nisbatan 113,5 % ni, uning jami sanoatdagi ulushi 33,7 % ni tashkil etdi.

Oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarish tarkibida vino va aroq mahsulotlari va pivo 5,6 % (2020-yil yanvar-dekabr oylarida 7,0 %)ni tashkil etdi. Hududlar kesimida iste'mol mahsulotlari ishlab chiqarilishining respublika jami hajmidagi eng yuqori ulushi Toshkent shahriga to'g'ri kelib 22,4 % ni va Andijon viloyati 16,6 % ni, Toshkent viloyati 13,1 % ni hamda Samarqand viloyati 9,5 % ni tashkil etdi. Shuningdek, iste'mol mahsulotlari ishlab chiqarilishining o'sish sur'atida respublika o'sish sur'ati (113,5 %) darajasidan yuqori ko'rsatkich Jizzax (136,4 %), Toshkent (127,9 %), Buxoro (120,2 %) viloyatlari hamda Toshkent shahrida (128,3 %) qayd etildi.

Hududlar kesimida iste'mol mahsulotlari ishlab chiqarilishining respublika jami hajmidagi eng yuqori ulushi Toshkent shahriga to'g'ri kelib, 22,4 %, shuningdek, Andijon viloyati 16,6 % ni, Toshkent viloyati 13,1 % ni, Samarqand viloyati 9,5 % ni tashkil etdi. Hududlar kesimida nooziq-ovqat mahsulotlar ishlab chiqarilishining respublika jami hajmidagi eng yuqori ulushi Toshkent shahriga to'g'ri kelib, 22,1

%, shuningdek, Andijon 23,5 % ni, Toshkent viloyati 9,5 % ni, Samarqand viloyati 9,2 % ni tashkil etdi. Hududlar kesimida oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarilishining respublika jami hajmidagi eng yuqori ulushi Toshkent shahriga to'g'ri kelib, 22,8 % ni, shuningdek, Toshkent viloyati 19,5 % ni, Samarqand viloyati esa 9,9 % ni tashkil etdi. Hududlar kesimida sanoat ishlab chiqarilishining respublika jami hajmidagi eng yuqori ulushi Toshkent shahriga to'g'ri kelib, 19,1 % ni, shuningdek, Toshkent viloyati 18,4 % ni, Navoiy viloyati esa 16,3 % ni va Andijon viloyati 8,0 % ni tashkil etdi. Aholi jon boshiga sanoat mahsulotlari ishlab chiqarishning taqsimlanishi, yirik sanoat korxonalari joylashganligi hisobiga Navoiy (71923,0 ming so'm), Toshkent (28524,9 ming so'm) viloyatlarida hamda Toshkent shahrida (30538,8 ming so'm) o'rtacha Respublika darajasi ko'rsatkichidan (12935,2 ming so'm) ancha yuqoriligini ko'rsatmoqda.

Yoqilg'i sanoati. Respublika yoqilg'i sanoati yer qa'rida topilgan va qazib olinayotgan ko'mir, neft, gaz konlari negizida shakllangan va rivojlanib bormoqda. Respublikada 160 dan ortiq neft va gaz konlari ochilgan, ularning 115 tasi Buxoro va Xiva geologik provinsiyasida, 27 tasi Farg'ona vodiysi, 10 tasi Surxondaryo, 7 tasi Ustyurtda joylashgan. Hozir 71 ta neft, gaz va gaz kondensat, 3 ta ko'mir konidan foydalanilmoqda. 50 dan ortiq neft, gaz va gaz kondensat koni esa kelajakda ishga tushirish uchun tayyorlab qo'yilgan.

Yoqilg'i sanoati respublika yoqilg'i-energetika majmuasining asosiy tarmog'ini tashkil etadi va barcha turdagi yoqilg'ini qazib olish, tabiiy gazni tozalash va yetkazib berish, neft mahsulotlarini qayta ishlash korxonalaridan iborat. Ular iqtisodiyotning barcha bo'g'inlarida xizmat ko'rsatadi. Yoqilg'i sanoatining yirik korxonalari Toshkent, Farg'ona, Buxoro, Qashqadaryo, Surxondaryo viloyatlarida joylashgan.

Yoqilg'i sanoatining yana bir muhim tarmog'i bu ko'mir sanoatidir. O'zbekiston qidirib topilgan ko'mirning 1900 mln. tonna miqdoridagi zaxiralari egadir, shu jumladan qo'ng'ir ko'mir zaxiralari 1853 mln. tonnani, toshko'mir zaxiralari 47 mln. tonnani

tashkil etadi. Prognoz resurslari 5,7 mlrd. tonnadan ko‘proqdir. Toshko‘mirning katta zaxiralari respublikaning janubiy hududlarida – Surxondaryo va Qashqadaryo viloyatlarida to‘plangan. Hozirgi paytda 3ta konda: Angren, Sharg‘un va Boysun konlarida ko‘mir qazib chiqarilmoqda.

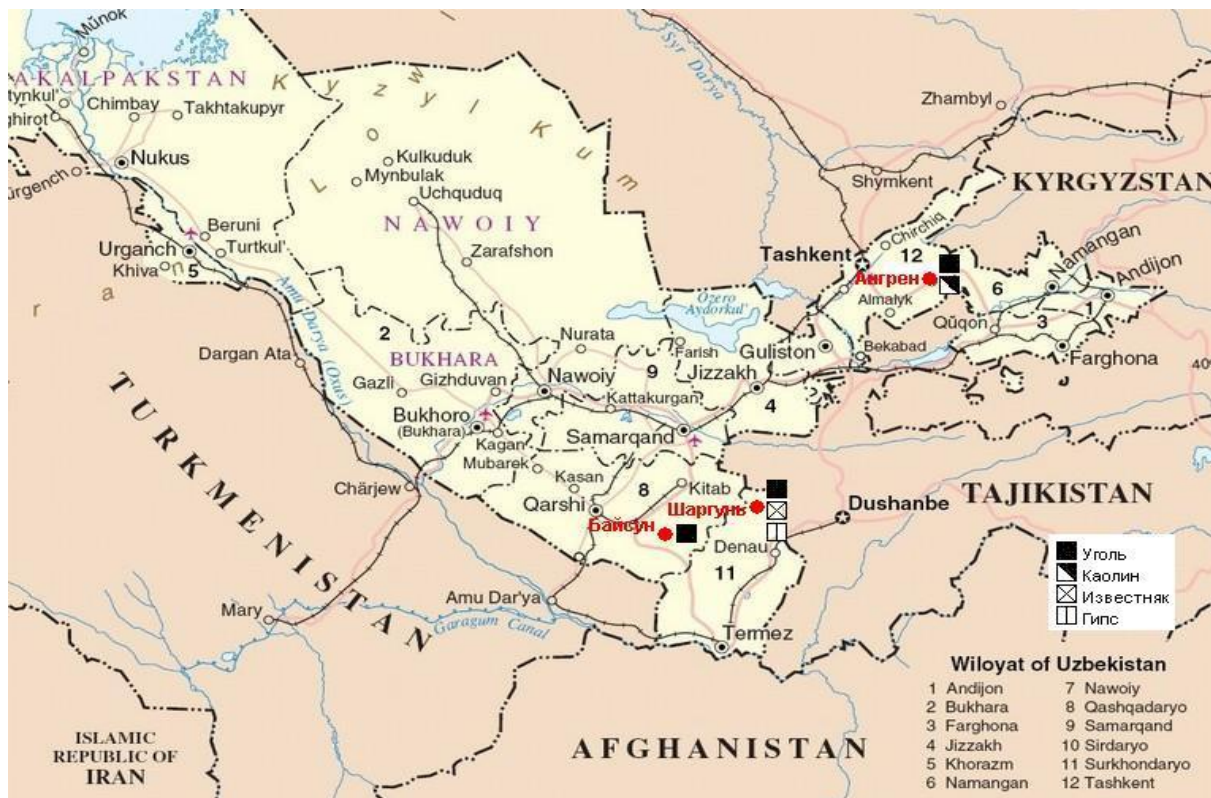


O‘zbekistonda ko‘mir qazib chiqarishni «O‘zbekko‘mir» AJ, shuningdek «Sharg‘unko‘mir» AJ va «Apartak» AJ amalga oshiradi. Angren konidagi «Angren» ko‘mir razrezi ko‘mir zaxiralarini ochiq usulda qazib oladi, bundan tashqari «Yerostigaz» OAJ tomonidan yer ostida gazlashtirish usuli bilan qo‘ng‘ir ko‘mirdan gaz ishlab chiqariladi.

«O‘zbekko‘mir» AJ har yili 3 mln. tonnaga yaqin ko‘mir qazib chiqaradi. Ko‘mir yoqilg‘isining asosiy iste‘molchisi elektr energetikasi sektori bo‘lib, uning ulushiga umumiy iste‘mol qilinadigan ko‘mirning 85 foizi to‘g‘ri keladi. Sanoat, ijtimoiy va kommunal soha korxonalar ham ko‘mir yoqilg‘isiga bo‘lgan talabni shakllantiradilar.

«O‘zbekko‘mir» AJda ko‘mir qazib olish yer osti va ochiq usullarda amalga oshiriladi. «O‘zbekko‘mir» AJda ko‘mir qazib olish yer osti va ochiq usullarda amalga oshiriladi. Ko‘mirni ochiq usulda qazib olish «Angren ko‘mir havzasi» va «Apartak koni» filiallari tomonidan amalga oshiriladi.

Ushbu korxonalar o‘z faoliyatida ko‘mir, kaolin va boshqa yo‘ldosh foydali qazilmalarni qazib olish hamda boshqa xizmat ko‘rsatish turlari va ishlarni amalga oshiradi.



2.10-rasm. O‘zbekiston Respublikasining mavjud ko‘mir havzalari.

2.11-jadval

2030-yilga qadar ko‘mir yoqilg‘isini qazib olish rejasi, ming tonna²³

№	Nomlanishi	2016	2020	2025	2030
	Jami	3 700,0	6 940,0	15 200,0	15 900,0
1.	“O‘zbekko‘mir” AJ	3 380,0	5 040,0	13 000,0	13 000,0
1.1.	«Angren” ko‘mir havzasi	3 340,0	4 000,0	4 000,0	4 000,0
1.2.	“Yer osti ishlari” shaxtasi	40,0	40,0	3 000,0	3 000,0
1.3.	“Shimoliy” shaxtasi		1 000,0	6 000,0	6 000,0
2.	«Apartak” ko‘mir havzasi	160,0	1 000,0	1 200,0	1 900,0
3.	«Shargunkumir” AJ	160,0	900,0	900,0	900,0
4.	“Baysun” shaxtasi			100,0	100,0

²³ Manba: O‘zbekiston Respublikasining statistika qo‘mitasi. stat.uz

Ko‘mir sanoatini ustuvor rivojlantirish uchun asosiy omillar:

- qimmatroq energiya resurslarini mamlakat iqtisodiyotining ehtiyojlari uchun bo‘shatish maqsadida, ularni ko‘mir bilan almashtirishning maqsadga muvofiqligi;

- mamlakatning yoqilg‘i-energetik balansi tarkibida ko‘mir ulushini oshirish zarurati.

Ko‘mir sanoatini yanada rivojlantirish dasturi korxonalarini texnik jihatdan qayta jihozlash, modernizatsiya qilish, kon ishlarining samaradorligini oshirishga yordam beradigan, resurslarni tejaydigan yangi, progressiv texnologiyalarni joriy etish.

2.12-jadval

Respublikamizda aniqlangan ko‘mir zaxiralari²⁴

T.r.	Ko‘mir havzalari nomi	Zaxira hajmi (mln.tn)	Amaldagi holati
Amaldagi ko‘mir havzalari			
1.	Angren ko‘mir havzasi	1 537,9	777,8 mln. tonnasi “O‘zbekko‘mir” jamiyati tomonidan ochiq va yopiq usulda ko‘mir qazib olinmoqda. (Nishbosh, Nougazxon havzalari to‘liq o‘rganilmaganligi bois 325,7 mln. tonna ko‘mir zaxirasi dastlabki geologik qidiruv ishlari natijasida aniqlangan)
2.	Apartak ko‘mir koni	237,2	Ochiq usulda qazib olinmoqda.
3.	Yer osti ishlari filiali hududida	146,3	Yer osti usulida qazib olinmoqda.
4.	Shargun ko‘mir havzasi (toshko‘mir)	32,9	“Sharg‘unko‘mir” jamiyati tomonidan yopiq usulda ko‘mir qazib olinmoqda.

²⁴ “O‘zbekko‘mir” AJ ma’lumotlari asosida tuzilgan.

5.	Boysun ko‘mir havzasi (toshko‘mir)	13,0	Avval “Sharg‘unko‘mir” jamiyati tomonidan yopiq usulda ko‘mir qazib olingan.
Istiqboldagi qo‘ng‘ir ko‘mir havzalari			
1.	Vodil ko‘mir havzasi	132,5	Kon g‘arbida geologiya qidiruv ishlari natijasida 20,4 mln. tn ko‘mir zaxirasi aniqlangan. Kon chuqurligi 500 m. gacha va aholi zichligini inobatga olib keyingi geologiya ishlari to‘xtatilgan.
2.	Qoraqalpog‘iston va G‘arbiy Qizilqum (Navoiy) havzalari	1 100,0	Geologiya qidiruv ishlariga loyiha hujjatlari tayyorlangan. G‘arbiy Qizilqumda chuqurligi 80 m.dan 730 m.gacha. havza aniqlangan
Istiqboldagi toshko‘mir havzalari			
1.	Nilyu uchastkasi (Surxondaryo)	138,3	Geologiya qidiruv ishlariga loyiha hujjatlari tayyorlangan. Budget hisobidan dala geologiya qidiruv ishlari olib borilmoqda.
2.	Xovuz, Oqsuv, Fangart uchastkasi (Surxondaryo)		Geologiya qidiruv ishlariga loyiha smeta hujjatlari tayyorlanmoqda.
3.	Guldara, Vuari, Zarmas, Qumurli, Toshqo‘rg‘on (Qashqadaryo)		Geologiya qidiruv ishlarini amalga oshirish masalasi qo‘shimcha o‘rganilishi talab etiladi.

2030-yilgacha rejalashtirilgan sohada innovatsion loyihalar²⁵

№	Loyiha nomi	Ishlab chiqariladigan mahsulot
1	Angren ko‘mir konida tarkibida ko‘mir mavjud bo‘lgan chiqindilardan organik mineral o‘g‘itlarni ishlab chiqarish	Organik mineral o‘g‘itlar
2	Angren ko‘mir konida ikkilamchi kaolinlar va ohaktoshlardan glinozem-sement ishlab chiqarishni tashkil etish.	glinozem, sement M500-M600, glinozemli sement, oltingugurtli aluminiy, goidrooksid aluminiy
3	«Uzbekko‘mir» AJ hududiy distribyutorlik markazlari bazasida briket ishlab chiqarishni tashkil etish.	briketlangan ko‘mir
4	Kamyob elementlarni aniqlash maqsadida birlamchi kaolinlarda geologiya qidiruv ishlarini olib borish.	kamyob elementlarning konsentrati
5	Baysun ko‘mir konida aktivlangan ko‘mir ishlab chiqarishni tashkil etish.	aktivlangan ko‘mir
6	Shargun ko‘mir konida gips va ohaktoshlar qidiruv ishlarini oxiriga yetkazish hamda qazib olininishini tashkil etish.	gips va ohaktoshlar
7	Tarkibida germaniy mavjud bo‘lgan ko‘mirni selektiv usulda qazib olish va uni qayta ishlash hamda tarkibidagi germaniyni ajratib olish bo‘ycha ishlab chiqarishni tashkil etish.	Germaniy

Neft sanoati yoqilg‘i sanoatining eng muhim tarmoqlaridan biri hisoblanadi va neftni qayta ishlash korxonalaridan tashkil topadi. Hozirgi davrda sanoatning bu tarmog‘i mamlakat iqtisodiyot va

²⁵ Manba: O‘zbekiston Respublikasining statistika ko‘mitasi. stat.uz

aholining neftga bo'lgan talabini to'la qondirish imkoniyatlariga ega bo'ldi. Shu sababdan ham bu tarmoqning ahamiyati beqiyos.

Neftni qayta ishlash sanoati sohasida Oltiariq, Farg'ona, Buxoro neftni qayta ishlash zavodlari ishlab turibdi. Farg'ona zavodi surkov moylar va yonilg'i ishlab chiqarishga ixtisoslashgan, ishlab chiqarish bo'yicha 50 ga yaqin texnologik qurilmaga ega. Oltiariq neft zavodi esa yonilg'i yo'nalishida, Ko'kdumaloq neft-gaz koni ochilgandan keyin 1993-yildan Fransiyaning TEKNEP firmasi bilan hamkorlikda Buxoro viloyatining Qorovulbozor tumanida Buxoro neftni qayta ishlash zavodi qurilishi boshlandi. Uning yiliga 2,5 mln. tonna gaz kondensatini qayta ishlash quvvatiga ega bo'lgan 1-navbati 1997-yil avgustda ishga tushirildi. Neftni qayta ishlash zavodlarida yuqori oktanli benzin, dizel yoqilg'isi, koks, parafin, motor moylariga qo'shilmalar, yengil mashinalar uchun motor va surkov moylari (kompressor, turbina, urchuq moylari), kerosin, bitum, suyultirilgan neft gazlari (butan, texnik propan va b.), mazut kabi 50 dan ortiq turdagi neft mahsulotlari ishlab chiqariladi. Yangi mahsulot turlari ishlab chiqarish dasturiga muvofiq yangi texnologiyalar o'zlashtirilmoqda.

2.3. Sanoat korxonalarining belgilari, funksiyalari va vazifalari

Zamonaviy korxonalar mulkchilik shakliga ko'ra, davlat va nodavlat, tarmoq belgilariga ko'ra, mashinasozlik, energetika, metallurgiya, neft va gaz sanoati, qurilish kompleksi, oziq-ovqat, yengil sanoat, savdo va hokazolar, ishlab chiqarish miqyosi va xodimlar soniga ko'ra, yirik, mikrofirma va kichik, faoliyat yuritish muddatiga ko'ra, uzluksiz, mavsumiy va uzlukli korxonalariga bo'linadi.

Sanoat korxonalarini turli belgilariga ko'ra tavsiflash mumkin:

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

- *ijtimoiy munosabatlarda korxonalar* – bu, turli kategoriyadagi xodimlar o‘rtasida ularning huquq va majburiyatlari asosida yuzaga keluvchi munosabatlar;

- *tashkiliy-huquqiy munosabatlarda korxonalar* huquqiy shaxs sifatida faoliyat yuritadi;

- *moliyaviy-iqtisodiy munosabatlarda korxonalar* – bu, 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.

Bozor iqtisodiyoti sharoitlarida sanoat korxonalarini **faoliyatining asosiy yo‘nalishlari** quyidagilar hisoblanadi:

- bozor va uning rivojlanish istiqbollari kompleks 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;

- korxonaning barcha faoliyatini, jumladan, ishlab chiqarish, sotish, reklama, texnik xizmat ko‘rsatish va hokazolarni boshqarish.

Zamonaviy korxonalarining faoliyati quyidagi vazifalarni bajarishga qaratilishi zarur:

- korxonalar 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;

- korxonalar 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 korxonalaridan quyidagi funksiyalarni amalga oshirishni talab qiladi:
 - ishlab chiqarish va shaxsiy iste‘mol uchun mahsulotlarni tayyorlash;
 - mahsulotlarni iste‘molchilarga yetkazib berish va sotish;
 - sotuvdan keyin xizmat ko‘rsatish;
 - ishlab chiqarishning moddiy-texnika asosini ta‘minlash;
 - xodimlar mehnatini tashkil qilish va boshqarish;
 - soliqlarni to‘lash, budjetga to‘lanuvchi ixtiyoriy yoki majburiy badal va to‘lovlarni amalga oshirish;
 - amaldagi standartlar, normativlar va davlat tomonidan chiqarilgan qonun-qoidalariga rioya qilish.

2.4. Sanoat korxonalarini tasniflash

Xususiy korxona deb, mulkdor yagona jismoniy shaxs tomonidan tuzilgan va boshqariladigan tijoratchi tashkilot e‘tirof etiladi²⁶. Xususiy korxonada tadbirkorlik subyektlarining tashkiliy-huquqiy shaklidir.

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 olinadi²⁷. 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.

²⁶ O‘zbekiston Respublikasining «Xususiy korxonalar to‘g‘risida»gi Qonuni. Qonun va qarorlar. –T.: O‘zbekiston, 2011.

²⁷ «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..

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-mulklari bilan qo‘shgan hissalarini qiymatiga nisbatan hamma uchun bir xil bo‘lgan, jamiyatning ta‘sis hujjatlarida belgilanadigan karrali miqdorda solidar tarzda subsidiar javobgar bo‘ladilar.

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 etadilar²⁸.

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-mulklari 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 subyekt hisoblanadi²⁹.

²⁸ «Xo‘jalik shirkatlari to‘g‘risida»gi O‘zbekiston Respublikasining 2001-yil 6-dekabrda Qonuni.//lex.uz

²⁹ «Aksiyadorlik jamiyatlari va aksiyadorlarning huquqlarini himoya qilish to‘g‘risida»gi O‘zbekiston Respublikasining 2014-yil 6-may, O‘RQ-370-sonli Qonuni // «Xalq so‘zi» 2014-yil 7 may, 88 (6018)-soni.

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

Qaram xo‘jalik jamiyati. Xo‘jalik jamiyatida ishtirok etuvchi boshqa jamiyat xo‘jalik jamiyatiga qarashli ovoz beradigan aksiyalarning yigirma foizidan ko‘prog‘iga ega bo‘lsa, bunday xo‘jalik jamiyati qaram jamiyat deb hisoblanadi. Qaram xo‘jalik jamiyati yuridik shaxs hisoblanadi.

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

Unitar korxononaning mol-mulki bo‘linmasdir va u qo‘shilgan hissalar (ulushlar, paylar) bo‘yicha, shu jumladan korxonona xodimlari o‘rtasida ham, taqsimlanishi mumkin emas.

Xo‘jalik yuritish huquqiga asoslangan unitar korxonona. Xo‘jalik yuritish huquqiga asoslangan unitar korxonona mulkdorning yoki u vakil qilgan organning qaroriga muvofiq tashkil etiladi.

Operativ boshqaruv huquqiga asoslangan davlat unitar korxonasi. Qonun hujjatlarida nazarda tutilgan hollarda, davlat organining qaroriga muvofiq davlat mulki bo‘lgan mol-mulk negizida operativ boshqaruv huquqiga asoslangan davlat unitar korxonasi (davlat korxonasi) tashkil etilishi mumkin.

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 umumiylikiga 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 xomashyo 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, mikrofirma va kichik korxonalariga taqsimlanadi.

O‘zbekiston Respublikasi qonunchiligiga ko‘ra³⁰ kichik tadbirkorlik subyektlari quyidagilardir:

- 1) yakka tartibdagi tadbirkorlar;
- 2) ishlab chiqarish tarmoqlaridagi, band bo‘lgan xodimlarining o‘rtacha yillik soni ko‘pi bilan yigirma kishi, xizmat ko‘rsatish sohasidagi va ishlab chiqarish bilan bog‘liq bo‘lmagan boshqa tarmoqlardagi, band bo‘lgan xodimlarining o‘rtacha yillik soni ko‘pi bilan o‘n kishi, ulgurji, chakana savdo hamda umumiy ovqatlanish tarmoqlaridagi, band bo‘lgan xodimlarining o‘rtacha yillik soni ko‘pi bilan besh kishi bo‘lgan mikrofirmalar;
- 3) quyidagi tarmoqlardagi:
yengil, oziq-ovqat sanoatidagi va qurilish materiallari sanoatidagi, band bo‘lgan xodimlarining o‘rtacha yillik soni ko‘pi bilan ikki yuz kishi;

³⁰ «Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to‘g‘risida»gi O‘zbekiston Respublikasining 2012-yil 2-may, O‘RQ-328-sonli Qonuni // «Xalq so‘zi» 2012-yil 3-may, 86 (5506)-son.

metallga ishlov berish va asbobsozlik, yog'ochsozlik, mebel sanoatidagi, shuningdek, qonun hujjatlarida nazarda tutilgan boshqa sanoat-ishlab chiqarish sohalaridagi, band bo'lgan xodimlarining o'rtacha yillik soni ko'pi bilan yuz kishi;

mashinasozlik, metallurgiya, yoqilg'i-energetika va kimyo sanoati, qishloq xo'jaligi mahsulotlari yetishtirish va ularni qayta ishlash, qurilish hamda qonun hujjatlarida nazarda tutilgan boshqa sanoat-ishlab chiqarish sohalaridagi, band bo'lgan xodimlarining o'rtacha yillik soni ko'pi bilan ellik kishi;

fan, ilmiy xizmat ko'rsatish, transport, aloqa, xizmat ko'rsatish sohalari (sug'urta kompaniyalaridan tashqari), savdo va umumiy ovqatlanish hamda ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lmagan boshqa sohalardagi, band bo'lgan xodimlarining o'rtacha yillik soni ko'pi bilan yigirma besh kishi bo'lgan kichik korxonalar.

Faoliyatning bir necha turini amalga oshiruvchi (ko'p tarmoqli) yuridik va jismoniy shaxslar yillik aylanma hajmida ulushi eng ko'p bo'lgan faoliyat turi mezonlari bo'yicha kichik tadbirkorlik subyektlariga kiradi

Ixtisoslashuv darajasiga ko'ra, korxonalar ixtisoslashgan, universal va aralash korxonalariga 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.

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

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

Firma – korxonalar 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, injiring firmasi, konsalting firmasi, venchur firmalar va boshqalardir.

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 konsern, konsorsium, xo'jalik assotsiatsiyasi 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 «**korporatio**» so'zidan olingan bo'lib, birlashma, hamjamiyat ma'nosini beradi.

Konsern umumiy manfaatlarga ega hamda shartnomalar, kapital va qo'shma faoliyatda ishtirok etish bilan bog'liq bo'lgan korxonalarining yirik birlashuvini aks ettiradi.

Konsern – bu ishlab chiqarish diversifikatsiyasi, ya'ni korxonalarining faoliyat sohalari va ishlab chiqaradigan mahsulotlari turining kengayishi, yangilanib turishi asosida tarkib topadigan yirik ko'p tarmoqli korporatsiya.

Konsorsium – bu aniq iqtisodiy loyihalarni amalga oshirishni maqsad qilgan korxonalarining umumiy kelishuvlar asosida yuzaga keladigan muvaqqat birlashmasidir. Konsorsium buyurtmachilar oldidagi majburiyatlar uchun javobgar hisoblanadi.

Xo‘jalik assotsiatsiyasi jismoniy yoki huquqiy shaxslarning o‘zaro hamkorlik yuritish maqsadida ko‘ngilli ravishda birlashuvini anglatadi va unda birlashuvga kiruvchi subyektlar o‘z mustaqilligini saqlab qoladilar.

Korxonalarining konsentratsiya asosida birlashuvi kartel, sindikat, xolding va moliya-sanoat guruhlarini 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, xomashyo sotib olish, mahsulot sotish, bahoni shakllantirish) hamkorlikda tashkil qilishga asoslangan 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.

O‘z tarkibidagi aksiyadorlik jamiyatlarning 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 vazifalarni tezkor ravishda amalga oshirish imkonini beruvchi boshqaruvning samarali shaklini ifodalaydi. Aktivlari tarkibiga boshqa korxonalarining aksiyalari nazorat paketlari kiradigan aksiyadorlik jamiyati xolding hisoblanadi.

2.5. Sanoat korxonalarini ta'sis etish va davlat tomonidan ro'yxatga olinishi

Korxonalar qonun hujjatlarida belgilab qo'yilgan tartibda maxsus davlat organlarida ro'yxatga olingan kundan boshlab tashkil qilingan hisoblanadi va huquqiy shaxs maqomiga ega bo'ladi.

Korxonalar faoliyatini tartibga soluvchi qonun hujjatlarida ikki xil ta'sis hujjatlari belgilab berilgan:

Korxonalar ustavi uning huquqiy maqomini, huquq va majburiyatlarini belgilab beradi.

Ta'sis shartnomasi korxonaning tashkil qilinishi va yakka tarzda yoki hamkorlikdagi faoliyatning boshlanishini tavsiflovchi hujjatdir. U shuningdek, tashkil etilayotgan korxonaning ustavini to'ldiruvchi hujjat ham hisoblanadi.

Amaliyotda korxonalar faqat Nizom yoki faqat ta'sis shartnomasi asosida, shuningdek, bir vaqtning o'zida Nizom va ta'sis shartnomasiga asosan faoliyat yuritish hollari mavjud.

Shuni qayd qilib o'tish kerakki, korxonaning (huquqiy shaxsning) ta'sis shartnomasi kelishuv asosida tuziladi, Nizom esa muassis (muassislar) tomonidan tasdiqlanadi.

Xususiy korxonaning ta'sis hujjati sifatida uning ustavi qabul qilinadi.

Xususiy korxonaning ustavida quyidagilar ko'rsatilishi kerak:

- korxonaning firma nomi;
- uning joylashgan yeri va pochta manzili to'g'risidagi ma'lumotlar;
- asosiy faoliyat turlarining ro'yxati;
- mulkdorning familiyasi, ismi, otasining ismi va yashash joyi;
- ustav fondining miqdori.

Mas'uliyati cheklangan hamda qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatlar ta'sis hujjatlari sifatida jamiyatning ta'sis shartnomasi va ustavi qabul qilinadi.

Agar jamiyat bir shaxs tomonidan ta'sis etilsa, shu shaxs tasdiqlagan ustav jamiyatning ta'sis hujjati hisoblanadi. Jamiyat ishtirokchilarining soni ikki va undan ortiq kishiga ko'paysa, ular o'rtasida ta'sis shartnomasi tuzilishi kerak.

Mas'uliyati cheklangan hamda qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatlarining ta'sis shartnomasida jamiyatning muassislari jamiyatni tuzish majburiyatini oladilar va uni tuzish yuzasidan birgalikdagi faoliyat tartibini belgilaydilar. Ta'sis shartnomasida quyidagilar ham belgilanadi:

- jamiyat muassislarining (ishtirokchilarining) tarkibi;
- jamiyat ustav fondining (ustav kapitalining) miqdori va jamiyat har bir muassisi (ishtirokchisi) ulushining miqdori;
- jamiyat ta'sis etilayotganda uning ustav fondiga (ustav kapitaliga) hissalarini qo'shish tartibi, miqdori, usullari va muddatlari;
- hissalarini qo'shish bo'yicha majburiyatlarini buzganlik uchun jamiyat muassislarining (ishtirokchilarining) javobgarligi;
- jamiyatning muassislari (ishtirokchilari) o'rtasida foyda va zararlarni taqsimlash shartlari va tartibi;
- jamiyat organlarining tarkibi va jamiyat ishtirokchilarining jamiyatdan chiqish tartibi.

Mas'uliyati cheklangan hamda qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatlarining ustavida quyidagilar ko'rsatilishi kerak:

- jamiyatning to'liq va qisqartirilgan firma nomi;
- jamiyat faoliyatining predmeti;
- jamiyatning pochta manzili to'g'risidagi ma'lumotlar;
- jamiyat organlarining tarkibi va vakolatlari to'g'risidagi, shu jumladan jamiyat ishtirokchilari umumiy yig'ilishining mutlaq vakolatiga kiruvchi masalalar to'g'risidagi, jamiyat organlari tomonidan qarorlar qabul qilish tartibi to'g'risidagi, shu jumladan qarorlar bir ovozdan yoki kvalifikatsion ko'pchilik ovoz bilan qabul qilinadigan masalalar to'g'risidagi ma'lumotlar;

- jamiyat ustav fondining (ustav kapitalining) miqdori to‘g‘risidagi ma’lumotlar;
- jamiyat har bir ishtirokchisi ulushining miqdori va nominal qiymati to‘g‘risidagi ma’lumotlar;
- jamiyat ishtirokchilarining huquqlari va majburiyatlari;
- jamiyat ishtirokchisining jamiyatdan chiqish tartibi va uning oqibatlari to‘g‘risidagi ma’lumotlar;
- jamiyat ustav fondidagi (ustav kapitalidagi) ulushning boshqa shaxsga o‘tishi tartibi to‘g‘risidagi ma’lumotlar;
- jamiyatning hujjatlarini saqlash tartibi hamda jamiyat tomonidan jamiyat ishtirokchilariga va boshqa shaxslarga axborot taqdim etish tartibi to‘g‘risidagi ma’lumotlar;
- jamiyatning vakolatxonalarini va filiallari to‘g‘risidagi ma’lumotlar;
- qonun hujjatlariga zid bo‘lmagan boshqa ma’lumotlar.

Aksiyadorlik jamiyatining ta’sis hujjati sifatida ta’sis yig‘ilishi (muassis) tasdiqlagan ustav qabul qilinadi. Davlat korxonasi aksiyadorlik jamiyatiga aylantirilayotganda davlat mulkini tasarruf etishga vakolatli organ tasdiqlaydigan emissiya ma’lumotnomasi ham ta’sis hujjati hisoblanadi.

Ustav jamiyatning ta’sis hujjati bo‘lib, unda quyidagi ma’lumotlar bo‘lishi kerak:

- jamiyatning to‘liq (agar bo‘lsa qisqartirilgan) firma nomi, joylashgan yeri (pochta manzili) va elektron pochta manzili;
- faoliyatining sohasi (asosiy yo‘nalishlari) va maqsadi;
- ustav fondining (ustav kapitalining) miqdori;
- jamiyat aksiyalarining soni, nominal qiymati, turlari (oddiy, imtiyozli);
- jamiyat boshqaruvining tuzilmasi, jamiyat kuzatuv kengashining, taftish komissiyasining va ijroiya organining a’zolari soni, bu organlarni shakllantirish tartibi, ularning vakolatlari.

- Jamiyat ustavida jamiyatning ustav fondidagi (ustav kapitalidagi) bitta aksiyadorga tegishli bo‘lgan ulushning eng ko‘p miqdoriga cheklovlar belgilanishi mumkin.

- Davlat tomonidan jamiyatni boshqarishda ishtirok etishga bo‘lgan maxsus huquq («oltin aksiya») joriy etilayotgan jamiyat ustavida davlatning mazkur maxsus huquqdan foydalanishi to‘g‘risidagi qoidalar ko‘rsatilishi kerak.

Xo‘jalik shirkatining ta’sis etish hujjati bo‘lib, uning ta’sis shartnomasi hisoblanadi.

Ta’sis shartnomasida quyidagi ma’lumotlar bo‘ladi:

- ta’sis etilayotgan xo‘jalik shirkatining turi, uning faoliyat sohasi, maqsadlari va muddatlari;

- muassislarning (ishtirokchilarning) tarkibi;

- ta’sis etilayotgan xo‘jalik shirkatining firma nomi va pochta manzili;

- ustav fondining (ustav kapitalining) miqdori va uni hosil qilish tartibi;

- xo‘jalik shirkati har bir ishtirokchisi ulushining miqdori va nominal qiymati;

- xo‘jalik shirkati ishtirokchilari hissalarining tarkibi, ularni kiritish muddatlari va tartibi;

- xo‘jalik shirkatining ustav fondini (ustav kapitalini) ko‘paytirish va kamaytirish tartibi;

- xo‘jalik shirkatining faoliyatini boshqarish tartibi;

- foydani taqsimlash va zararni qoplash tartibi;

- xo‘jalik shirkatini qayta tashkil etish va tugatish tartibi;

- qonun hujjatlariga zid bo‘lmagan boshqa shartlar.

Xo‘jalik shirkatining ta’sis shartnomasida, shuningdek, uning vakolatxonalarini va filiallari to‘g‘risidagi ma’lumotlar bo‘lishi kerak.

Tadbirkorlik subyektlari – yuridik shaxslar ustav fondining eng kam miqdoriga qo‘yiladigan talablar³¹

T/r	Tadbirkorlik subyektlarining – yuridik shaxslarning tashkiliy-huquqiy shakli	Ustav fondining eng kam miqdori
1.	Aksiyadorlik jamiyati	1 600 mln. so‘m
2.	Mas’uliyati cheklangan jamiyat	Eng kam oylik ish haqining 40 baravari miqdorida***
3.	Qo‘shimcha mas’uliyatli jamiyat	Eng kam oylik ish haqining 40 baravari miqdorida
4.	To‘liq shirkat	Eng kam oylik ish haqining 50 baravari miqdorida
5.	Kommandit shirkat	Eng kam oylik ish haqining 50 baravari miqdorida
6.	Unitar korxonona	-
7.	Davlat unitar korxonasi	-
8.	Xususiy korxonona	-
9	Oilaviy korxonona	Eng kam oylik ish haqining 10 baravari miqdorida
10.	Fermer xo‘jaligi	-
11.	Ishlab chiqarish kooperativi	-
12.	Yuridik shaxs tashkil etgan dehqon xo‘jaligi	-
13.	Xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonona	600 mln. so‘m
14.	Chet el sarmoyasi ishtirokidagi korxonona	Tegishli tashkiliy-huquqiy shakli uchun belgilangandan kam bo‘lmagan miqdorda

³¹ O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining "Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro‘yxatidan o‘tkazish va hisobga qo‘yish tizimini takomillashtirish to‘g‘risida" 2016-yil 28-oktabrdagi PQ-2646-son qarorini amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Vazirlar Mahkamasining 2017-yil 9-fevraldagi 66-son Qarori.

Har qanday shakldagi korxonada joylashgan manzilgohi bo'yicha davlat organlarida ro'yxatga olingan kundan boshlab tashkil qilingan hisoblanadi.

Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish va qayta ro'yxatdan o'tkazish O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016-yil 28-oktabrdagi PQ–2486-sonli qarorini amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risidagi 2017-yil 9-fevraldagi 66-sonli Hukumat qaroriga muvofiq Davlat xizmatlari markazlari tomonidan amalga oshiriladi³².

Davlat ro'yxatidan o'tkazish quyidagi usullardan biri bilan amalga oshiriladi:

1. Internet jahon axborot tarmog'i orqali tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish va hisobga qo'yishning avtomatlashtirilgan tizimi vositasida Yagona portalda.

2. Ariza beruvchilar davlat ro'yxatidan o'tkazish, qayta ro'yxatdan o'tkazish uchun tegishli (pochta manziliga muvofiq joylashgan joydagi - yuridik shaxslar uchun yoki doimiy ro'yxatda turgan joydagi yoxud doimiy yashash joyidagi – jismoniy shaxslar uchun) ro'yxatdan o'tkazuvchi organga o'zlari kelib murojaat qilgan holda.

Davlat ro'yxatidan o'tkazish va qayta ro'yxatdan o'tkazish "Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi to'g'risidagi Nizom"da nazarda tutilgan muddatlarda amalga oshiriladi (2.11-jadval).

Yuridik shaxsni (tijorat tashkilotini) ro'yxatdan o'tkazishda taqdim etilayotgan hujjatlar soni 6 tadan 2 tagacha qisqartirilgan, ya'ni faqatgina ariza va ta'ris hujjatlari talab etiladi, yakka tartibdagi tadbirkorlar (YaTT) uchun zarur bo'lgan hujjatlar soni 7 tadan 1 tagacha qisqartirilgan, ya'ni faqatgina ariza taqdim etish talab etiladi.

³² O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish va hisobga qo'yish tizimini takomillashtirish to'g'risida" 2016-yil 28-oktabrdagi PQ-2646-son qarorini amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Vazirlar Mahkamasining 2017-yil 9-fevraldagi 66-son Qarori.

Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro‘yxatidan o‘tkazish, qayta ro‘yxatdan o‘tkazish uchun belgilangan muddatlar³³

T/r	Tadbirkorlik faoliyati shakllarining nomi	Davlat ro‘yxatidan o‘tkazishning belgilangan muddatlari
I. Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro‘yxatidan o‘tkazish		
1.	Yakka tartibdagi tadbirkor, shu jumladan dehqon xo‘jaligi, oilaviy tadbirkorlik va hunarmandchilik faoliyati subyektlari	real vaqt rejimida, lekin 30 minutdan oshmagan vaqtda
2.	Tadbirkorlik faoliyatining boshqa shakllari	real vaqt rejimida, lekin 30 minutdan oshmagan vaqtda
II. Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro‘yxatidan qayta o‘tkazish		
3.	Dehqon xo‘jaligi, oilaviy tadbirkorlik va hunarmandchilik faoliyati subyektlari boshlig‘i o‘zgarganda	real vaqt rejimida, lekin 30 minutdan oshmagan vaqtda
4.	Ta‘sis hujjatlariga ustav fondi miqdorining oshirilishi, ulushning (hissaning) boshqa shaxsga o‘tishi bilan bog‘liq bo‘lgan o‘zgartirish va qo‘shimchalar kiritilganda	16 ish soatidan oshmagan vaqtda
5.	Ro‘yxatdan o‘tkazish ma‘lumotlariga (ta‘sis hujjatlariga) kiritilayotgan boshqa o‘zgartirishlar va (yoki) qo‘shimchalar kiritilganda	real vaqt rejimida, lekin 30 minutdan oshmagan vaqtda

Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro‘yxatidan o‘tkazish, qayta ro‘yxatdan o‘tkazish, Tadbirkorlik subyektlari yagona davlat reyestridan ma‘lumotlar berish uchun tegishlicha stavkalar bo‘yicha davlat bojlari va yig‘imlar to‘lanadi.

³³ O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining "Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro‘yxatidan o‘tkazish va hisobga qo‘yish tizimini takomillashtirish to‘g‘risida" 2016-yil 28-oktabrdagi PQ-2646-son qarorini amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Vazirlar Mahkamasining 2017-yil 9-fevraldagi 66-son Qarori.

Tadbirkorlik subyektlarini ro‘yxatdan o‘tkazish, qayta ro‘yxatdan o‘tkazish uchun davlat bojlari stavkalari³⁴

Tadbirkorlik subyektlari	Davlat bojlari stavkalari
<p align="center">xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonalarni davlat ro‘yxatidan o‘tkazganlik uchun</p>	<p>hozir bo‘lish tartibida murojaat etilganda eng kam oylik ish haqining 32 barovari, Internet butunjahon tarmog‘i orqali davlat ro‘yxatidan o‘tkazilganda esa – eng kam oylik ish haqining 16 barovari miqdorida</p>
<p>sug‘urtalovchilar va sug‘urta brokerlari, auditorlik tashkilotlari, soliq maslahatchilari tashkilotlari, birjalar, lombardlar, investitsiya fondlarini, «O‘zbekoziqovqatzaxira» mevasabzavot mahsulotlarini tayyorlash va g‘amlash korxonalari uyushmasi tarkibiga kiruvchi korxonalarni, bozorlarni, O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti va O‘zbekiston Respublikasi Hukumatining tegishli qarorlari bilan aksiyadorlik jamiyatlari (shu jumladan, xolding) shaklida tashkil etilayotgan xo‘jalik boshqaruvi organlarini ro‘yxatidan o‘tkazganlik uchun</p>	<p>hozir bo‘lish tartibida murojaat etilganda eng kam oylik ish haqining to‘rt baravari, Internet butunjahon tarmog‘i orqali davlat ro‘yxatidan o‘tkazilganda esa – hozir bo‘lish tartibida murojaat etganlik uchun belgilangan stavkaning 50 foizi miqdorida»</p>
<p>yuridik shaxslarni – tadbirkorlik subyektlarini, yuridik shaxs bo‘lmagan yakka tartibdagi tadbirkorlarni hamda yuridik shaxs bo‘lmagan oilaviy tadbirkorlik subyektlarini ro‘yxatdan o‘tkazganlik uchun</p>	<p>hozir bo‘lish tartibida murojaat etilganda eng kam oylik ish haqining bir baravari, Internet butunjahon tarmog‘i orqali davlat ro‘yxatidan o‘tkazilganda esa – hozir bo‘lish tartibida murojaat etganlik uchun belgilangan stavkaning 50 foizi miqdorida»</p>

³⁴ O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining "Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro‘yxatidan o‘tkazish va hisobga qo‘yish tizimini takomillashtirish to‘g‘risida" 2016-yil 28-oktabrdagi PQ-2646-son qarorini amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Vazirlar Mahkamasining 2017-yil 9-fevraldagi 66-son Qarori.

Biznes yuritishni boshlash bilan bog‘liq bo‘lgan barcha rasmiyatchiliklarni inobatga olgan holda korxonani ochish jarayoni (*ushbu vaqtga firma nomini zaxiraga olib qo‘yish, ro‘yxatdan o‘tkazish uchun davlat bojini to‘lash, davlat ro‘yxatidan o‘tkazilganligi to‘g‘risidagi guvohnoma va ro‘yxatdan o‘tkazilgan ta‘sis hujjatlarini olish, muhrni tayyorlash, soliq organlarida, statistika organlarida hamda Xalq bankida hisobga qo‘yish, shuningdek, bankda hisobraqamini ochish kiradi*) bir kundan kam vaqtni talab qiladi.

2.6. Sanoat korxonalarini tugatish va qayta tashkil qilish

Korxonani faoliyatini to‘xtatish uni tugatish yoki qayta tashkil qilish shaklida amalga oshirilishi mumkin. Ishlab chiqarishning barqaror emasligi, moliyaviy qiyinchiliklar, surunkali zarar ko‘rish va to‘lov qobiliyatining yo‘qolishini korxonalarini tugatish yoki qayta tashkil qilishga asosiy sabab qilib ko‘rsatish mumkin.

Korxonani **qayta tashkil qilish** – bu, uning birlashib ketishi, qo‘shilishi, bo‘linishi, ajralib chiqish va shaklini o‘zgartirishi degani. Korxonani qayta tashkil qilish ta‘sischi (ta‘sischilar) qaroriga muvofiq amalga oshiriladi. Qayta tashkil qilish korxonaning ishlab chiqarish ko‘rsatkichlari, moliyaviy va iqtisodiy ko‘rsatkichlari avvalgiga nisbatan yaxshilanishiga xizmat qilishi lozim.

Korxonani **tugatish** huquqiy xatti-harakat bo‘lib, ishlab chiqarish va xo‘jalik yuritish faoliyatining to‘xtatilishini anglatadi. Korxonani tugatish uning ta‘sischilari tomonidan qabul qilinadigan qaror asosida ixtiyoriy tugatish shaklida yoki xo‘jalik sudi qarori asosida amalga oshiriladi.

Korxonani tugatilganda u davlat ro‘yxatidan chiqariladi, uning bankdagi hisobraqami yopiladi hamda muhr, shtamp va boshqa rekvizitlari haqiqiy emas deb hisoblanadi.

Korxonani tugatishga quyidagilar sabab bo‘lishi mumkin:

- ishlab chiqarilayotgan mahsulot (ish, xizmat)ga bo'lgan talabning pasayib ketishi yoki umuman yo'qolishi;
- ishlab chiqarishning zarar keltirishi;
- ishlab chiqarishning atrof-muhit hamda aholi hayotiga xavf tug'dirishi;
- korxonaning bino va inshootlari, asbob-uskunalar va boshqa vositalaridan iqtisodiy jihatdan unumliroq, yanada sifatli va iste'molchilar talabiga javob beruvchi mahsulotlar ishlab chiqarishda foydalanish imkoniyatining yuzaga kelishi.

Korxonani ixtiyoriy tugatish 2007-yil 27-aprelda qabul qilingan «Tadbirkorlik subyektlarini ixtiyoriy tugatish va ularning faoliyatini to'xtatish tartibini takomillashtirish to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori va unga ilova tarzida berilgan "Tadbirkorlik subyektlarini ixtiyoriy tugatish va ularning faoliyatini to'xtatish tartibi to'g'risida Nizom" asosida amalga oshiriladi.

Ushbu hujjatlarda belgilangan tartibga ko'ra korxonani ixtiyoriy tugatish to'g'risidagi qarorda quyidagilar ko'rsatiladi:

tugatuvchi – tugatish komissiyasi (uning a'zolari tarkibi) yoki jismoniy shaxs (pasporti ma'lumotlari);

mo'ljallanayotgan tugatish muddati.

Korxonani ixtiyoriy tugatish quyidagi ikki xil holat bo'yicha alohida tartibda amalga oshiriladi:

1. Moliya-xo'jalik faoliyatini amalga oshiruvchi korxonalarni ixtiyoriy tugatish.

2. Davlat ro'yxatidan o'tkazilgan vaqtdan boshlab moliya-xo'jalik faoliyatini yuritmayotgan korxonalarni ixtiyoriy tugatish.

Moliya-xo'jalik faoliyatini amalga oshiruvchi korxonalarni ixtiyoriy tugatishda Tugatuvchi korxonani davlat reyestridan chiqarish uchun ro'yxatdan o'tkazgan organga quyidagi hujjatlarni taqdim etadi:

bir yoki bir necha davriy bosma nashrlarda chiqqan korxonaning ixtiyoriy tugatilganligi to'g'risidagi e'lonni;

davlat ro'yxatidan o'tkazilganlik to'g'risidagi guvohnomani;
korxonaning barcha hisobraqamlari yopilganligi to'g'risida xizmat ko'rsatuvchi banklarning ma'lumotnomalarini;
agar mavjud bo'lsa, korxonaning muhr va shtamlari;
vakolatli organning, agar mavjud bo'lsa, chiqarilgan qimmatli qog'ozlarini bekor qilish to'g'risidagi ma'lumotnomasini;
davlat soliq xizmati organining soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar bo'yicha qarz yo'qligi to'g'risidagi xulosasini;
tugatilayotgan korxonalar qarzidor sifatida ishtirok etgan va ijro etilmagan ijro hujjati Byuro organlari ish yurituvida mavjud emasligi haqidagi Byuro hududiy boshqarmasining yozma javobini;
korxonalar hujjatlarining davlat arxiviga topshirilganligini tasdiqlovchi ma'lumotnomani.

Ro'yxatdan o'tkazgan organ hujjatlar olingandan keyin ikki ish kuni mobaynida davlat reyestriga korxonalar tugatilganligi to'g'risidagi yozuvlarni kiritadi. Ro'yxatdan o'tkazgan organning qarori u qabul qilingan kundan keyin bir ish kuni mobaynida tugatuvchiga beriladi yoki unga pochta orqali jo'natiladi.

Korxonani ixtiyoriy tugatishning umumiy muddati ro'yxatdan o'tkazgan organ ixtiyoriy tugatish to'g'risida qabul qilingan qaror haqida xabardor qilingan kundan boshlab to'qqiz oydan oshmasligi kerak.

Davlat ro'yxatidan o'tkazilgan vaqtdan boshlab moliya-xo'jalik faoliyatini yuritmayotgan korxonalarni ixtiyoriy tugatishda Tugatuvchi korxonani davlat reyestridan chiqarish uchun ro'yxatdan o'tkazgan organga ixtiyoriy tugatish to'g'risidagi e'lon chiqqan sanadan keyin bir oydan erta bo'lmagan muddatda quyidagi hujjatlarni taqdim etadi:

- korxonaning ixtiyoriy tugatilganligi to'g'risida bir yoki bir necha davriy bosma nashrlarda chiqqan e'lonni;
- davlat ro'yxatidan o'tkazilganlik to'g'risidagi guvohnomani;

- banklarda hisobraqamlari ochilmaganligi to‘g‘risidagi xat yoki, agar mavjud bo‘lsa, asosiy hisobraqami yopilgani to‘g‘risidagi bank ma’lumotnomasini;

- tugatilayotgan korxonalar qarzidor sifatida ishtirok etgan va ijro etilmagan ijro hujjati Byuro organlari ish yurituvida mavjud emasligi haqidagi Byuro hududiy boshqarmasining yozma javobi;

- muassislar (qatnashchilar)ning ular o‘rtasida mol-mulk taqsimlanganligi to‘g‘risidagi qarorini;

- mavjud bo‘lsa, korxonaning muhr va shtamlari;

- korxonalar hujjatlari davlat arxiviga topshirilganligini tasdiqlovchi ma’lumotnomani.

Ro‘yxatdan o‘tkazgan organning qarori qabul qilingan kundan keyin bir ish kuni mobaynida tugatuvchiga beriladi yoki unga pochta orqali jo‘natiladi.

Moliya-xo‘jalik faoliyatini amalga oshirmayotgan va qonunchilikda belgilangan muddatlarda o‘zlarining ustav jamgarmalarini shakllantirmagan korxonalar faoliyatini tugatish tartibi Vazirlar Mahkamasining 1999-yil 3-iyuldagi Qarori bilan tasdiqlangan “Moliya-xo‘jalik faoliyatini amalga oshirmayotgan va qonunchilikda belgilangan muddatlarda o‘zlarining ustav jamgarmalarini shakllantirmagan korxonalarini tugatish tartibi to‘g‘risida Nizom” ososida amalga oshiriladi.

Bankrotlik alomatlari bo‘lgan korxonalarini tugatish tartibi.

«Bankrot» atamasi qadimgi italyanchada «banca» – kursi, o‘rindiqlik va «rota» – singan, ya’ni singan kursi degan ma’noni anglatadi. Shimoliy Italiyaning savdo shaharlari – Genuya va Venetsiyada barcha bitimlar maxsus binolarda amalga oshirilgan. Har qaysi urug‘, oila savdo uylarida yog‘ochdan yasalgan kursiga ega bo‘lib, urug‘ boshlig‘i yoki uning vakili o‘sha kursida o‘tirib bitimlar tuzgan. Agar urug‘ boshlig‘i o‘zining moliyaviy majburiyatlarini bajara olmasa va nochor bo‘lib qolsa, uning kursisi odamlar ko‘z oldida sindirilgan. Mamlakatimizda kreditorlar da’volarini qondirish maqsadida xo‘jalik yuritish subyektlari bo‘lmish yuridik va jismoniy shaxslarni bankrot bo‘lgan deb e’tirof

etish shartlari va tartibi “Bankrotlik to‘g‘risida”gi Qonunda belgilab berilgan, lekin u o‘z faoliyatini davlat budjeti mablag‘lari hisobidan amalga oshiradigan korxonalar-tashkilotlarga nisbatan tatbiq etilmaydi. O‘zbekiston Respublikasining “Bankrotlik to‘g‘risida”gi qonuniga ko‘ra qarzdorning pul majburiyatlari bo‘yicha kreditorlar talablarini qondirishga va majburiy to‘lovlar bo‘yicha o‘z majburiyatini bajarishga qodir emasligi, agar tegishli majburiyatlar va to‘lovlar majburiyati yuzaga kelgan kundan e‘tiboran uch oy davomida qarzdor tomonidan bajarilmagan bo‘lsa, uning bankrotlik alomatlari deb e‘tirof etiladi³⁵.

Qisqacha xulosalar

Sanoat milliy iqtisodiyotining yetakchi tarmog‘i hisoblanadi. Ijtimoiy ishlab chiqarishni rivojlantirishda, aholining farovonligini oshirishda uning ahamiyati beqiyosdir.

O‘zbekiston sanoati juda katta tarixiy yo‘lni bosib o‘tdi va istiqbol yillarida tubdan o‘zgarib, bozor iqtisodiyoti talablariga mos ravishda rivojlana boshladi.

Sanoat ishlab chiqarishi, ayniqsa, keyingi o‘n yil ichida jadal rivojlandi. Oqibat natijada O‘zbekiston dunyoning sanoati rivojlangan mamlakatlari safidan joy oldi.

Mustaqillik yillarida respublika uchun mutlaqo yangi bo‘lgan avtomobilsozlik, motorsozlik va ularga butlovchi qismlar tayyorlaydigan sohalarga, neft va gazni qayta ishlaydigan, farmatsevtika, zamona-viy televizor va kompyuterlar ishlab chiqaradigan sanoat tarmoqlariga asos solindi.

O‘zbekistonda sanoat tarmoqlarini yana ham rivojlantirish uchun barcha imkoniyatlar, ya’ni juda katta moddiy, mehnat, moliyaviy va intellektual resurslar mavjud. Ulardan oqilona foydalanish asosida

³⁵ O‘zbekiston Respublikasining 2015-yil 24-apreldagi “Bankrotlik to‘g‘risida”gi Qonuni(yangi tahriri).
//lex.uz

respublika sanoatini qudratli sanoatga aylantirish va samaradorlik jihatidan uni yanada yuqori darajaga ko'tarish mumkin.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Sanoat – milliy iqtisodiyotning yetakchi tarmog'i.
2. Sanoatning asosiy xususiyatlari va sanoat ishlab chiqarishining iqtisodiyotning boshqa sohalar bilan o'zaro bog'liqligi nimalarda namoyon bo'ladi?
3. O'zbekiston sanoatining rivojlanish bosqichlari va sanoat tarmoqlarining taraqqiyoti.
4. Sanoat va bozor xo'jaligi hamda uning xorijiy bozorga chiqish imkoniyatlari va yo'llari nimalardan iborat?
5. Sanoat ishlab chiqarishning xalqaro hamkorlik sohasidagi vazifalari nimalarni taqozo etadi?

Asosiy adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasining «Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida (yangi tahriri)»gi Qonuni //»Xalq so'zi» gazetasi. 3-may 2012-yil
2. O'zbekiston Respublikasining 2015-yil 24-apreldagi «Bankrotlik to'g'risida»gi Qonuni (yangi tahriri). //lex.uz
3. O'zbekiston Respublikasining «Xususiy korxonalar to'g'risida»gi Qonuni. Qonun va qarorlar. –T.: O'zbekiston, 2011.
4. «Xo'jalik shirkatlari to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasining 2001-yil 6-dekabrda Qonuni.//lex.uz
5. «Aksiyadorlik jamiyatlari va aksiyadorlarning huquqlarini himoya qilish to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasining 2014-yil 6-may, O'RQ-370-sonli Qonuni // «Xalq so'zi» 2014-yil 7-may, 88 (6018)-soni.

6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining «Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro‘yxatidan o‘tkazish va hisobga qo‘yish tizimini takomillashtirish to‘g‘risida» 2016-yil 28-oktyabrdagi PQ-2646-son qarorini amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Vazirlar Mahkamasining 2017-yil 9-fevraldagi 66-son Qarori.

7. Tirole, Jean (Tir) The Theory of Sanoat Organization. MIT Press, 1992.

8. Church J., and R.Ware. (CW) Sanoat Organization. A Strategic Approach. Irwin. 2000.

9. Ortiqov A. Sanoat iqtisodiyoti. Darslik. – T.:”Sano-standart”, 2014. –304 b.

10. www.webofscience.com – Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi

III- BOB. SANOAT KLASTERLARI

3.1. Klaster tizimi mohiyati va sanoat tarmog‘iga kirib kelish bosqichlari

Bugungi kunda ham rivojlangan, ham rivojlanayotgan mamlakatlar iqtisodiy siyosatining ustuvor maqsadi milliy raqobatbardoshlikni oshirish va mahalliy korxonalarining ichki va jahon bozorlarida ulushini kengaytirish, ular faoliyati samaradorligini oshirishdan iborat. Raqobatbardoshlikni shakllantirish va rivojlantirishning ko‘plab turli xil nazariyalari mavjud. Ammo, eng muvaffaqiyatli firmalar va farovon iqtisodiy tizimlarni rivojlantirish amaliyoti shuni ko‘rsatadiki, iqtisodiy o‘shishning eng samarali shakli klaster mexanizmi nazariyasi hisoblanadi. Buning asosini «klaster» tushunchasi tashkil etadi. Mamlakatda raqobatbardosh iqtisodiy klasterlarni yaratish jahon iqtisodiyoti globallashuvining umumiy qonuniyatlari bilan belgilanadi, ular ham yangi jahon iqtisodiy munosabatlarining shakllanishini, ham uning tarkibida har bir davlat, mintaqa va alohida korxonaning o‘ziga xos mavqeini belgilashni belgilaydi.

Klaster strategiyalarini amalga oshirish asosida milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirish g‘oyasi yangilik emas. Ammo inqirozdan chiqish bosqichida, diversifikatsiyaning an’anaviy usullari endi o‘z samarasini bera olmaganida, iqtisodiyotni modernizatsiya qilishning adekvat vositasi sifatida klaster biznesini tashkil etish modelidan foydalanish muqobili yo‘q. Klasterlashtirish, raqobatbardoshlikni kuchaytirish va innovatsiyalarni jadallashtirish jarayonlari o‘rtasidagi o‘zaro bog‘liqlik va o‘zaro bog‘liqlik global raqobat ta’siriga dosh bera oladigan, milliy va mintaqaviy rivojlanish talablariga to‘g‘ri javob beradigan yangi iqtisodiy hodisadir.

Klaster yondashuvi, birinchi navbatda, alohida mintaqa yoki tarmoqning, shuningdek, butun davlatning raqobatbardoshligini oshirishga imkon beradigan yangi boshqaruv texnologiyasidir.

G'arb adabiyotida klaster tushunchasini iqtisodiy nazariyaga Maykl Porter kiritgan: "Klaster – bu o'zaro bog'langan kompaniyalar, ixtisoslashgan yetkazib beruvchilar, xizmat ko'rsatuvchi provayderlar, tegishli tarmoqlardagi firmalar, shuningdek, ularning faoliyati bilan bog'liq bo'lgan tashkilotlarning geografik jihatdan to'plangan guruhidir, masalan, universitetlar, standartlashtirish agentliklari, shuningdek, savdo birlashmalari" muayyan sohalarda raqobatlashadi, lekin ayni paytda birgalikda ishlaydi.

Klasterning o'ziga xos xususiyati maqsadli tadbirkorlik faoliyatidir. Klaster doirasida nafaqat ishlab chiqarish, balki innovatsion biznes, mahsulot sifatini kompleks boshqarish, sotishdan keyingi xizmat ko'rsatish ham birlashtirilgan. Tadbirkorlar, davlat organlari, investitsiya va innovatsion faoliyat subyektlarining sa'y-harakatlarini ma'lum bir hududda birlashtirish sezilarli raqobatdosh ustunliklarni beradi, ishlab chiqarish va bozor jarayonlarini ratsionalizatsiya qilishga, xatarlarni qayta taqsimlashga va tez o'zgaruvchan sharoitlarda zarur bo'lgan moslashuvchan siyosatni amalga oshirishga yordam beradi.

Umuman olganda, klasterlarning 3 ta ta'rifi mavjud bo'lib, ularning har biri ularning faoliyatining asosiy xususiyatini ta'kidlaydi:

➤ odatda, ma'lum ilmiy muassasalar (tadqiqot institutlari, universitetlar va boshqalar) bilan bog'langan turdosh tarmoqlar doirasidagi iqtisodiy faoliyatning hududiy cheklangan shakllari;

➤ vertikal ishlab chiqarish zanjirlari, ishlab chiqarish jarayonining qo'shni bosqichlari klasterning o'zagini tashkil etuvchi tor doirada belgilangan tarmoqlar (masalan, "yetkazib beruvchi – ishlab chiqaruvchi – marketolog – buyurtmachi" zanjiri);

➤ yuqori darajadagi yig'ilish (masalan, «kimyoviy klaster») yoki undan ham yuqoriroq yig'ilish darajasidagi tarmoqlar majmui (masalan, «agrosanoat kompleksi») bilan belgilanadigan tarmoqlar.

Eng rivojlangan klasterlar beshta asosiy xususiyatga ega bo'lib, ularning dastlabki uchtasini klasterlarni shakllantirishning boshlang'ich sharti deb hisoblash mumkin.

- Raqobatbardosh korxonalarining mavjudligi. Klaster rivojlanishining asosiy sharti klasterda bozorda raqobatbardosh korxonalarining mavjudligi hisoblanadi. Tushkunlikka tushgan korxonalarda bandlikning konsentratsiyasi klasterni shakllantirish va rivojlantirish uchun zarur shart bo‘lishi mumkin, ammo uning mavjudligi mezon emas.

- Klasterni rivojlantirish uchun mintaqada raqobatdosh ustunliklarning mavjudligi. Masalan, qulay geografik joylashuv; xomashyodan foydalanish imkoniyati; ixtisoslashgan inson resurslari, butlovchi qismlar va tegishli xizmatlar yetkazib beruvchilar, ixtisoslashtirilgan ta’lim muassasalari va ta’lim dasturlari, zarur infratuzilma va boshqa omillar mavjudligi.

- Yaqinlikning geografik konsentratsiyasi. Klasterlarning asosiy a’zolari geografik jihatdan bir-biriga yaqin joylashgan va faol o‘zaro ta’sir qilish imkoniyatiga ega.

- Ishtirokchilarning keng doirasi va «tanqidiy massa» mavjudligi. Klaster odatda, mintaqadan tashqariga eksport qilinadigan yakuniy mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqaruvchi kompaniyalar, butlovchi qismlar, uskunalar, ixtisoslashtirilgan xizmatlar yetkazib beruvchilar tizimi va kasbiy ta’lim muassasalaridan iborat bo‘lishi mumkin.

- Klaster a’zolari o‘rtasidagi aloqalar va o‘zaro ta’sirlarning mavjudligi. Klasterni rivojlantirish muvaffaqiyatining asosiy omillaridan biri bu klaster a’zolari o‘rtasida ish munosabatlarining mavjudligi va sa’y-harakatlarni muvofiqlashtirishdir.

Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyev tashabbusi bilan qabul qilingan 2017–2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalish bo‘yicha Harakatlar strategiyasida mamlakat iqtisodiyotining raqobatbardoshligini oshirish maqsadida belgilangan ustuvor yo‘nalishlarda qishloq xo‘jaligi bo‘yicha bajariladigan ishlar yuqori ahamiyat kasb etgan.

Integratsiyalashuvning kichik darajasi mamlakatlar iqtisodiyotida yangi xo‘jalik yuritish tizimini shakllantirish yo‘li hisoblanib, o‘zaro

pirovard mahsulot ishlab chiqaradigan va geografik yaqin bo‘lgan korxonalar va tashkilotlarni o‘z ichiga olgan “Klaster”lar yaratishdir.³⁶

Klasterlarni shakllantirishdan maqsad – shahar, tuman va viloyat ichida joylashgan bir xil soha korxonalarini va ular bilan yagona texnologik zanjirda bo‘lgan ta’lim, ilmiy, injiniring, konsalting, standartlashtirish, sertifikatlashtirish, va boshqa xizmatlarni uyg‘unlashtirish innovatsion ishlab chiqarishni tashkil etish asosida raqobatbardosh tovarlar yaratishga yo‘naltirishdan iboratdir. Bunda aholini ish bilan ta’minlashdek muhim jihat ham o‘zini namoyon etadi.

“Klaster” atamasi fransuzcha so‘z bo‘lib, o‘zbekcha tarjimasi “bog‘lam”, “guruh”, “to‘planish” ma’nolarini beradi.

Xorijiy va mahalliy tadqiqotchilarning tahlillarida “klaster” tushunchasiga quyidagi ta’riflar berilgan:

– klaster-bitta sohaga birlashgan va bir-biri bilan uzviy aloqa bo‘lgan korxonalar guruhi;

– klaster – bitta geografik hududda joylashgan va bitta tarmoqni tashkil qiladigan korxonalar guruhi;

– klaster – maxsus sohalar bo‘yicha bitta geografik hududda faoliyat yuritayotgan, bir-biri bilan bog‘liq bo‘lgan va bir-birini to‘ldiruvchi kompaniyalar, institutlar guruhi;

– klaster – gorizontal va vertikal ravishda funksional bog‘liq bo‘lgan korxonalar guruhi;

– klaster – jamoaviy, xususiy va yarim jamoaviy ko‘rinishda bir-biri bilan bog‘liq va o‘zaro bir-biri to‘ldiruvchi korxonalar, tadqiqot va rivojlanish institutlari guruhi;

– klaster – tijorat va notijorat tashkilotlari guruhi bo‘lib, u guruhda faoliyat yuritayotgan har bir korxonaning raqobatbardoshligini ta’minlashga xizmat qiladi;

³⁶ O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2018-yil 31-martdagi “Paxta-to‘qimachilik ishlab chiqarishlari va klasterlari faoliyatini tashkil etish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi 253-sonli qarori

– klaster – hududiy konsentratsiyalashuvga asoslangan va texnologik zanjirga bog‘langan tovar va xomashyo yetkazib beruvchilar, asosiy ishlab chiqaruvchilarni birlashtirgan industrilashgan majmua.

“Klaster” nazariyasi evolutsiyasidan uning ikki fundamental tavsifini ajratib ko‘rsatishimiz mumkin.

Sanoat klasterlari, avvalo, shu tarmoq ichidagi raqobatga mahalliy va jahon bozorlarida bardosh beradi. Iqtisodiyotni innovatsion taraqqiy ettirishda, ayniqsa, iqtisodiy rivojlanishning an’anaviy usullari yetarli darajada foyda bera olmayotgan hozirgi davrda, klaster nazariyasini amaliyotga tatbiq etish eng maqbul yo‘l hisoblanadi.

Klasterlashtirishni korxonalar innovatsion faoliyatini tezlashtirish asosida raqobatbardoshligini oshirish va ularning global raqobatning kuchli ta’siriga qarshi turishdagi milliy va mintaqaviy rivojlanish talablariga to‘la javob beradigan yangi iqtisodiy tizim deb ham qarash mumkin.

Rivojlangan mamlakatlarda innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish va boshqarishda klasterlardan foydalanish bo‘yicha ma’lum tajriba to‘plangan.

Yevropa mamlakatlari va AQSHda bu strategiya keng qo‘llanilmoqda. Klasterlar Buyuk Britaniya, Gollandiya, Germaniya, AQSH, Daniya, Fransiya, Italiya, Finlyandiya, Hindistonda yaxshi rivojlangan. Daniya, Finlyandiya, Shvetsiya sanoatini klasterlar to‘la egallagan.

Klaster tuzilmalari Shveysariya, Avstriya, Italiya, Daniya, Hindiston, Koreya, Pokiston, Xitoy va Turkiya davlatlari yengil sanoatida, Germaniyada kimyo va mashinasozlik, Fransiyada oziq-ovqat va kosmetika sanoatlarida muvaffaqiyatli ishlamoqda.

Klasterlarni shakllantirish jarayoni Janubi-Sharqiy Osiyo, Xitoy, Singapur, Yaponiya va boshqa mamlakatlarda faollashib bormoqda.

Germaniyada yaqin vaqtgacha klasterlar rivojlanishi davlat aralashuvisiz kechar edi. 2003-yilda hukumat klaster tashabbuslariga jiddiy e’tibor qaratdi.

Birinchi navbatda, yuqori texnologiyali sohalarni loyihalashda amalga oshirildi. Davlat sanoat va ilmiy markazlar kuch-g'ayratini birlashtirishni ko'zda tutmoqda.

XX asrning ikkinchi yarmidan boshlab jahon iqtisodiyotida ro'y berayotgan integratsiya jarayonlari uning baynalminallashuvi va globallashuvi rivojlanishiga katta ta'sir ko'rsatmoqda. Jahon iqtisodiyotining globallashuvi bir tomondan qo'shimcha qiymat yaratishning transmilliy "zanjirini" ko'zda tutgan holda, ikkinchi tarafdin ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish sohalarida ham raqobatni kuchaytirmoqda. Integratsiyalashuvning kichik darajasi mamlakatlar iqtisodiyotida yangi xo'jalik yuritish tizimini shakllantirish yo'li hisoblanib, o'zaro pirovard mahsulot ishlab chiqaradigan va geografik yaqin bo'lgan korxonalar va tashkilotlarni o'z ichiga olgan "Klaster"lar yaratishdir. Klasterlarni shakllantirishdan maqsad – shahar, tuman va viloyat ichida joylashgan bir xil soha korxonalarini va ular bilan yagona texnologik zanjirda bo'lgan ta'lim, ilmiy, injiniring, konsalting, standartlashtirish, sertifikatlashtirish va boshqa xizmatlarni uyg'unlashtirish – innovatsion ishlab chiqarishni tashkil etish asosida raqobatbardosh tovarlar yaratishga yo'naltirishdan iborat.

"Klaster" nazariyasining asosi bo'lib, Alfred Marshallning XIX asr oxirida yozilgan "Iqtisodiyot prinsiplari" nomli asarida (1890) ixtisoslashgan tarmoq-sohalarning alohida hududlarda uyg'unlashishi to'g'risidagi fikr-mulohazalari hisoblanadi. Uning ilmiy xulosalari bo'yicha ixtisoslashgan faoliyat yurituvchi subyektlarning hududiy uyg'unlashuvi:

- malakaviy mehnat resurslarining borligi;
- ta'minotchi va qo'shimcha sohalarning o'sishi;
- har xil firmalarni ishlab chiqarish jarayonining turli bo'g'inlarigacha ixtisoslashuvining mavjudligiga asoslanganligi.

"Klaster" nazariyasini o'rganish jahon hamjamiyatida tez sur'atlarda o'sib bormoqda va uni amaliyotda qo'llash esa, milliy va mintaqaviy iqtisodiy rivojlanishning asosiy yo'nalishiga aylanmoqda.

“Klaster” nazariyasining ko‘p jihatlilik, unga nisbatan turli xil nazariy yondashuvlar shakllanishiga sabab bo‘ldi.

Amerika olimlari: M.Porter “Raqobat ustunligi nazariyasi”, M.Enrayt, S.Rezenfeld, P.Maskell va M.Lorensenlar “mintaqaviy klasterlar konsepsiyasi”, A.Marshall “Sanoat hududlari nazariyasi”, P.Bekatin “Italyan sanoat okruglari nazariyalari”, M.Storper “Ideal” hududiy klaster” nazariyalarini yaratgan. Qo‘shimcha qiymat va “klasterlar zanjiri uyg‘unligi, mintaqalarni o‘qitish konsepsiyalari” ham shu guruhdan o‘rin olgan. Aynan shu olimlar nazariyalarida klasterlar – ishlab chiqaruvchilar raqobat ustunligini oshirishda yuqori samarali bo‘lib, ularning hududdagi ta’lim, fan, texnologik, iqtisodiy va boshqa xizmat ko‘rsatuvchi subyektlar faoliyati bilan uyg‘unlashgan tizimi ekanligi ta’kidlanadi.

3.2. Sanoat klasterini rivojlantirishning qonuniy, huquqiy, tashkiliy va ijtimoiy mexanizmning samaradorligi

Respublika hududlarida keng turdagi sifatli to‘qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarilishini tashkil etish, uning ishlab chiqarilishini mahalliy lashtirishni chuqurlashtirish, shuningdek, mahalliy ishlab chiqaruvchilarning eksport salohiyatini oshirishga qaratilgan kompleks chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda.

O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2018-yil 25-yanvardagi “Paxta-to‘qimachilik ishlab chiqarishini tashkil etishning zamonaviy shakllarini joriy etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi 53-sonli va 2018-yil 31-martdagi “Paxta-to‘qimachilik ishlab chiqarishlari va klasterlari faoliyatini tashkil etish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi 253-sonli qarorlari huquqiy bazasi shakllantirildi. Qarorlardan ko‘zlangan asosiy maqsad paxta-to‘qimachilik ishlab chiqarishi tashkilotchilari yer, suv va boshqa resurslardan samarali hamda oqilona foydalanishi, hosildorlikni oshirishi va eng asosiysi respublikada paxta terimi chog‘ida majburiy mehnatning har qanday

turiga barham berishdan iborat edi. So‘nggi yillarda mamlakatimiz sanoat salohiyatini mustahkamlash va hududlarni kompleks rivojlantirish, shahar va viloyatlarda yangi ishlab chiqarishlarni tashkil etish hisobiga aholini ish bilan band qilishni kengaytirishga qaratilgan kompleks chora-tadbirlar qabul qilindi va amalga oshirildi.

Natijada, so‘nggi to‘rt yil ichida sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish hajmi 23 foizga, shu jumladan elektrotexnika, to‘qimachilik, charm-poyabzal, oziq-ovqat, farmatsevtika, zargarlik sanoati, qurilish materiallari, mebel, uy-ro‘zg‘or buyumlari va boshqa iste‘mol mollari ishlab chiqarish singari sanoatning hududlarda jadal rivojlanayotgan tarmoqlari 1,3 barobardan ko‘proq o‘ydi.

Xususan, keramzit, silikat qumi, shisha xomashyosi, qurilish va qoplama toshlarga ega o‘rganilgan konlarning yarmidan ko‘pi o‘zlash-tirilmay qolmoqda. Natijada, sanitariya-texnik vositalar bo‘yicha mahalliy ishlab chiqarish ichki bozorning faqatgina 40 foizini, gazbeton bloklar — 51 foizini, lok-bo‘yoq mahsulotlari — 65 foizini, qurilish oynalari — 70 foizini, devor gulqog‘ozlari — 30 foizini tashkil etmoqda.

O‘zbekiston prezidenti Shavkat Mirziyoyev raisligida 2020-yil 12-avgust kuni hududlarda sanoatni rivojlantirish, raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishni kengaytirish masalalari bo‘yicha videoselektor yig‘ilishi o‘tkazildi.

Tarmoq va hududlarning o‘zaro hamkorligiga mas‘ul ishchi guruh tuzib, hududlarga chiqqan holda, korxonalarining muammolarini hal qilish va qo‘shimcha zaxiralarni safarbar etish orqali sanoat ishlab chiqarish hajmini oshirish zarurligi ta‘kidlandi.

Prezident «sanoat klasterlari»ni yo‘lga qo‘yish masalasiga alohida ahamiyat qaratdi. Namanganda to‘qimachilik va u bilan bog‘liq tarmoqlar, Navoiy viloyatida qurilish va bezak materiallari, Toshkent viloyatida farmatsevtika, Toshkent shahrida elektronika va mebel bo‘yicha «sanoat klasterlari»ni tashkil etish uchun tadbirkorlik muhiti shakllangan. Lekin, shu bilan birga, raqobatdosh mahsulot chiqarish

uchun klasterda ilm, innovatsiya, loyiha, moliya, injiniring va investitsiya tashkilotlari bo'lishi kerak.

Elektrotexnika, to'qimachilik, charm-poyabzal, oziq-ovqat, farmatsevtika, zargarlik buyumlari, qog'oz sanoati, qurilish materiallari, mebel, uy-ro'zg'or buyumlari ishlab chiqarish va boshqa mahalliy sanoat tarmoqlarini (keyingi o'rinlarda — mahalliy sanoat) jadal rivojlantirishga ko'maklashuvchi yaxlit tizimni yaratish, shuningdek, hududlarning sanoat salohiyatini oshirish maqsadida.

Vazirlar Mahkamasi ijro etuvchi apparati tuzilmasida shtatlarining umumiy soni 17 birlikdan iborat bo'lgan Mahalliy sanoatni rivojlantirish va kooperatsiya aloqalari masalalari kotibiyati tashkil qilinsin:

- mahalliy sanoatdagi idoralar va xo'jalik birlashmalari faoliyatini muvofiqlashtirish;

- vazirliklar, idoralar, mahalliy ijro etuvchi hokimiyat organlarining mahalliy sanoatni rivojlantirish strategiyalari va rivojlanish dasturlarini ishlab chiqish hamda amalga oshirish bo'yicha ishini muvofiqlashtirish;

- tarmoqlarning ichki va tarmoqlararo kooperatsiya aloqalarini kengaytirish va chuqurlashtirish, ishlab chiqarishni mahalliyashtirish, tarmoqlar va hududlarning raqobatbardoshligini oshirish;

- hududlarda kichik sanoat zonalarini va sanoat klasterlarini ishga tushirish, kichik sanoat va maxsus iqtisodiy zonalar imkoniyatlaridan samarali foydalanishni tashkil qilish;

- hududiy va respublika tarmoqlararo sanoat yarmarkalarini tashkil etish.

Belgilansinki, Kotibiyatning 6 ta shtat birligi Vazirlar Mahkamasining umumiy shtat birliklari doirasida hamda qo'shimcha ajratilayotgan 11 ta shtat birligi Iqtisodiy taraqqiyot va kambag'allikni qisqartirish vazirligining shtat birliklari hisobiga shakllantiriladi.

Hududlarning eksport salohiyatini rivojlantirish sohasida yuqori qo'shilgan qiymatli tayyor mahsulotlar ulushini yanada ko'paytirish, tashqi bozorlarda yangi turdagi raqobatbardosh mahsulotlar ishlab

chiqarishni o‘zlashtirish, ularni jahon bozorlariga chiqarish hisobiga hududlarning eksport salohiyatini rivojlantirish, tovarlar (ishlar va xizmatlar) eksporti hajmlari va tuzilmasini optimallashtirish bo‘yicha mahalliy ijro etuvchi hokimiyat organlarining faoliyatini muvofiqlashtirish;³⁷

mamlakatni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlari, tashqi bozorlardagi uzoq muddatli tendensiyalar natijalari va ularning tahlilidan kelib chiqqan holda, hududlarning eksport salohiyatini rivojlantirish bo‘yicha eksportbop mahsulotlar ishlab chiqarishning zamonaviy quvvatlarini, zarur transport-logistika infratuzilmasini tashkil etish hamda eksport qiluvchi tashkilotlarni amaliy qo‘llab-quvvatlashga qaratilgan maqsadli dasturlar ishlab chiqilishi va amalga oshirilishini tashkil qilish;

hududiy darajada tovarlar (ishlar, xizmatlar) eksportining har yilgi prognozlarini shakllantirish ishlarini muvofiqlashtirish, mahalliy ijro etuvchi hokimiyat organlari va tashkilotlar tomonidan eksportning belgilangan prognoz parametrlari so‘zsiz bajarilishini tizimli nazorat qilish;

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Respublikada eksport va investitsiya salohiyatini yanada rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida” 2020-yil 18-avgustdagi PF-6042-son Farmoniga asosan eksport salohiyatini yanada kengaytirish, investitsiya dasturlariga kiritilgan loyihalar, xalqaro moliya institutlari va xorijiy hukumat moliya tashkilotlari ishtirokidagi investitsiya loyihalari hamda oliy darajadagi tashriflar davomida imzolangan hujjatlarni amalga oshirish bo‘yicha “yo‘l xaritalari”ga kiritilgan tadbirlarning ijrosini o‘z vaqtida va sifatli ta‘minlash, ilm-fan va innovatsiya yutuqlarini keng joriy etgan holda, hududlarda “sanoat klasterlari”ni tashkil etish;

hududlarda eksportbop mahsulotlarning yangi turlarini o‘zlashtirishni tashkil qilishda mavjud ishlab chiqarish salohiyatidan

³⁷ O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Respublikada eksport va investitsiya salohiyatini yanada rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida” 2020-yil 18-avgustdagi PF-6042-son Farmoni

samarali foydalanish maqsadida hududiy bo'ysunuvdagi tashkilotlar va boshqa turdosh tarmoqlar, shuningdek, mahalliy ishlab chiqaruvchilarning tarmoqlararo sanoat kooperatsiyasini yo'lga qo'yishga ko'maklashish;

hududlarning eksport salohiyatini rivojlantirish bo'yicha takliflar, loyihalar va istiqbolli rejalarni har tomonlama tahlil qilish hamda kompleks ekspertizadan o'tkazish, ustuvor loyihalar va dasturlarni amalga oshirish ishlarini muvofiqlashtirish, ularning bajarilishini monitoring qilish, shuningdek, iqtisodiyot va eksportni rivojlantirishning tasdiqlangan parametrlariga so'zsiz erishishni ta'minlash bo'yicha takliflar hamda tadbirlar ishlab chiqish;

hududiy bo'ysunuvdagi tashkilotlar tomonidan eksport mahsulotlarini ishlab chiqarish va yuklab jo'natish bo'yicha shartnoma majburiyatlari bajarilishining nazoratini tashkil etish, ularga moliyaviy va boshqa resurslarni jalb qilish masalalarini, shuningdek, eksport faoliyatini tashkil etishning boshqa masalalarini hal etishda ko'maklashish.

Hududiy sanoat klasterlarning faoliyat ko'rsatishini va ularni rivojlantirishni tashkil etish sohasidagi vakolatli davlat organi:

– hududiy sanoat klasterlarning faoliyat ko'rsatishini va ularni rivojlantirishni tashkil etish sohasidagi davlat siyosatini amalga oshiradi;

– hududiy sanoat klasterlarning faoliyat ko'rsatishini va ularni rivojlantirishni tashkil etish sohasidagi normativ-huquqiy hujjatlar loyihalarini ishlab chiqadi;

– hududiy sanoat klasterlarning faoliyat ko'rsatish samaradorligini baholash uslubiyotini ishlab chiqadi va tasdiqlaydi;

– investitsiya loyihalarini amalga oshirishning har bir bosqichida investorlarning, hududiy sanoat klasterlar ishtirokchilarining hamda tegishli vazirliklar, davlat qo'mitalari va idoralarning o'zaro hamkorligini tashkil etadi;

– investitsiya loyihalarini amalga oshirish bilan bog‘liq bo‘lgan, shu jumladan mavjud byurokratik to‘siqlarni olib tashlash bo‘yicha tashkiliy masalalarni hal etishga doir ishlarni tashkil etadi;

– hududiy sanoat klasterlar hududida investitsiya loyihalarining ro‘yobga chiqarilish jarayoni monitoringini amalga oshiradi;

– hududiy sanoat klasterlar direksiyasining va ishtirokchilarining faoliyati samaradorligini baholashdan o‘tkazadi;

– hududiy sanoat klasterlarning faoliyat ko‘rsatishini va ularni rivojlantirishni tashkil etish masalalari bo‘yicha O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining va O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarorlari ijrosini tashkil etadi;

– hududiy sanoat klasterlarning faoliyat ko‘rsatishini va ularni rivojlantirishni tashkil etish, shuningdek, hududiy sanoat klasterlar direksiyalarining hamda ma‘muriy kengashlarining faoliyatini rivojlantirish masalalari bo‘yicha O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasiga takliflar kiritadi.

Hududiy sanoat klasterini rivojlantirish quyidagilarni o‘z ichiga olgan dasturga muvofiq amalga oshiriladi:

– ishlab chiqarish infratuzilmasini yaratishni;

– muhandislik-kommunikatsiya va yo‘l-transport infratuzilmasini rivojlantirish dasturlarini ta‘minlashni;

– hududiy sanoat klasterining faoliyat bo‘yicha va sohaviy ixtisoslashuviga muvofiq chet el investitsiyalarini hamda mahalliy investitsiyalarni jalb etish chora-tadbirlari kompleksini.³⁸

Hududiy sanoat klaster — yangi ishlab chiqarish quvvatlarini barpo etish, yuqori texnologik ishlab chiqarishni rivojlantirish, zamonaviy raqobatbardosh, import o‘rnini bosuvchi, eksportga yo‘naltirilgan tayyor sanoat mahsulotini ishlab chiqarishni o‘zlashtirishga faol jalb etish, shuningdek, ishlab chiqarish, muhandislik-kommunikatsiya, yo‘l-transport, ijtimoiy infratuzilmani va logistika xizmatlarini rivojlantirishni ta‘minlash maqsadlarida tashkil etiladigan hudud.

³⁸ <https://lex.uz/docs/-4737511>

Maxsus ilmiy-texnologik zona — innovatsiya infratuzilmasini rivojlantirish maqsadlarida ilmiy tashkilotlar va ilmiy faoliyat sohasidagi boshqa tashkilotlar (texnologik parklar, texnologiyalarni tarqatish (texnologiyalar transferi) markazlari, innovatsion klasterlar, venchur fondlari, biznes-inkubatorlar va boshqalar) to‘plangan hudud.

Maxsus sanoat zonasi — boshqaruv, xo‘jalik va moliyaviy faoliyatning alohida rejimi joriy etiladigan hudud. Maxsus sanoat zonalar zarur ma‘muriy, ilmiy-texnologik, ishlab chiqarish, muhandislik-kommunikatsiya, yo‘l-transport va ijtimoiy infratuzilmani barpo etish uchun yer uchastkalarini ajratish orqali shakllantiriladigan xizmat ko‘rsatish va ishlab chiqarish zonalarini o‘z ichiga oladi.

Maxsus sanoat zonasining faoliyat ko‘rsatish qoidalari va tartibi O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan tasdiqlanadi.

Maxsus iqtisodiy zonalar hududida amalga oshirish uchun taklif etiladigan investitsiya loyihalariga doir umumiy talablar jumlasiga quyidagilar kiradi:

- arxitektura va qurilish, texnik jihatdan tartibga solish, ekologiya va atrof-muhitni muhofaza qilish, mehnatni muhofaza qilish hamda sanoat xavfsizligi sohasidagi qonunchilik hujjatlari talablariga muvofiqlik;
- moliyalashtirish manbalarining mavjudligi;
- maxsus iqtisodiy zona faoliyatiga va tarmoq ixtisoslashuviga muvofiqlik;
- texnologik uskunar va texnologik jarayonlar ko‘rsatkichlarining zamonaviy energiya samaradorligi talablariga muvofiqligi.

Hududiy sanoat klasterlar hududida amalga oshirish uchun taklif etiladigan investitsiya loyihalariga doir alohida talablar:

Investitsiya buyurtmanomasi topshirilgan paytda hududiy sanoat klasterlar hududida amalga oshirish uchun taklif etiladigan investitsiya loyihalari O‘zbekiston Respublikasida ishlab chiqarilmaydigan yoki O‘zbekiston Respublikasida ishlab chiqarish hajmlari ichki bozorning

ehtiyojlarini qoplamaydigan yangi mahsulot turlarini ishlab chiqarishni nazarda tutgan bo'lishi kerak.

Hududiy sanoat klasterlar hududida amalga oshirish uchun taklif etiladigan investitsiya loyihalari O'zbekiston Respublikasi tashqi iqtisodiy faoliyatining tovar nomenklaturasi kodi bo'yicha yakuniy mahsulot tovar pozitsiyasining dastlabki to'rtta belgilaridan birining darajasida boshlang'ich xomashyoga nisbatan o'zgarishini yoki qo'shilgan qiymatga ega mahsulot hajmining kamida o'ttiz foiz darajasida ko'payishini nazarda tutishi kerak.

Hududiy sanoat klasterlarda raqobat muhiti yaratilgan, ichki bozor to'yingan yoki ishlab chiqarish hajmlari ichki bozor ehtiyojlarini qoplaydigan o'xshash mahsulot ishlab chiqaradigan mahalliy ishlab chiqaruvchilar mavjud bo'lgan mahsulot turlarini ishlab chiqarishga doir investitsiya loyihalari amalga oshirilishiga yo'l qo'yilmaydi.

Tegishli vakolatli organlarning O'zbekiston Respublikasida o'xshash mahsulot ishlab chiqaruvchi mahalliy ishlab chiqaruvchilar mavjud emasligi, ishlab chiqarish hajmlari yetishmasligi va raqobat muhiti darajasi to'g'risidagi xulosalari keyinchalik hududiy sanoat klasterining ma'muriy kengashiga taqdim etish uchun hududiy sanoat klaster direksiyasi tomonidan mustaqil ravishda so'rab olinadi.

Maxsus ilmiy-texnologik zonalar hududida amalga oshirish uchun taklif etiladigan investitsiya loyihalari quyidagi talablarga muvofiq bo'lishi kerak:

ro'yxatdan o'tgan patent huquqlarining mavjudligi;

ilmiy-texnik yangilik va ishlab chiqariladigan mahsulotning ko'p ilmiy izlanishni talab qilishi (tovarlarning xususiyatiga ko'ra mutlaqo yangi yoki ilgari ishlab chiqarilgan o'xshash tovarning xususiyatlaridan jiddiy farq qilsa yoki tovarning iste'mol xossalariga ko'ra mavjud bo'lgan shunday tovarlarga nisbatan yaxshilangan bo'lsa yoki bevosita o'xshashlari mavjud bo'lmagan taqdirda, sifat jihatidan yangicha iste'mol (funktional) xususiyatlariga ega bo'lsa, shu jumladan tovarning raqobatbardoshligini oshiradigan yoxud tovarni qo'llashning

bunday tovardan foydalanish sohasini kengaytirish imkonini beradigan yangi usuli aniqlangan bo'lsa). Tegishli vakolatli organlarning ro'yxatdan o'tgan patent huquqlari mavjudligi va ilmiy-texnik yangilikning mavjudligi hamda yuqori texnologik mahsulotlar ishlab chiqarilishi to'g'risidagi xulosalari keyinchalik hududiy sanoat klasterining ma'muriy kengashiga taqdim etish uchun hududiy sanoat klaster direksiyasi tomonidan mustaqil ravishda so'rab olinadi.

3.3. O'zbekiston hududlarida sanoat klasterlarini rivojlantirish muammolari

Bozor o'zgarishi davrida ishlab chiqarish munosabatlariga katta zarar yetkazilganiga qaramay, sanoat hali ham milliy iqtisodiyotning asosiy tarmog'i bo'lib, yalpi mahsulotning yarmini ishlab chiqaradi, bu ba'zi mamlakatlar yalpi ichki mahsulotidagi sanoat ulushidan sezilarli darajada oshadi.

O'zbekistonda 1998-yildan keyin sanoat ishlab chiqarishining o'sishini belgilovchi omillardan tadqiqotchilar, birinchi navbatda, jahon bozorida neft narxining oshishi va 1994-yilda so'mning qadrsizlanishi ishlab chiqarish sanoatiga ko'rsatgan ijobiy ta'sirini alohida ajratib ko'rsatishadi. So'm qadrsizlanishining ta'siri ishlab chiqarish mahsulotlariga bo'lgan ichki talabning kengayishi bilan bog'liq, biroq bu davrda ishlab chiqarish ishlab chiqarishining o'sishi asosan mavjud ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalanish hajmining oshishi hisobiga sodir bo'ldi.

Shuning uchun sanoat ishlab chiqarishining o'sishi tiklovchi xususiyatga ega edi. Shu bilan birga, olimlar va amaliyotchilarning ushbu masala bo'yicha olib borgan tadqiqotlari tahlili shuni ko'rsatadiki, so'm devalvatsiyasining ta'siri 2004-yilga kelib, asosan, tugaydi.

Shunday qilib, so'mning qadrsizlanishi ishlab chiqarish mahsulotlarining ichki bozorda nisbatan raqobatbardoshligini oshirishga olib keldi. Uning tiklanishi o'sdi, bu esa yalpi ichki mahsulotdagi sanoat

ulushining bosqichma-bosqich pasayishiga olib keldi. Devalvatsiya effektining tugashi, aksincha, yalpi ichki mahsulotda sanoat ishlab chiqarish ulushining ortishi bilan bog‘liq.

2004-yildan keyin sanoat ishlab chiqarishida salbiy tendensiya shakllana boshladi, degan xulosaga kelish mumkin. Uyg‘onish susayganda iqtisodiyotning boshqa tarmoqlari rivojlanishini rag‘batlantirgan ishlab chiqarish sanoati, sanoat ishlab chiqarish dinamikasini belgilovchi asosiy omil jahon bozoriga yo‘naltirilgan qazib olish tarmoqlarini ishlab chiqarishdir.

Shunday qilib, sanoatda barqaror rivojlanish mexanizmlari shakllanmagan.

Devalvatsiya ta’siri qisqa muddatli xarakterga ega bo‘lsa-da, iqtisodiyotimiz sanoat ishlab chiqarishining yalpi ichki mahsulotdagi ulushi bo‘yicha ma’lum barqarorlik darajasiga yaqinlashib qoldi. Sanoat ishlab chiqarishining rivojlanishi uning ishlab chiqarish, infratuzilma va moliyaviy quyi tizimlari dinamikasini muvozanatlash nuqtayi nazaridan ham beqaror. Tahlil, shuningdek, sanoatda mehnat unumdorligini oshiradigan ekzogen tendensiya yo‘qligini ko‘rsatadi. Sanoat tashkiliy va ishlab chiqarish yaxlitligiga ega emas va mehnat unumdorligini tavsiflovchi ko‘rsatkichlarning o‘zgarishi asosan bozor tebranishlari bilan bog‘liq bo‘lishi mumkin. 2017–2021-yillarda. mehnat unumdorligidagi o‘zgarishlar ahamiyatsiz va yorqin namoyon bo‘lmaydi.

O‘zbekiston Respublikasida tashkil qilingan klaster soni so‘nggi yillarda ko‘payib bormoqda 2022-yil 1-yanvarda ko‘radigan bo‘lsak, 415 tani tashkil qiladi va ular tarkibidagi korxonalar soni esa 425 birlikda ega. Mamlakatdagi kichik sanoat zonalar, hududiy sanoat klasterlar va texnoparklar³⁹ bilan klasterlarni taqqoslaganda.⁴⁰

⁴⁰ <https://stat.uz/uz/component/search/?searchword=klaster&searchphrase=all&Itemid=223>

2022–yil 1-yanvarda hududlarda tashkil qilingan klaster holati

Hududlar	MIZ	KSZ	Texnopark	Klaster
O‘zbekiston Respublikasi	21	114	7	415
Qoraqalpog‘iston Respublikasi	1	11	-	60
Andijon	1	2	-	15
Buxoro	2	1	1	54
Jizzax	2	1	-	32
Qashqadaryo	-	8	-	34
Navoiy	1	1	2	49
Namangan	2	26	-	21
Samarqand	1	1	-	33
Surxondaryo	3	20	-	37
Sirdaryo	2	8	-	25
Toshkent	4	17	-	20
Farg‘ona	1	9	-	10
Xorazm	1	1	3	24
Toshkent sh.	-	8	1	1

Hozirgi davrda O‘zbekistonning sanoat siyosatining mohiyati va asosiy jihatlari muhim ahamiyatga ega. Uning eng muhim yo‘nalishlari tarmoqning holati va mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishdagi o‘rni asosida belgilanadi. Sanoat strategiyasining mazmuni va yo‘nalishlari iqtisodiyotning istiqboldagi istiqbollarni tarmoqlarning tizimli birligi sifatida ko‘rishga bog‘liq. Muayyan istiqbol uchun sanoatni rivojlantirishning asosi O‘zbekistonning istalgan ijtimoiy-iqtisodiy qiyofasini qaror toptirish bo‘lishi kerak. Turli mamlakatlarda sanoatning rivojlanish istiqbollari resurslarning mavjudligi, jahon mehnat taqsimotidagi roli, ijtimoiy-siyosiy vaziyatga qarab har xil. Rahbariyat mamlakat imkoniyatlarini subyektiv baholash asosida mamlakat iqtisodiy rivojlanish yo‘nalishini belgilaydi. O‘ziga bo‘lgan ishonchning yo‘qligi maqsadlar darajasini va tashqi muhitdagi salbiy o‘zgarishlarga moslashishga urinishlarni yetarli darajada baholashga olib kelishi mumkin

hodisalarni faol kutish va tashqi muhitdagi salbiy o'zgarishlarga qarshi turish o'rniga vaziyatni reaktiv boshqarishdan foydalanish. Salbiy tashqi tendensiyalarni yengib o'tishga bo'lgan kuchli intilish kuch va vositalarni safarbar qilishga va belgilangan maqsadlarga erishishga, hatto vaqtinchalik notinchliklar evaziga ham bo'lishi mumkin. Sanoat siyosatini ishlab chiqishning bir nechta variantlarini ko'rib chiqish va eng maqbulini tanlash maqbuldir.

Mavjud muammolarni ham ishlab chiqaruvchilarga, ham oziq-ovqat sanoati korxonalarining iqtisodiy aloqalariga zarar yetkazgan global koronavirus pandemiyasi yanada kuchaytirdi.

Ko'pgina oziq-ovqat sanoati korxonalarida ishlab chiqarishni to'liq qayta jihozlash va eskirgan uskunalarni almashtirish mumkin emas, chunki bu katta mablag'larni talab qiladi. Bu, ayniqsa, tegishli resurslarga ega bo'lmagan kichik korxonalar uchun to'g'ri keladi. Shuning uchun kompaniyalar mavjud ishlab chiqarish liniyalarini yaxshilashga qaratilgan maqsadli investitsiyalarni afzal ko'rishadi. Shu munosabat bilan uskunalarning eskirishi ancha tezlashadi va texnologiyalar jahon standartlaridan orqada qolmoqda. Holbuki, zamonaviy hayot sur'ati tezlashmoqda va yirik shaharlarda ko'proq yarim tayyor va tayyor oziq-ovqat mahsulotlariga bo'lgan ehtiyoj ortib bormoqda va ularni ishlab chiqarish uchun doimiy ravishda yangi texnologiyalar zarur. Ayrim korxonalarda ishlab chiqarish quvvati yetarli emas. Bu muammoni mamlakat oziq-ovqat sanoatida texnologik asbob-uskunalarni rivojlantirish maqsadida lizingni yanada rivojlantirish yordamida hal qilish mumkin.

Jahon bozorida xomashyo narxlarining o'sishi O'zbekiston oziq-ovqat sanoati uchun muhim muammo bo'lib, bu muqarrar ravishda mahalliy oziq-ovqat mahsulotlari narxining oshishiga olib keladi.

O'zbekistonda ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar yuqori sifatga ega, lekin ular xorijda yetarlicha reklama etilmagan. Eksportchilar va ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi hamkorlik to'g'ri yo'lga qo'yilmagan,

logistika sohasida ko‘plab qiyinchiliklar mavjud. Eksportga mo‘ljallangan mahsulotlar ishlab chiqarish respublika iqtisodiyotini rivojlantirishga xizmat qiladi. Shuningdek, yangi bozorlarga chiqarish uchun ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar turini ko‘paytirish zarur.

Klasterlashtirishning to‘laqonli rivojlanishi jahonda XX asrning 80-yillariga to‘g‘ri kelsa-da, mamlakatimizda bu boradagi ilmiy izlanishlar 2000-yillarda» boshlangan bo‘lib, ushbu tizimga o‘tish borasidagi amaliy islohotlar Harakatlar strategiyasi asosida amalga oshirila boshlandi.

Hududiy raqobatbardoshlikni rivojlantirishda klasterlar quyidagilarni amalga oshirishga xizmat qiladi:

- Xalqaro munosabatlarni yaxshilash. Klasterlar mamlakat darajasida hamda hududiy tashqi hamkorlik aloqalarini o‘rnatish va rivojlantirishga xizmat qiladi. Yangi korxonalarini klasterga jalb qilish, hududiy brendni yaratish va targ‘ib qilish, turli tadbirlarni tashkil qilish hamda marketing faoliyatini rivojlantirish asosiy masalalar sifatida e‘tirof etiladi;

- klasterlar innovatsion faoliyatni rag‘batlantirish orqali o‘z faoliyati istiqbolini belgilaydi. Chunki globallashtirish jarayonlarining kuchayishi hududiy, milliy va xalqaro raqobatbardoshlikni rivojlantirmoqda;

- ilmiy-tadqiqot va ilmiy doiralar bilan hamkorlik aloqalarini qo‘lga qo‘yish orqali tadqiqot ishlarini rivojlantirish;

- klaster a‘zolari xodimlari ishtirokida seminar va workshoplarni tashkil qilish orqali malaka va ko‘nikmalarni rivojlantirish.

Klasterlar hududiy raqobatbardoshlikni ta‘minlash bilan birga bir qator afzalliklarga ega.

Ular quyidagilar:

- ishlab chiqarish masshtab samarasi, ya‘ni klaster ichidagi firmalardan birining innovatsion faoliyat yadrosi sifatida xizmat qilishi;

– qamrov samarasi. Bunda klaster ko‘plab korxonalarining resurslariga birgalikda egalik qilishi natijasida tranzaksiya xarajatlarning qisqarishi orqali erishishi mumkin;

– mahsulotlarni umumiy standartlashtirish bilan bog‘liq sinergiya samarasi. Ushbu uch xil samara orqali klasterlarning zarar ko‘rib ishlayotgan korxonalari past rentabellikni yengib o‘tishlari mumkin, bu esa mehnat unumdorligining oshishiga va mahsulot tannarxining pasayishiga olib keladi. Umuman olganda, klaster orqali korxonalar qo‘shimcha raqobat imkoniyatiga ega bo‘ladilar;

– innovatsion samara. Klasterga birlashish orqali katta mablag‘ talab etadigan innovatsion loyihalarni amalga oshirish imkoniyati ortadi. Innovatsion samara nafaqat korxonalar, balki soha, tarmoq, hudud pirovardida mamlakat raqobat ustunligiga ijobiy ta‘sir ko‘rsatadi. Klasterlar rivojlanishining asosi bu hududdagi tarixiy ishlab chiqarish tuzilmasi hisoblanadi. Yirik korxonalar kichik korxonalar bilan ta‘minot aloqalarini o‘rnatishga moyil bo‘lib, bu ularga iqtisodiy o‘shishga hissa qo‘shadigan yangi texnologiyalarni tezda joriy etish imkoniyatini yaratadi;

– innovatsion va ishlab chiqarish faoliyatini rag‘batlantiradigan klasterlar gorizontaal usulda tashkil etiladi. Bu o‘z navbatida moslashuvchan ixtisoslashuvni ta‘minlaydi, shartnomalar tuzishni tezlashtiradi va innovatsiyalar tarqalishini jadallashtiradi;

– resurslarni birlashtirishda klaster a‘zolari pul mablag‘lari, texnologiyalar, patentlar, savdo markalari, nou-xau va malakali kadrlar shaklida o‘z hissalarini qo‘shadilar. Shu bilan birga, ular qo‘shma loyihalarni amalga oshirish uchun qanday resurslar kerakligi, loyiha samarasi uchun nimalar zarurligi, xarajatlari va foyda qanday taqsimlanishini aniqlash uchun o‘zaro maslahatlashish va tajriba almashish imkoniyatiga ega bo‘ladilar. Lekin tadqiqot va ishlab chiqarishning boshqa sohalarida mustaqil bo‘lib qoladilar. Bunday hamkorlik ishtirokchilar riskini sezilarli darajada kamaytirishga xizmat qilib, hamkor tajribasi va malakasidan foydalanish orqali ilmiy-tadqiqot

tajriba konstruktorlik ishlariga sarflanadigan xarajatlarni kamaytirish imkonini beradi va boshqalar.

Klasterlarning sanab o'tilgan afzalliklari bilan birga ayrim kamchiliklari ham ko'zga tashlanadi:

– klasterlar ta'kidlab o'tganimizdek, hududiy va xalqaro raqobatni oshirish shakli hisoblanadi. Xalqaro raqobatning kuchayishi ishchi kuchiga bo'lgan talabning elastikligiga ta'sir ko'rsatadi, bu esa o'z navbatida ish haqining turg'unligi va ishsizlikning ortishiga olib kelishi mumkin;

– tarmoq klasterlari amaliyotida haddan tashqari yaqinlashuv, davlat muassasalari bilan keng ko'lamlilik hamkorlik va klasterlarning davlat tomonidan nazorat qilinishi korrupsiyaga olib kelishi kuzatiladi;

– klasterlarni rivojlantirishga tayanib, ayrim yakka undan ham raqobatbardosh korxonalarining rivojiga salbiy ta'sir ko'rsatish mumkin;

– klaster atamasining haddan tashqari raqobat bilan bog'lanishi natijasidagi ishonch ayrim ziddiyatlarga va yo'qotishlarga olib kelishi mumkin.

Umuman olganda, har bir innovatsiya o'zining afzalliklari bilan birga kamchilik yoki ayrim ziddiyatli tomonlari bilan ham namoyon bo'ladi [12-20]. Bu uning vujudga kelishi mumkin bo'lgan kamchiliklarini oldindan aniqlash va zarur choralar ko'rish zaruratini taqozo qiladi. Har bir mamlakat yoki hudud klaster siyosatida mana shu masalalarga e'tibor qaratmog'i lozim.

Fikrimizcha, xorijiy mamlakatlar tajribasiga tayangan holda milliy xususiyatlarimizga uyg'un holda Sanoat eksporti klasterlarini tashkil etish orqali sanoat mahsulotlari eksportini yanada oshirish hamda raqobat ustunligiga erishish mumkin.

Mamlakatimiz hududlarida sanoat eksporti klasterlarini rivojlantirish dasturlarini ishlab chiqish maqsadga muvofiqdir. Ushbu dasturlar quyidagi bo'limdan iborat bo'lishi lozim.

- Umumiy qoidalar.
- Sanoat eksporti klasterlarining joriy holati, mavjud kamchiliklar.
- Dasturning maqsadi va ustuvor yo‘nalishlari.
- Sanoat eksporti klasterlarini rivojlantirishdan kutilayotgan natijalar.
- Sanoat eksporti klaster ishtirokchilarining qo‘shma loyihalari.
- Dasturning moliyaviy ta‘minoti va dasturni amalga oshirish samaradorligining asosiy ko‘rsatkichlari.

IV - BOB. SANOATDA ZAMONAVIY BOSHQARUV TIZIMI

4.1. Boshqaruv obyektiv zaruriyat va maqsadga yo'naltirilgan jarayon sifatida

Har qanday ishlab chiqarish boshqaruvning muayyan tizimisiz oqilona harakat qila olmaydi va rivojlanmaydi. Shu tufayli ijtimoiy mehnat taqsimoti asosida jamiyat o'ziga xos va mos boshqaruv tizimini yaratadi.

«Boshqaruv» tushunchasi uzoq va chuqur tarixiy taraqqiyotga ega. Uning yuzaga kelishi esa insoniyat taraqqiyotining eng muhim jarayonlaridan biri hisoblanadi. Boshqaruv faoliyatining dastlabki davrida insonlar o'z bilim va tajribasiga asoslangan holda ishlab chiqarishni boshqargan bo'lsalar, asta-sekinlik bilan texnika-texnologiyaning rivojlanishi, ishlab chiqarish sur'atlarining o'sishi va har xil tashkiliy sharoitlar yuzaga kelishi natijasida faoliyatning mazkur turi ancha murakkablashib bordi. Bunday holatni anglash, chuqurroq o'rganish va bilish «Boshqaruv fani»ning vujudga kelishiga olib keldi.

Boshqaruv faoliyatining dastlabki davrida insonlar o'z bilim va tajribasiga asoslangan holda ishlab chiqarishni boshqargan bo'lsalar, asta-sekinlik bilan texnika-texnologiyaning rivojlanishi, ishlab chiqarish sur'atlarining o'sishi va har xil tashkiliy sharoitlar yuzaga kelishi natijasida faoliyatning mazkur turi ancha murakkablashib bordi.

Boshqaruvning bir qator nazariy va amaliy vazifalari F.U. Teylor tomonidan asoslab berilgan. U boshqarishga «Nima qilish kerakligini, uni eng yaxshi va qulay usulda amalga oshirishni aniq bilish san'ati», – deb ta'rif bergan.

Boshqaruvning ma'nosi va mohiyati, ahamiyati va mazmuni, tamoyillari va usullari to'g'risida buyuk olimlar, mutafakkirlar, mutaxassislar juda ko'p fikr aytishgan va yozib qoldirishgan.

Har qanday boshqaruv o‘z maqsadi va vazifalariga ega. Maqsad — bu, inson faoliyatining avvaldan fikran o‘ylangan natijasidir. Shunga binoan, boshqaruvning maqsadi deganda, boshqaruv subyektining oldindan o‘ylangan, mo‘ljallangan, erishish zarur bo‘lgan natijasi tushuniladi. Sanoatda esa, maqsad — ko‘p va sifatli, raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqarish va uni o‘z vaqtida sotish hamda mo‘ljallangan foydani olishdir.

Boshqaruv — alohida funksiya bo‘lib, turli-tuman sohalar (mamlakat va uning hududlari, milliy iqtisodiyot va uning tarmoqlari, korxonalar va uning bo‘limlari) da insonlar ustidan rahbarlik qilish faoliyatidir.

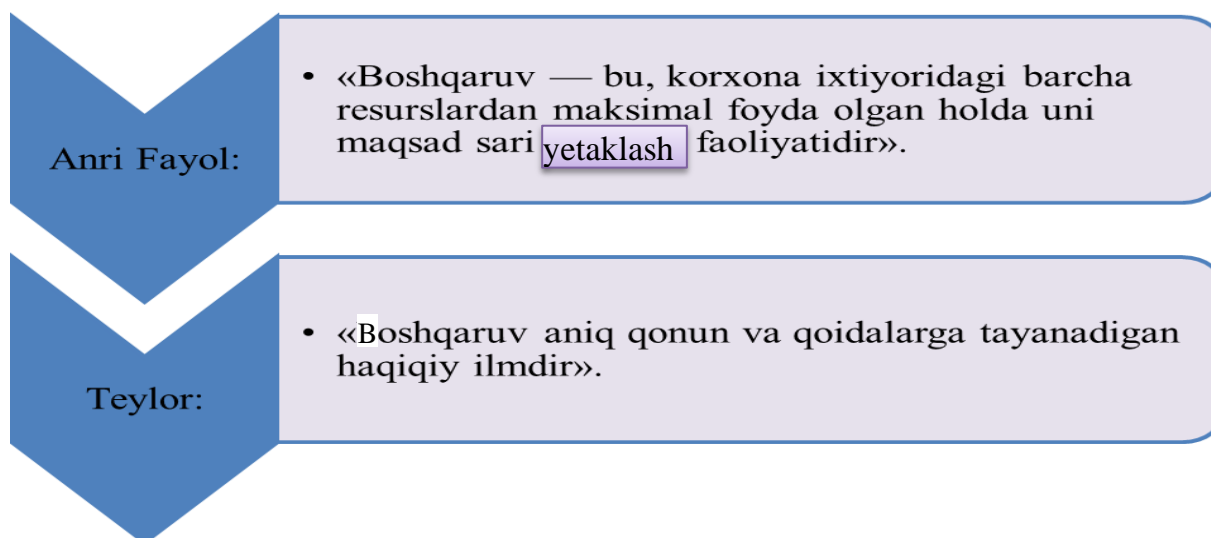
Boshqaruv — tashkilotning maqsadini ifodalash va unga erishish uchun zarur bo‘lgan bashorat qilish, rejalashtirish, tashkil etish, ishtiyoqni uyg‘otish (motivatsiya) va nazorat qilish bo‘yicha faoliyat turi, jarayonidir.

Boshqaruv — shunday faoliyatki, uning yordamida uyushmagan jamoa (haloyiq yoki to‘da) samarali va aniq maqsadga yo‘naltirilgan unumli (barakali) guruhga aylantiriladi.

Boshqaruv — ma‘lum jarayonga, organizm va jamoaga maqsadli ta‘sir ko‘rsatishni o‘zida ifoda etuvchi ijtimoiy faoliyatning bir turidir.

Boshqaruv — muayyan axborotga asoslangan va mavjud dasturga muvofiq obyektning ishlashini, ya‘ni faoliyat ko‘rsatishini ta‘minlashga yo‘naltirilgan tadbirlar majmuasidir.

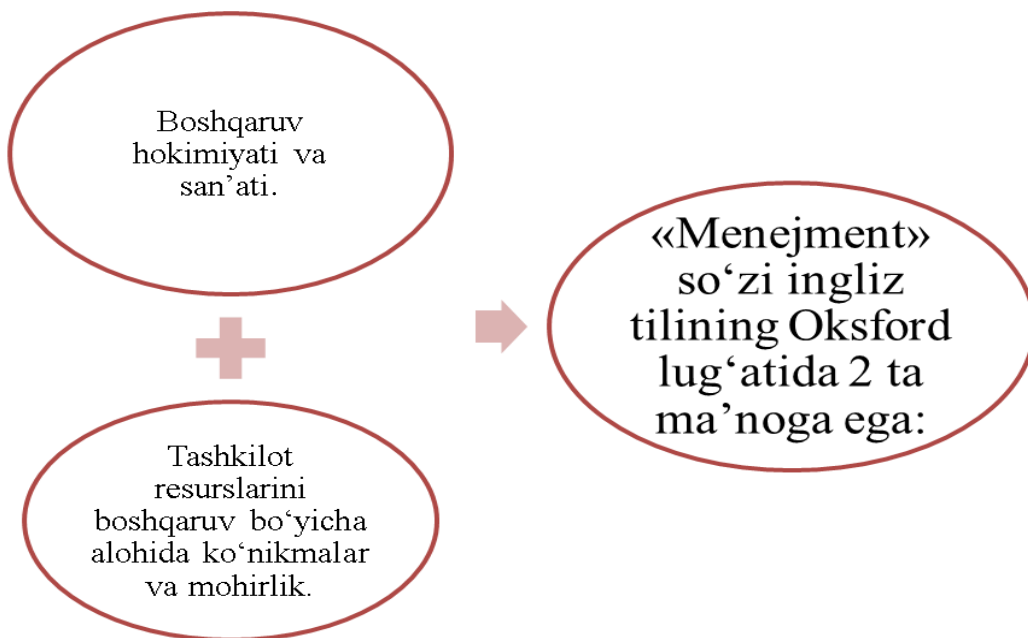
4.1-rasm. Boshqaruv tushunchasi⁴¹



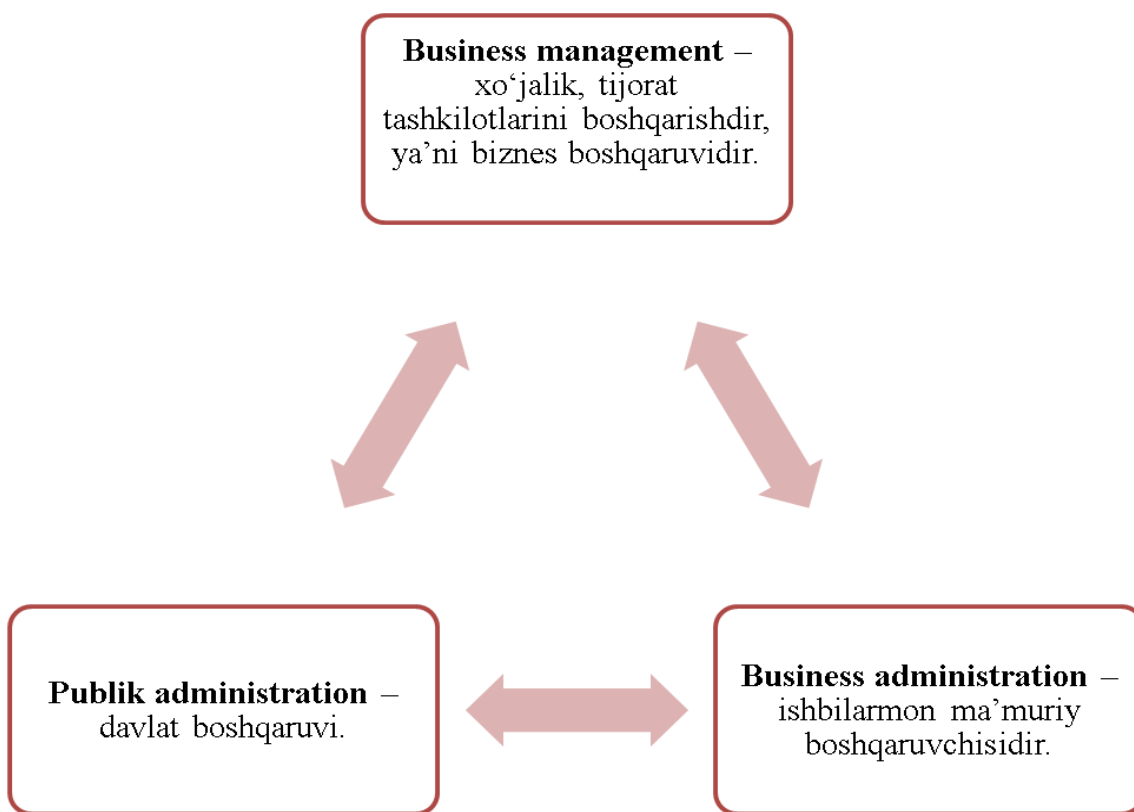
4.2-rasm. Boshqaruvga klassiklar ta‘riflari⁴²

⁴¹ Muallif ishlanmasi

⁴² Muallif ishlanmasi

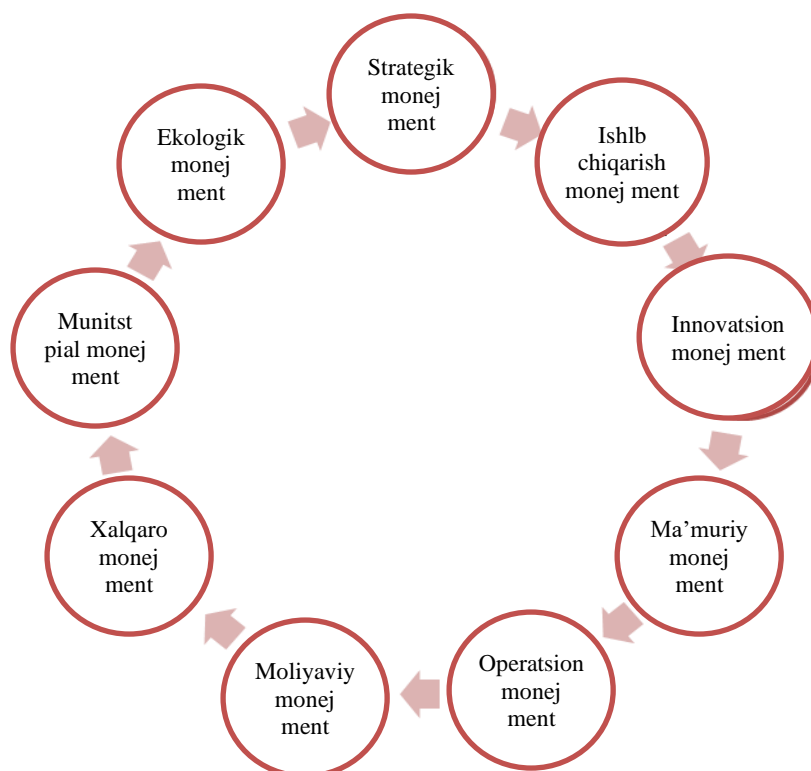


4.3-rasm. Boshqaruv ma'nosi⁴³



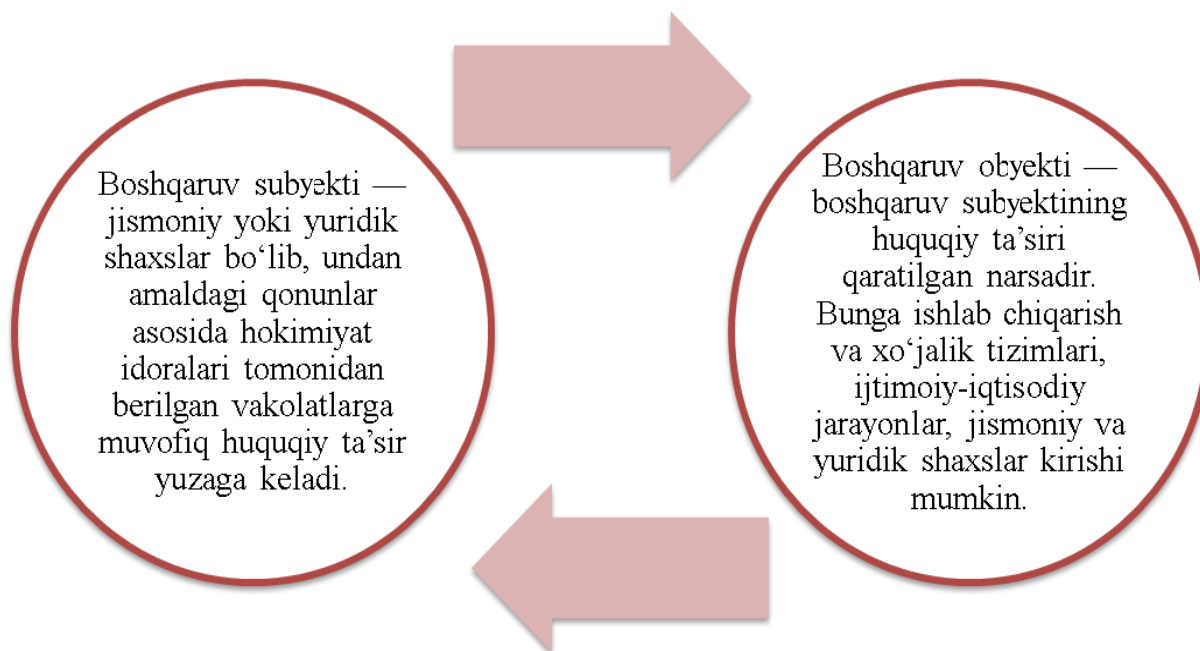
4.4-rasm. Menejment tiplari

⁴³ Muallif ishlanmasi



4.5-rasm. Menejment turlari⁴⁴

Demak, boshqaruv obyektiv zaruriyat va maqsadga yo'naltirilgan jarayon hisoblanadi.



4.6-rasm. Boshqaruvning subyektivi va obyektivi⁴⁵

⁴⁴ Muallif ishlanmasi

⁴⁵ Muallif ishlanmasi

Ko‘rinib turibdiki, u holatda ham, bu holatda ham insonlarni boshqarish ularning o‘zi tomonidan amalga oshiriladi. Faqat kishilar, ularning faoliyati, jumladan, mahsulot ishlab chiqarish, xo‘jalik va boshqa jarayonlar bilan bog‘liq bo‘lgan faoliyatlari boshqaruvning predmeti, ya’ni hozirgi zamon menejmentining asosi hisoblanadi. Boshqaruvning subyekti va obyektisiz menejment fan va xo‘jalik tajribasi sifatida o‘z mazmun va mohiyatini yo‘qotadi.

Albatta, minglab kishilar ishlaydigan sanoat ham bu tushuncha va mulohazalardan xoli emas. Ayniqsa, sanoat ishlab chiqarishida «subyekt» va «obyekt» tushunchalari boshqa tarmoqlarga nisbatan xiyla ravshanroq ko‘rinadi. Bunda vazirlik, kompaniya va aksiyadorlik jamiyatlaridagi boshqaruvchilar korxonadagi boshqaruvchilarga, korxonadagi boshqaruvchilar esa sex, uchastka boshqaruvchilariga rahbarlik qiladilar.

Boshqaruv funksiyalari obyektiv jihatdan zarur va albatta qaytariluvchi xatti-harakatlar majmuasi bo‘lib, mazmuni va yo‘nalish maqsadlarining bir xilligi tufayli birlashib turadi. Boshqaruv funksiyalari butun boshqaruv jarayoni davomida uzluksiz tarzda amalga oshiriladi hamda boshqaruv qarorlarini qabul qilish va bajarishning turli bosqichlarida turli xil salmoqqa ega bo‘ladi.

Bugungi globallashuv davrida boshqaruv tizimi uchun eng ilg‘or strategiya va vositalarni taqdim etayotgan HR, ya’ni (Human Resources ing. inson resurslari), oddiyroq qilib aytganda esa kadrlar bilan ishlash bo‘limining ahamiyati katta. Sababi, u ishchilarning layoqati va mas’uliyati uchun javobgarlikni o‘ziga oladi. HR ishchilarni kompaniya yoki ma’lum bir soha yo‘nalishida tarbiyalaydi, o‘qitadi va boshqaradi. Bevosita aholi bilan doimiy muloqotda ish olib boradigan sanoat korxonalari sohasida esa ushbu tizimning joriy etilishi kechiktirib bo‘lmas masaladir.

Sanoat ishlab chiqarishida boshqaruvning vazifalari quyidagilardan iborat:

-kelajakni aniq ko‘rmoq (istiqbolni to‘g‘ri bashorat qilish va unga monand bo‘lgan faoliyat dasturini tuzish);

-tashkillashtirmoq (sanoatning ichki, moddiy va ijtimoiy tuzilmasini barpo etish);

-personalni idora qilmoq (sanoat ishlab chiqarish xodimlarini harakatga keltirish);

-kelishish (harakat va tirishqoqlikni bir-biri bilan uyg‘unlashtirish);

-nazorat qilish va kuzatish (joriy etilgan va berilgan buyruq asosida harakatning, ya’ni faoliyatning qanday tarzda bo‘layotganini mushohada qilish).

4.7-rasm. Sanoat ishlab chiqarishida boshqaruvning vazifalari⁴⁶

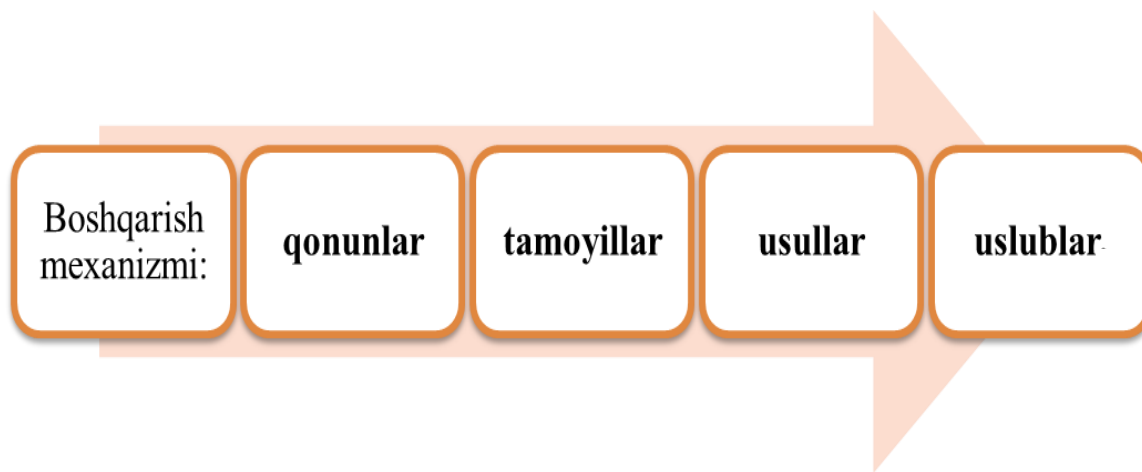
⁴⁶ Muallif ishlanmasi

Amaldagi tasnifga asosan boshqaruvning quyidagi funksiyalarini ajratib ko'rsatish mumkin:

1. *Rejalashtirish* – ishlab chiqarishni kengaytirish va korxonaning gullab-yashnashi uchun ishlab chiqarish maqsadlarini belgilash va uning natijalariga erishish.
2. *Istiqbolni belgilash (prognozlashtirish)* – joriy faoliyatni samarali tarzda olib borish hamda istiqbolni ko'ra olish va boshqaruv tizimini istiqbolga moslashtirish. Rejalashtirishdan farqli ravishda prognozlashtirish ehtimollik tavsifiga ega bo'ladi.
3. *Tartibga solish* – ishlab chiqarishni, jamoani boshqarishda belgilangan ko'rsatkichlardan chetga og'ishlarni to'g'rilab borish.
4. *Tashkillashtirish* – kuch-quvvat va vositalarni ishlab chiqarish dasturini minimal xarajatlar asosida va bu xarajatlarning yuqori samaradorligi orqali amalga oshirishga yo'naltirish, amaldagi tashkilotchilik tizimini yangi yutuqlarga erishish va yangi vazifalarni bajarishga yo'naltirish.
5. *Nazorat* – joriy ko'rsatkichlarning belgilangan (dasturiy) vazifa(norma)larga mos kelish darajasini aniqlash.
6. *Hisobga olish* – korxonaning ma'lum bir vaqt davomida bajargan ishlariga yakun yasash.
7. *Tahlil* – ma'lumotlarni yig'ish, saqlash, qayta ishlash hamda ulardan boshqaruvni asoslash va boshqa vazifalari uchun foydalanish.

4.8-rasm. Boshqaruv funksiyalari⁴⁷

4.2. Boshqarishning asosiy tamoyillari va usullari



4.9-rasm. Boshqaruv mexanizmi⁴⁸

⁴⁷ Muallif ishlanmasi

⁴⁸ Muallif ishlanmasi

Boshqaruv tamoyillarining shakllanishi chuqur tarixiy ildizga ega. Xususan, O‘zbekistonda bu tamoyillar Amir Temur hukmronligi davrida shakllana va rivojlana boshlagan. Buyuk Sohibqiron davlati o‘zining ixcham, tezkor boshqarish devoniga ega bo‘lib, yakkaxonlik, iyerarxiya (bo‘ysunish tartibi), bilimdonlik, ilmiy, javobgarlik, demokratiya kabi tamoyillar asosida boshqarilgan.

Bu borada sohibqiron Amir Temurning quyidagi so‘zlarini keltirish o‘rinlidir. «Tajribamdan ko‘rilganki, ishbilarmon, mardlik va shijoat sohibi, azmi qat’i tadbirkor va hushyor bir kishi ming-minglab tadbirsiz, loqayd kishilardan yaxshidir. Chunki tajribali bir kishi ming kishiga ish buyuradi».

4.1-jadval⁴⁹

Menejmentning tamoyillari

Tamoyillar	Mazmuni
Demokratiyalash	Ishlarni ommani boshqarishga keng ko‘lamda jalb qilish, kengash va maslahatlar orqali bajarilishini talab qiladi.
Iyerarxiya	Boshqarishning pog‘onaligiga asoslanadi.
Rejalashtirish	Boshqarish bo‘g‘inlari o‘rtasidagi taraqqiyot nisbatlarini aniqlaydi, shartnomalarning bajarilishini tashkil qiladi va nazorat qiladi.
Yakkahokimlik	Boshqarish tayinlangan shaxs tomonidan bajarilib, unga boshqariladigan obyekt, uning mol-mulki, pul mablag‘lari ishonib toshiriladi Yakkahokimlik boshqarishda qat’iy tartib va mehnat intizomini ta’minlaydi. Bunda «Ko‘plashib muhokama qilmoq keragu, lekin mas’uliyat yakka bir kishida bo‘lmog‘i kerak» degan tamoyil amal qiladi.
Ilmiylik	Menejrlardan chuqur bilimni, o‘z sohasi bo‘yicha iqtisod, mantiq, ruhiyat, matematika, chet tili, texnologiya kabi fanlarni yaxshi bilishni talab qiladi.
Qayta aloqalar	Topshiriqni berishda «tushundinglarmi?» deb so‘rash yetarli emas. Bunday savolga javobgar shaxsdan tasdiqlovchi javobni, topshiriqni to‘g‘ri tushunganligini so‘rash kerak.
Javobgarlik	Bu eng avvalo, boshqaruvchilarning javobgarligini nazarda tutadi. Bajaruvchanlik madaniyati past, mas’uliyatsiz rahbar korxon va xodimlarning sho‘ri. Menejer uchun huquqiy javobgarlik o‘ta yuqori bo‘lishi kerak.

⁴⁹ Muallif ishlanmasi



4.10-rasm. Zamonaviy menejment tamoyillari⁵⁰

F. Teylor ta'limotining asosiy mazmuni – yollanma mehnat unumdorligini oshirishda g'oyatda samarador va maqbul usullarni izlashdir.

⁵⁰ Muallif ishlanmasi

F. Teylorning tamoyillariga binoan:

mehnatning har bir jarayoni, uning ko‘lami va ketma-ketligi aniq-puxta ixtisoslashtirilishi shart;

har bir mehnat turi qat’iy vaqt oralig‘ida taqsimlanishi lozim;

har bir mehnat jarayoni va hatto har bir harakat puxta ishlab chiqilgan qoidalarga bo‘ysundirilgan bo‘lishi kerak;

yuqoridan belgilab berilgan ish usullari va qoidalarni bajarish uchun doimiy talabchan nazorat amalga oshirilishi lozim;

ishchilar malakasi va darajasiga qarab joy-joyiga qo‘yilishi shart;

boshqaruvchi bilan boshqariluvchi mas’uliyatini aniq belgilash va vazifalarini to‘g‘ri taqsimlash shart.

4.11-rasm. F. Teylor tamoyillari⁵¹

Teylorning zamondoshi va ishining davomchisi amerikalik iqtisodchi **G. Emerson** mehnatni ilmiy tashkil qilish bo‘yicha yirik mutaxassislardan bo‘lib, u boshqarish va mehnatni tashkil qilishning kompleks, sistemali tizimini ishlab chiqqan. Uning «Mehnat unumdorligining 12 tamoyili» nomli asarida yoritilgan.

⁵¹ Muallif ishlanmasi

G. Emerson ilmiy boshqaruv tamoyilini mohiyatiga ko'ra quyidagi ketma-ketlikda bayon qilgan.

1. Aniq qo'yilgan maqsad va g'oyalar

2. Oqil, sog'lom fikr.

3. Jozibali, e'tiborli mahsulot.

4. Intizom.

5. Xodimga nisbatan adolatli bo'lish.

6. Tezkor, ishonchli, to'liq, aniq va muntazam hisob-kitob.

7. Dispetcherlash.

8. Me'yorlar va jadvallar.

9. Sharoit bilan ta'minlash.

10. Operatsiyalarni me'yorlash.

11. Standart yo'riqnomalarni tayyorlash.

12. Unumdorlikni rag'batlantirish.

4.11-rasm. G. Emerson tamoyillari⁵²

Rahbarlik qilishning fundamental qoidalarini amalga oshirish usullari:

tashkiliy-ma'muriy va huquqiy usullar;

iqtisodiy usullar;

ijtimoiy-ruhiy usullar;

tarbiyaviy usullar.

4.12-rasm. Rahbarlik qilishning usullari⁵³

⁵² Muallif ishlanmasi

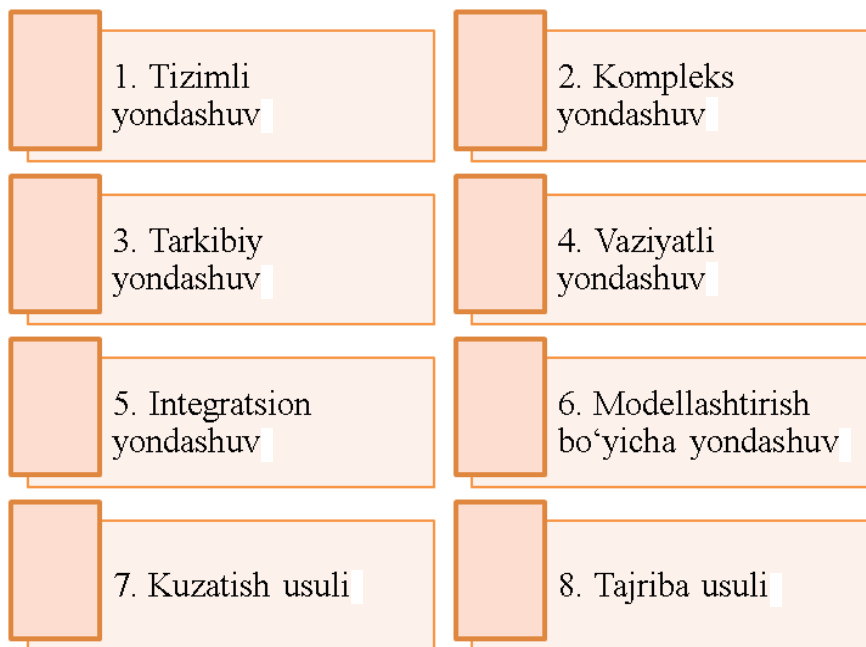
⁵³ Muallif ishlanmasi

Anri Fayolning boshqarish tamoyillari⁵⁴

Tamoyillar	Izoh
Mehnat taqsimoti	Ixtisoslashuv natijasida ko'p miqdorda va yuqori sifatli mahsulot ishlab chiqariladi. Bunga e'tibor qaratilishi lozim bo'lgan maqsadlar sonini keskin qisqartirish evaziga erishiladi.
Vakolat va mas'uliyat	Vakolat – bu buyruq berish uchun berilgan huquq. Mas'uliyat esa buning aksi. Qayerda vakolat berilgan bo'lsa, o'sha yerda mas'uliyat vujudga keladi.
Intizom	Intizom rahbar bilan xodim o'rtasida o'zaro hurmatni, quloq solishni talab qiladi. Shartnomalarning so'zsiz bajarilishini taqozo etadi.
Yakkaboshlik	Xodim bevosita boshlig'idan buyruq olishi kerak.
Yo'nalishning bir xilligi	Yagona maqsad doirasida faoliyat ko'rsatayotgan har bir guruh, Yagona reja asosida ishlashi va bitta rahbarga ega bo'lishi kerak.
Shaxsiy manfaatlarni umumiy manfaatga bo'ysundirish	Alohida xodim yoki guruhning manfaatlari bir-biriga zid kelmasligi kerak.
Xodimlarni taqdirlash	Xodimlarning ishonchini qozonish va ularning hamdardligini oshirish uchun ularga adolat yuza-sidan barcha mehnatiga haq to'lash lozim.
Markazlashish	Hamma o'z o'rnida bo'lishi va o'z burchini ado etishi lozim.
Boshqaruvdagi iyerarxiya	Bunda quyi daraja yuqoridan nazorat qilinadi va yuqoriga bo'ysunadi.
Tartib	Hamma o'z o'rnida bo'lishi va o'z burchini ado etishi lozim.
Adolat	Tashkilotda adolatning hukm surishi – bu qonunning ustuvorligi bilan rahmdillikning uyg'unlashuvi.
Xodim uchun ish joyining doimiyliigi	Yuqori darajadagi qo'nimsizlik tashkilot faoliyati samaradorligini pasaytiradi. O'z ish joyini mustahkam egasi bo'lish harakatida bo'lgan oddiy rahbar bir joyda muqim ishlashni istamaydigan iste'dodli rahbardan ming chandon yaxshi.
Tashabbus	Tashabbus – bu tom ma'noda rejani ishlab chiqish va uning o'z vaqtida bajarilishini ta'minlashdir.
Korporativ ruh	Ittifoq – bu kuch. U esa xodimlar o'rtasidagi ham-jihatlikning va manfaatlarning hamohanglashuvi natijasi bo'lishi mumkin.

⁵⁴ Muallif ishlanmasi

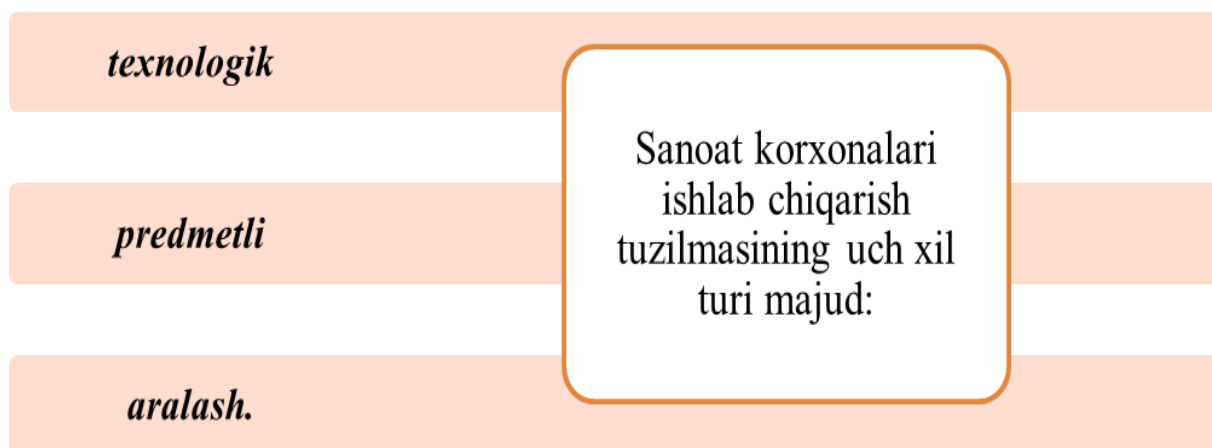
Sanoat ishlab chiqarishini boshqarishda ham bir qator umumfalsafiy usullarni qo‘llash mumkin. Sanoatni boshqarishning sir-asrorlarini ilmiy asosda o‘rganish, tahlil qilish maqsadida quyidagi usullardan ham keng foydalaniladi:



4.13-rasm. Sanoat ishlab chiqarishini boshqarishdagi umumfalsafiy usullar

4.3. Sanoat korxonalarini tuzilmasini belgilovchi omillar

Tuzilma (struktura) tushunchasini korxonaning tarkibi, tuzilishi sifatida ko‘rib chiqish mumkin. Korxonaga qanchalik yirik bo‘lsa, uning ishlab chiqarish tuzilmasi shunchalik murakkab bo‘ladi.



4.14-rasm. Sanoat korxonalarining ishlab chiqarish tuzilmalari

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.

4.15-rasm. Sanoat korxonalarining ishlab chiqarish tuzilmalari tavsifi⁵⁵

Sanoat korxonasining tuzilmasi quyidagi omillar ta'siri ostida shakllanadi:

texnika va texnologiyaning xususiyatlari;

ishlab chiqarish hajmi;

ishlab chiqarishni tashkil qilish shakllari (ixtisoslashtirish, kooperatsiya, kombinatsiya, koordinatsiya);

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

ishlab chiqarishni avtomatlashtirish, mexanizatsiyalashtirish va robotlashtirish darajasi;

mulk shakli;

raqobat olib borish usullari hamda shakllari va hokazo.

4.16-rasm. Sanoat korxonasining tuzilmasiga ta'sir etuvchi omillar⁵⁶

⁵⁵ Muallif ishlanmasi

⁵⁶ Muallif ishlanmasi

«Tuzilma (tuzilma)» soʻzi elementlar birlashuvini ular orasidagi oʻzaro munosabat va aloqalarni bir butun tizim ekanligini anglatadi.

Tashkiliy tuzilmaga umumiy tavsif berib, uning ahamiyatini belgilovchi bir necha qoidalarni ajratib koʻrsatish mumkin:

1. Firmaning tashkiliy tuzilma menejmentning barcha vazifalarini muvofiqlashtiruvini taʼminlaydi.

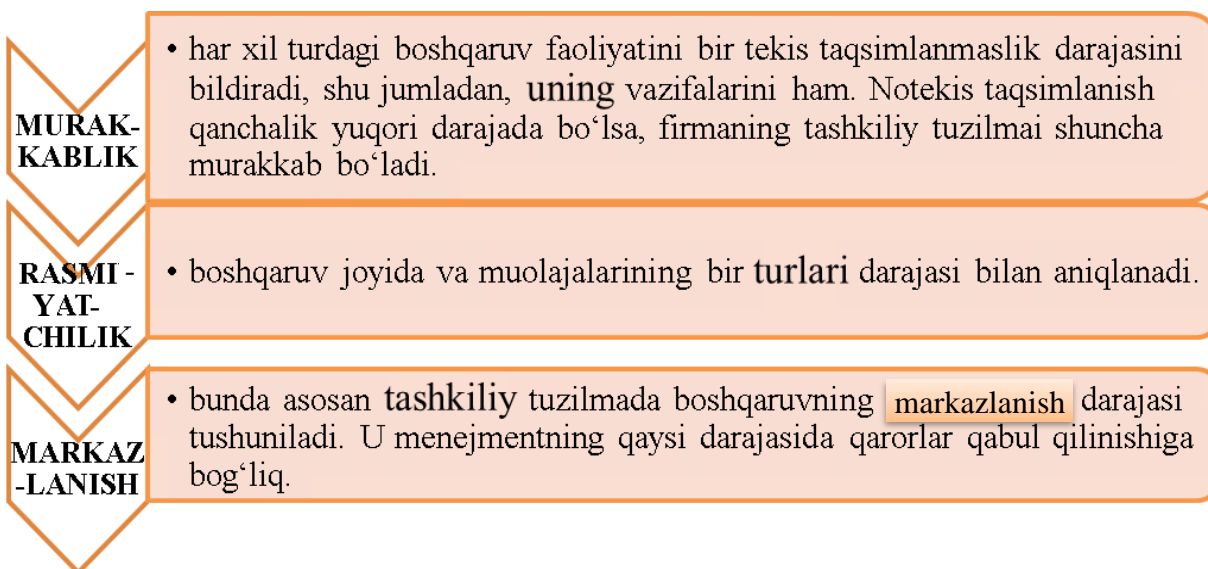
2. Tashkiliy tuzilma boshqaruv darajasining huquq va javobgarliklarini aniq belgilaydi.

3. Tashkiliy tuzilmaga firmaning samarali faoliyati, uning davomiy rivojlanishi bevosita boshliqning vazifasidir.

4. Firmada qabul qilingan tartib xizmatchilarning tashkiliy aloqalarini belgilaydi,shu bilan menejmentning uslubi va jamoaning sifatini aniqlaydi.

4.17-rasm. Tashkiliy tuzilmaning ahamiyatini belgilovchi qoidalar⁵⁷

Tashkiliy tuzilma asosan uch qismni birlashuvi orqali aniqlanadi: murakkablik, rasmiylik va markazlanish.



4.18-rasm. Tashkiliy tuzilmaning uch qismi⁵⁸

⁵⁷ Muallif ishlanmasi

⁵⁸ Muallif ishlanmasi

4.4. Sanoatda boshqaruvning zamonaviy shakllari

Zamonaviy korporatsiyalar boshqariladigan ijtimoiy tuzilma ekanligi e'tiborga olinsa, ular faoliyatini samarali tashkil qilmoq uchun korporativ boshqaruvning quyidagi eng muhim tamoyillarini tatbiq etish kabi ilmiy-amaliy masalalar hozirgi davr talabi hisoblanadi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Oliy Majlisga Murojaatnomasidagi quyidagi fikrlarini "Yangi yilda iqtisodiy islohotlarning pirovard maqsadi kambag'allikni qisqartirish va aholi farovonligini oshirishdan iborat bo'ladi. Ushbu strategik maqsadlarga hamma uchun teng imkoniyat yaratadigan yuqori iqtisodiy o'sish hisobiga erishiladi. So'nggi 4 yilda iqtisodiyotimizning barcha jabhalariga bozor mexanizmlarini joriy etish borasida jiddiy qadamlar tashlandi. Endigi vazifa – chuqur tarkibiy islohotlar orqali uzoq muddatli barqaror o'sishning poydevorini yaratishdan iborat. Shularni inobatga olib, keyingi yilda quyidagi yo'nalishlarda keng qamrovli ishlarni amalga oshiramiz" (Sh.Mirziyoyev, 2020).

O'zbekiston Respublikasining Mehnat kodeksi (1996-y.)ga muvofiq O'zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasiga muvofiq har bir shaxs mehnat qilish, erkin ish tanlash, haqqoniy mehnat shartlari asosida ishlash va qonunda belgilangan tartibda ishsizlikdan himoyalalanish huquqiga egadir. Har bir xodim: o'z mehnati uchun qonunchilikda Mehnatga haq to'lash yagona tarif setkasining birinchi razryadi bo'yicha belgilanganidan oz bo'lmagan miqdorda haq olish; muddatlari chegarasi belgilangan ish vaqtini o'rnatish, bir qator kasblar va ishlar uchun ish kunini qisqartirish, har haftalik dam olish kunlari, bayram kunlari, shuningdek, haq to'lanadigan yillik ta'tillar berish orqali ta'minlanadigan dam olish; xavfsizlik va gigiyena talablariga javob beradigan sharoitlarda mehnat qilish; kasbga tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish; ish bilan bog'liq holda sog'lig'iga yoki mol-mulkiga yetkazilgan zararining o'rnini qoplash; kasaba uyushmalariga hamda xodimlar va mehnat jamoalarining manfaatlarini

ifoda etuvchi boshqa tashkilotlarga birlashish; qariganda, mehnat qobiliyatini yo‘qotganda, boquvchisidan mahrum bo‘lganda va qonunda nazarda tutilgan boshqa hollarda ijtimoiy ta‘minot olish; o‘zining mehnat huquqlarini himoya qilish, shu jumladan sud orqali himoya qilish va malakali yuridik yordam olish.

Shuningdek, O‘zbekiston Respublikasining Fuqarolik kodeksi (1996) ga muvofiq esa, huquqiy nuqtayi nazaridan, mavjud xodimlarni baholashda, eng avvalo ularning shakllanishiga ta‘sir etuvchi tashqi omillarga, xususan mehnat bozoridagi vaziyatga e‘tiborni qaratmoq lozim. Zero, mehnat bozoridagi holat ko‘p jihatdan quyidagilarga bog‘liq: aholi soni, yoshi, jinsi salmog‘idagi o‘zgarishlar; tarmoq va hududiy bandlikdagi o‘zgarishlarga; qo‘shimcha ishchi kuchini yollash darajasiga; ishlab chiqarish hajmi, tarkibi va o‘sish sur‘atiga; mehnat resusrlarini boshqarish usuliga va boshqalar kiradi deya izoh berilgan.

O‘zbekiston iqtisodiyotini raqamlashtirish va ilg‘or innovatsion texnologiyalarni rivojlantirish sharoitida boshqaruvning murakkab jarayonlarini mikrodarajaga olib tushish shakllanayotgan boshqaruv tizimini tashkil qilishdagi barcha elementlarni mos holga keltirishni talab qiladi. Shuning uchun tashkilot faoliyatini baholashning yangi usul va shakllarini, shu jumladan mehnat munosabatlari va ko‘rsatkichlarini tahlil qilishning yangi usullarini ishlab chiqishga ehtiyoj paydo bo‘lmoqda. Hozirgi o‘ta globallashtirilgan zamonda kadrlarning noto‘g‘ri tanlanishi o‘z navbatida tashkilotlar uchun ko‘p yo‘qotishlarga sabab bo‘ladi.

Tashkilot rahbari yoki bevosita kadrlar (personal) bilan ishlovchi mutaxassisning kadrlarni tanlashda e‘tiborga olishi muhim bo‘lgan jihat insonning avval nima qilganini emas, balki endi nima qila olishi mumkinligini bila olishdir. Shu ma‘noda, kadrlarni tanlash va ishga qabul qilish, boshqarish va salohiyatidan unumli foydalanish jarayonida jahonning turli kompaniyalarida qo‘llab kelinayotgan texnologiyalarni tadqiq etib, ulardan milliy iqtisodiyotimizda foydalanish yo‘nalishlarini o‘rganish dolzarb masala bo‘lib qolmoqda (N.Rashidova, 2021).

Globalashuv, keng miqyosdagi integratsiya, barcha sohalarda yangi texnologiyalarni o‘zlashtirish, innovatsiyalarni joriy qilish – zamonaviy menejment – boshqaruv tizimi oldiga ham yangi talablarni qo‘ymoqda.

Zamonaviy korporatsiyalar boshqariladigan ijtimoiy tuzilma ekanligi e‘tiborga olinsa, ular faoliyatini samarali tashkil qilmoq uchun korporativ boshqaruvning quyidagi eng muhim tamoyillarini tatbiq etish maqsadga muvofiq.

Boshqaruv tamoyillari deganda, rahbarlik qilishning fundamental qoidalari tushuniladi. Ular iqtisodiy qonunlar harakati va boshqarish usullari bilan bog‘liq bo‘lgan voqeliklarning mohiyatini aks ettiradi.

Qisqacha xulosalar

Yirik miqyosda amalga oshiriladigan, har qanday to‘g‘ridan to‘g‘ri mehnat, amaldagi ishlab chiqarish u yoki bu darajada boshqaruvga muhtojdir. Shu sababli boshqaruv obyektiv zaruriyat va maqsadga yo‘naltirilgan jarayon sifatida namoyon bo‘ladi.

Respublika sanoatiga rahbarlik qilish O‘zbekiston davlatining iqtisodiy strategiyasiga asoslanadi va unga muvofiq amalga oshiriladi.

Boshqaruvning asosiy tamoyillari va usullari mavjud bo‘lib, ular jamiyat taraqqiyotining turli obyektlarida turlicha bo‘lishi mumkin. Ularning oqilona va izchil hamda bosqichma-bosqich amalga oshirish sanoat ishlab chiqarishi taraqqiyotini jadallashtirishga olib keladi.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Boshqaruvning mohiyati, ahamiyati, zaruriyati, maqsadi va vazifalari nimalardan iborat?
2. Boshqaruvning bozor iqtisodiyoti sharoitiga mos va xos tamoyillari va usullari-chi?
3. Sanoat boshqaruvining hozir ahvoli qanday?

4. Boshqaruvning istiqboli hamda uni iqtisodiy o‘shish va ishlab chiqarish samaradorligini oshirishga yo‘naltirish nimalarni taqozo etadi?

5. Boshqaruvda xorijiy mamlakatlar tajribasi va undan keng foydalanish nima uchun zarur?

Mustaqil ishlash uchun adabiyotlar ro‘yxati

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha xarakatlar strategiyasi to‘g‘risida»gi №PF-4947-sonli Farmoni. //Xalq so‘zi. 2017-yil 8-fevral.

2. Sh. M.Mirziyoyev. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo‘lishi kerak. –Toshkent: O‘zbekiston, 2017.–104 b.

3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi.//Xalq so‘zi, 23-dekabr, 2017-yil

4. Tirole, Jean (Tir) The Theory of Industrial Organization. MIT Press, 1992.

5. Church J., and R.Ware. (CW) Industrial Organization. A Strategic Approach. Irwin. 2000.

6. Ortiqov A. Sanoat iqtisodiyoti. Darslik. –T.: ”Sano-standart”, 2014.–304 b.

7. www.webofscience.com – Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi

8. www.search.ebscohost.com – Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi

V - BOB. SANOATDA KADRLAR VA MEHNATGA HAQ TO‘LASH

5.1. Kadrlar siyosati va uning sanoat taraqqiyotidagi roli

Sanoat ishlab chiqarishida nafaqat mehnat qurollari va mehnat buyumlari (ishlab chiqarish vositalari), balki kadrlar ham alohida ahamiyat kasb etadi.

O‘zbekiston Respublikasi bo‘yicha 2021-yil yanvar-dekabr oylarida iqtisodiy faoliyat turlari bo‘yicha o‘rtacha oylik ish haqining eng baland ko‘rsatkichi – Bank, sug‘urta, lizing, kredit va vositachilik faoliyati sohasi (8 292,9 ming so‘m)ga to‘g‘ri keldi. Shuningdek, o‘rtacha oylik ish haqi ko‘rsatkichi Axborot va aloqa (5 572,2 ming so‘m) hamda Tashish va saqlash (4 331,6 ming so‘m) sohalarida qolgan faoliyat turlariga nisbatan sezilarli yuqoriligi, Ta‘lim (2 313,1 ming so‘m) hamda Sog‘liqni saqlash va ijtimoiy xizmatlar ko‘rsatish (2 157,8 ming so‘m) iqtisodiy faoliyat turlarida esa nisbatan pastligini ko‘rish mumkin.



5.1-rasm. Iqtisodiy faoliyat turlari bo‘yicha o‘rtacha oylik ish haqi (2021-yil yanvar-dekabr, ming so‘m)⁵⁹

⁵⁹ Manba: O‘zbekiston Respublikasining statistika qo‘mitasi / www.stat.uz

O‘rtacha oylik ish haqi ko‘rsatkichi yil davomida bir maromda o‘tib bordi. Xususan, yanvar-dekabr oralig‘ida ish haqi muntazam o‘shishiga mehnatga haq to‘lashning eng kam miqdoriga ikki marotaba o‘zgartirish kiritilib, 822 000 so‘mga yetkazilgani asosiy ta’sir ko‘rsatdi.

Sanoat iqtisodiy faoliyat turi bo‘yicha o‘rtacha oylik ish haqining eng yuqori ko‘rsatkichi Navoiy viloyatida (5 936,3 ming so‘m) eng past ko‘rsatkichi esa Namangan viloyatida (2 226,6 ming so‘m) kuzatildi. Taqqoslash uchun 2020-yilning mos davrida ham Navoiy viloyatida (4 902,6 ming so‘m) eng ko‘p hamda mos ravishda Namangan viloyatida (2 205,4 ming so‘m) nisbatan past ko‘rsatkich kuzatilgan.



5.2-rasm. Sanoatning asosiy tarmoqlar bo‘yicha o‘rtacha oylik ish haqi (2021-yil yanvar-dekabr, ming so‘m)⁶⁰

Sanoat iqtisodiy faoliyat turi bo‘yicha o‘rtacha oylik ish haqining eng yuqori ko‘rsatkichi Navoiy viloyatida (5 936,3 ming so‘m) eng past ko‘rsatkichi esa Namangan viloyatida (2 226,6 ming so‘m) kuzatildi. Taqqoslash uchun 2020-yilning mos davrida ham Navoiy viloyatida (4 902,6 ming so‘m) eng ko‘p hamda mos ravishda Namangan viloyatida (2 205,4 ming so‘m) nisbatan past ko‘rsatkich kuzatilgan.

⁶⁰ Manba: O‘zbekiston Respublikasining statistika qo‘mitasi / www.stat.uz



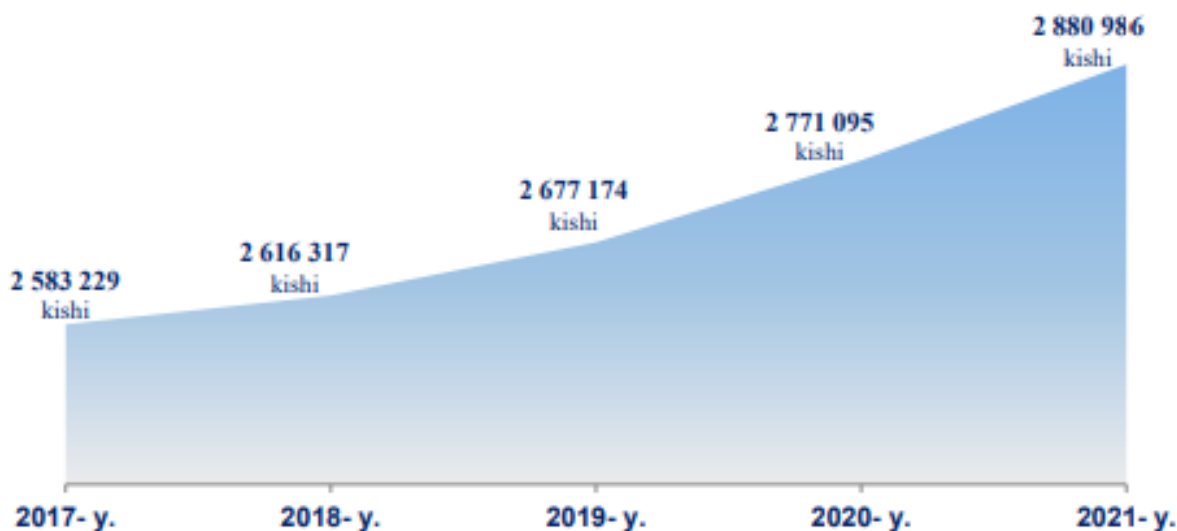
5.3-rasm. Korxonada va tashkilotlarda ishlovchi xodimlarning sohalarda taqsimlanishi (2021-yil yanvar-dekabr, ming so'm)⁶¹

2021-yil yanvar-dekabr oylarida Respublikadagi o'rtacha oylik nominal hisoblangan ish haqining 2020-yil mos davrlarga nisbatan o'sishiga e'tibor qaratadigan bo'lsak, eng yuqori o'sish sur'atlari Surxondaryo viloyatida – 130,3 %, Toshkent shahrida – 123,1 % hamda Qashqadaryo viloyatida – 123,1 %, nisbatan kam o'sish sur'ati esa Andijon viloyatida – 115,0 % va Navoiy viloyatida – 115,8 % qayd etildi. Oylar kesimida esa o'rtacha oylik nominal hisoblangan ish haqi yil davomida o'sib borib, dekabr oyida o'zining eng yuqori natijasini – 3 786,2 ming so'mni qayd etdi. Shu bilan bir qatorda yilning eng past ko'rsatkichi esa mos ravishda yanvar oyida – 2 659,0 ming so'mni tashkil etdi.

Iqtisodiy faoliyat turlarining nisbatan o'rtacha oylik ish haqi ko'p to'lanadigan turlarida nisbatan kamroq xodimlar, masalan, “Bank, sug'urta, lizing, kredit va vositachilik faoliyati”da – jami xodimlarning 2,2 % i, “Axborot va aloqa” – 1,2 % i ish bilan band qilinganligi, aksincha o'rtacha oylik ish haqi kamroq hisoblangan sohalarda xodimlar soni

⁶¹ Manba: O'zbekiston Respublikasining statistika qo'mitasi / www.stat.uz

ulushi nisbatan katta ekanligini ko‘rish mumkin – “Sog‘liqni saqlash va ijtimoiy xizmatlar ko‘rsatish” – 16,2 %, “Ta’lim” – 37,6 % .



5.4-rasm. Xodimlar soni dinamikasi (2021-yil yanvar-dekabr, ming so‘m)⁶²

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

BMT statistika komissiyasi 1966-yilgi 14-sessiyasida «Iqtisodiy faol aholi» tushunchasini joriy qilgan. Ularga moddiy ne‘matlar ishlab chiqarishida va xizmat qilishda qatnasha oladigan shaxslar majmuasi kiradi, deb aytilgan.

Mehnat resurslari deganda mehnatga qobiliyatli yoshdagi (ayollar 16-54, erkaklar 16-59 yoshda) ishchilar soni tushuniladi. Bu chegara qonun orqali belgilangan. Mehnat resurslari chegaralangan, lekin hayotda nogironlar, nafaqaxo‘rlar, yosh bolalar mehnat qobiliyatidan (ish kuchidan) foydalaniladi.

⁶² Manba: O‘zbekiston Respublikasining statistika qo‘mitasi / www.stat.uz

Har bir korxonada xodimlar siyosati ishlab chiqiladi va quyidagi maqsadlarga yo'naltirilgan bo'ladi:

- sog'lom va ishlash qobiliyatiga ega jamoani shakllantirishga;
- korxonada ishchilarining malaka darajalarini oshirishga;
- jinsi va yoshiga hamda malaka darajasiga ko'ra optimal tuzilgan mehnat jamoasini shakllantirishga;
- o'zgarib borayotgan holatlarni anglaydigan, yangi va ilg'or ishlab chiqarishni sezadigan va uzoqni ko'ra oladigan yuqori mahoratga ega rahbarlarni tanlashga.

Xodimlar siyosati o'z ichiga quyidagilarni oladi:

- xodimlar tanlash va yuqori lavozimlarga ko'tarish;
- kadrlar tayyorlash va uzluksiz ularning malakasini oshirish;
- to'liq bandlik sharoitida xodimlarni yollash;
- shakllangan ishlab chiqarish tizimiga muvofiq ishchilarni joylashtirish;
- mehnatni rag'batlantirish;
- mehnatni tashkil etishni takomillashtirish;
- korxonada ishchilari uchun qulay mehnat sharoitlarini yaratish va boshqalar.

Xodimlarni tanlashda, odatda, asosiy e'tibor uning ixtisoslashtirilgan bilimiga qaratiladi. Bu esa tez eskiradi. shuningdek, xodimlar va ishga kirmoqchi bo'lganlarning qaysilari o'z bilimini doimo oshirib borish qobiliyatiga ega ekanligiga e'tibor berilmaydi.

Gorvard universitetining prezidenti D.Bok ushbu holatga ishora bilan qayd etadiki: Agar siz bilim olishni qimmat deb hisoblasangiz, unda bilimsizlikdan keladigan zararni hisoblang. Savodsizlik va insoniy kapitalning yetarli darajada sifatli emasligi uchun biz qiladigan xarajati biz juda yuqori. shuning uchun kadrlarni o'qitish bu xarajat emas, balki ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish uchun, korxonada ishini doimiy takomillashtirib borish uchun zarur bo'lgan omil deb qarash zarur.

Yaponiyada korxonalar va firmalarning kadrlar siyosati birinchi o'ringda 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.

Germaniyada iqtisodiyot va ishlab chiqarish sohasidagi deyarli barcha o'zgarishlar kadrlar siyosati bilan bog'liqdir. Korxonalarining kadrlar salohiyatini shakllantirishda xodimlar malakasi va ma'lumot darajasi asosiy omil hisoblanadi.

Kadrlar siyosati Fransiya va Italiya korxonalarida ham yetakchi o'rinni egallaydi. Gretsiyada raqobatchilik tufayli kompaniya va firmalar ishlab chiqarishni doimiy ravishda modernizatsiya qilishlari, yangi texnologiyalarni qo'llashga yirik miqdordagi mablag'larni sarflashlariga to'g'ri keladi. Biroq modernizatsiyalashning yakuniy maqsadlariga xodimlar malakasi ishlab chiqarishning texnik darajasiga mos kelgan holdagina erishish mumkin. Shu sababli ko'plab sanoat korxonalarida ishchi va mutaxassislarning malakasini oshirish bo'yicha chora-tadbirlar majmuasini keng ravishda amalda qo'llaydilar.

5.2. Kadrlar, ularning tarkibi va strukturasi

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

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

- sanoat ishlab chiqarishi xodimlari;
- nosanoat ishlab chiqarishi xodimlari;

• **sanoat-ishlab chiqarish personali (S.ICH.P)** – asosiy va yordamchi sexlar, zavod boshqaruvi, laboratoriya, ilmiy-tadqiqot va

tajriba-loyihalashtirish bo'limlari (IT va TL.I), hisoblash markazi xodimlari;

- **noishlab chiqarish personali** – uy-joy, kommunal va yordamchi xo'jaliklarda, sog'liqni saqlash, profilaktika va ta'lim muassasalarida faoliyat yurituvchi xodimlar;

- **rahbarlar** – direktor, direktor o'rinbosarlari, bosh mutaxassislar, bo'lim va xizmat boshliqlari, ya'ni muhandis-texnik personal (MTP);

- **xizmatchilar** – hujjatlarni tayyorlash, hisob-kitob va nazorat qilish, xo'jalik xizmati xodimlari (agentlar, g'aznachilar, ish yurituvchilar, kotiblar, statistlar va hokazo).

Xodimlar soni deganda korxonada band bo'lgan barcha ishchi va xizmatchilarning umumiy soni tushuniladi⁶³. Bu ikki ko'rinishda bo'ladi:

1. Ro'yxatdagi xodimlar soni.
2. Ishga kelgan xodimlar soni.

Ro'yxatdagi xodimlar soni deganda korxonada ro'yxatiga kiritilgan doimiy, mavsumiy va vaqtinchalik ishlaydigan hamda shu korxonadan maosh oladigan barcha xodimlar tushuniladi.

Amaliyotda, ayniqsa, tahlil qilishda **o'rtacha ro'yxatdagi xodimlar soni** degan ko'rsatkich ham ishlatiladi. Bu bir oyga, bir chorakka, yarim yilga, to'qqiz oyga va bir yilga hisoblanishi mumkin.

Ishga kelgan xodimlar soni bir taqvim kunida faqat ishga kelgan xodimlardan iboratdir.

Mutaxassislik insonda ma'lum bir turdagi ishlarni bajarish uchun zarur bo'lgan bilim va ko'nikmalar majmuasining mavjudligi bilan tavsiflanadi. Masalan, iqtisodchi, buxgalter, moliyachi yoki texnik tilda - mexanik, quruvchi, energetik, geolog va boshqalar. Ishchilarning bilim va qobiliyatlariga bo'lgan talab Yagona tarif-malakaviy ma'lumotnomasida (YATMM) va xizmatchilarga esa lavozimlar malakasi

⁶³Abdulkarimov I.T. va boshqalar. Korxonada iqtisodiy salohiyati tahlili. – T.: Iqtisodiyot va huquq dunyosi, 2015, – 256 b.

ma'lumotnomada aks ettirilgan. Bu hujjatlar asosida korxonalar ishchi va xizmatchilar tariflariga o'zgartirishlar kiritadilar.

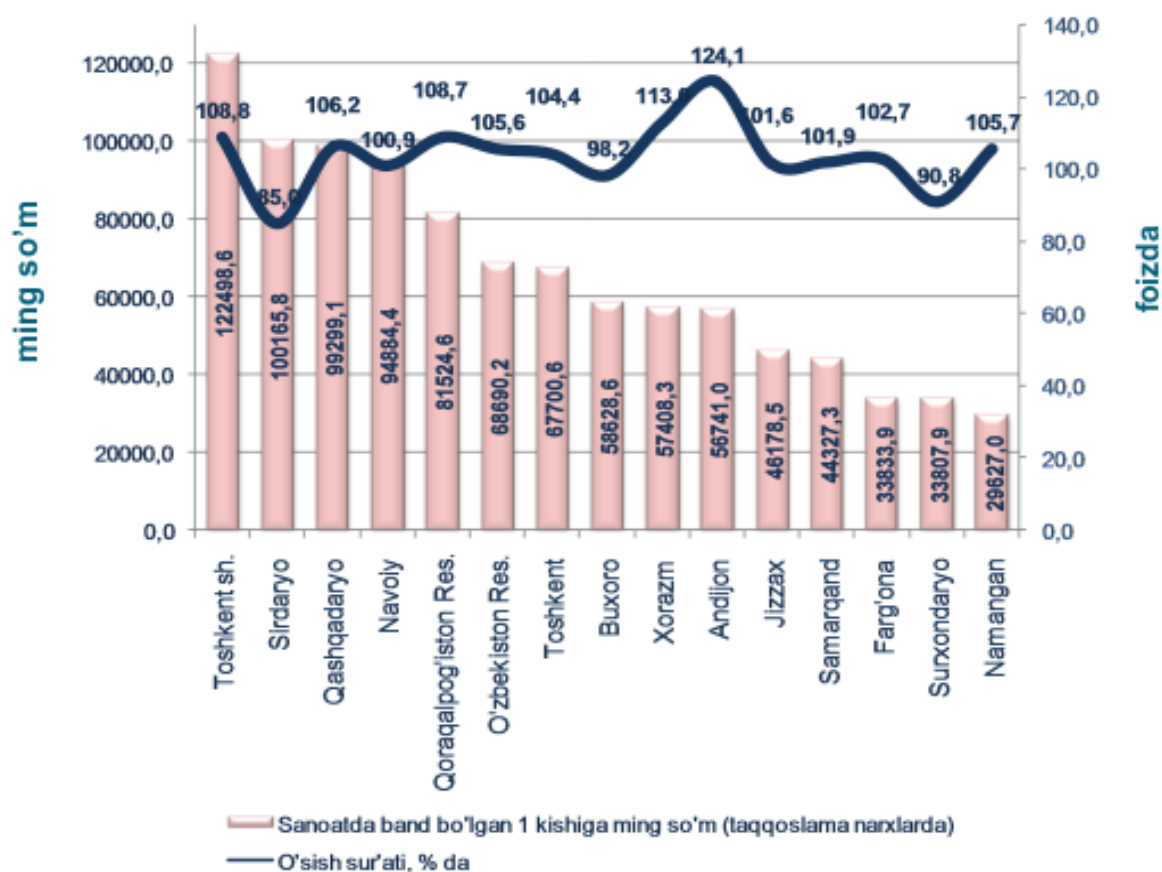
Kasb—faoliyatning maxsus va tor ko'rinishdagi turi bo'lib, mutaxassislik kabi nazariy bilim va amaliy ko'nikmalarni talab qilsada, mutaxassislikdan farqli ravishda ishlab chiqarishning o'ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqib qo'shimcha ko'nikmalarni ham talab qiladi.

Malaka deganda, biron-bir kasb yoki mutaxassilik bo'yicha murakkab ishlarni bajarish uchun zarur bo'lgan mehnat ko'nikmalari va bilimlar darajasi tushuniladi. Ishchilar malakasi darajasini baholashda o'rtacha tarif koeffitsiyenti va o'rtacha tarif razryadi hisoblanadi. Tarif razryadlari va koeffitsiyentlari bir vaqtning o'zida bajarilayotgan ishlar murakkabligini tavsiflovchi ko'rsatkichlar hisoblanadi.

5.3. Mehnat salohiyatidan foydalanish ko'rsatkichlari tizimi va aniqlash yo'llari

Mehnat salohiyatini baholash va tahlil qilish uchun ko'rsatkichlar tizimidan foydalaniladi. Bu ko'rsatkichlar iqtisodiy jihatdan turli guruhlariga mansub, chunki mehnat salohiyatining u yoki bu jihatlari ifodalaydi.

Sanoat ishlab chiqarishni modernizatsiya qilish, texnik va texnologik yangilash bo'yicha amalga oshirilgan choralar natijasida sanoatda band bo'lgan 1 kishiga mehnat unumdorligi 2017-yil yanvar-dekabr oylarida o'tgan yilga nisbatan 5,6% ga ko'payishi ta'minladi. shu bilan birga, respublikada o'rtacha ko'rsatkichidan (68690,2 ming so'm) mehnat unumdorligi ko'proq ekanligi Toshkent shahrida (122498,6 ming so'm), Sirdaryo (100165,8 ming so'm), Qashqadaryo (99299,1 ming so'm), Navoiy (94884,4 ming so'm) viloyatlarida va Qoraqalpog'iston Respublikasida (81524,6 ming so'm) kuzatildi.



5.5-rasm. 2017-yil yanvar-dekabr oylarida sanoatda mehnat unumdorligi (sanoatda band bo'lgan 1 kishiga ming so'm)⁶⁴

Mehnat salohiyatini ifodalovchi barcha ko'rsatkichlar iqtisodiy mazmunga qarab uch guruhga bo'linadi:

- mehnat salohiyati holatini ifodalovchi ko'rsatkichlar;
- mehnat salohiyati bilan ta'minlanganlikni ifodalovchi ko'rsatkichlar;
- mehnat salohiyati samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar.

Mehnat salohiyati holatini ifodalovchi ko'rsatkichlar tizimiga quyidagilarni kiritish mumkin:

1. Mehnat salohiyatining o'rtacha soni.
2. Mehnat salohiyatining tarkibi.
3. Mehnat salohiyatining oboroti.
4. Mehnat salohiyatining qo'nimsizligi.

⁶⁴ Manba: O'zbekiston Respublikasining statistika qo'mitasi / www.stat.uz

5. Mehnat salohiyatining turg'unligi.

Mehnat salohiyatining o'rtacha soni tahlil qilinayotgan hisobot davrida aniqlanadi. Buni hisoblash uchun mehnat salohiyatining davr boshidagi (Ms.db) va oxiridagi (Ms.do) soni qo'shib, ikkiga bo'linadi:

$$\mathbf{Ms = (Ms.db + Ms.do) / 2}$$

Mehnat salohiyati tarkibini tahlil qilganda xodimlarni alohida kategoriyalari bo'yicha aniqlash lozim. Masalan, umumiy mehnat salohiyatida oliy ma'lumotli xodimlar (Omx) ulushini yoki o'rta maxsus ma'lumotli xodimlar (O'mx) ulushi kabi ko'rsatkichlarni aniqlash mumkin.

$$\mathbf{Ms.t = O'mx / Ms}$$

$$\mathbf{Ms.t = Omx / Ms}$$

Bulardan tashqari, umumiy mehnat salohiyatida boshqaruv xodimlari ulushi, muhandis-texnik xodimlar ulushi kabi ko'rsatkichlarni ham aniqlash mumkin.

$$\mathbf{Ms.t = Msi / Ms}$$

bunda: Msi – mehnat salohiyatining alohida guruhlarini.

Mehnat salohiyati oborotini tahlil qilish ham hozirgi davrda katta ahamiyatga ega. Ushbu ko'rsatkichni aniqlash uchun barcha ishga qabul qilingan xodimlarga (Ms.q) ishdan bo'shatilgan xodimlarni (Ms.b) qo'shib, umumiy mehnat salohiyati soniga bo'lamiz:

$$\mathbf{Ms.ob = (Ms.q + Ms.b) / Ms.}$$

Ushbu ko'rsatkichni alohida ishga qabul qilingan va ishdan bo'shatilgan xodimlar bo'yicha ham aniqlash mumkin:

$$\mathbf{Ms.obk = Ms.q / Ms ; \quad Ms.ob.b = Ms.b / Ms}$$

Mehnat salohiyatining qo'nimsizligi umumiy mehnat salohiyatida salbiy oqibatlar natijasida ishdan bo'shatilgan xodimlarning ulushini ifodalaydi. Salbiy sabablar bilan ishdan bo'shaganlar tarkibiga o'z arizasi bilan bo'shaganlar ham kiradi. Ushbu ko'rsatkichni aniqlash uchun quyidagi formuladan foydalanish mumkin:

$$\mathbf{Ms.kun = Ms.salb / Ms.}$$

Mehnat salohiyatining turg'unligi ham uning holatini ifodalovchi muhim ko'rsatkichlardan biridir. Buni shu korxonada (firmada,

kompaniyada) uch yildan ortiq ishlagan xodimlar sonini (Ms 3 yildan ko'p ishlaganlar) mehnat salohiyatining umumiy miqdoriga bo'lish yo'li bilan aniqlash mumkin:

$$\mathbf{Ms.tur = Ms\ 3\ yildan\ ortik\ ishlaganlar / Ms.}$$

Mehnat salohiyati bilan ta'minlanganlikni ifodalash uchun quyidagi asosiy ko'rsatkichlar tizimidan foydalaniladi:

- mehnat salohiyati bilan shtat jadvalining ta'minlanganligi;
- mehnat salohiyati sig'imi;
- mehnat salohiyatining qurollanganligi;
- aylanma mablag'larning mehnat salohiyati bilan ta'minlanganligi.

Mehnat salohiyati bilan shtat jadvalining ta'minlanganligini (Ms.shj.t) aniqlash uchun bir qancha hisob- kitoblar qilish mumkin. Eng avvalo bu bo'yicha umumiy ko'rsatkichni aniqlash lozim. Buning uchun mehnat salohiyatining haqiqiy miqdori (Ms.x) uning shtat jadvalidagi miqdoriga (Ms.shj) bo'linadi:

$$\mathbf{Ms.shj.t = Ms.x / Ms.shj.}$$

Mehnat salohiyatining sig'imi (Ms.sg') ham ushbu guruhga **kiruvchi muhim ko'rsatkichlardan biri. Uni aniqlash uchun mehnat salohiyati miqdorini (Ms) yaratilgan (sotilgan) mahsulot (ish, xizmat) hajmining (Q) miqdoriga bo'linadi:**

$$\mathbf{Ms.sg' = Ms / Q}$$

Mehnat salohiyatining qurollanganligi yoki asosiy vositalar faol qismining mehnat salohiyati bilan ta'minlanganligini aniqlash uchun asosiy vositalarning faol qismi (Av.f) mehnat salohiyati miqdoriga (Ms) bo'linadi yoki teskarisi:

$$\mathbf{Ms.qur = Av.f / Ms\ yoki\ Ms.t = Ms / Av.f.}$$

Aylanma mablag'larning mehnat salohiyati bilan ta'minlanganligi (Aym.Ms) ham mehnat salohiyatini tahlil qilishda va boshqa ko'rsatkichlar o'zgarishiga shu bilan bog'liq omillarning ta'sirini aniqlashda qo'llaniladi. Buni aniqlash uchun mehnat salohiyati miqdorini (Ms) aylanma mablag'lar hajmiga (Aym) bo'lish lozim:

$$\mathbf{Aym.Ms= Ms/Aym.}$$

Mehnat salohiyatidan foydalanish samaradorligi ko'rsatkichlariga quyidagilar kiradi:

- mehnat salohiyatining natijaviyligi;
- mehnat salohiyatining rentabelligi;
- mehnat salohiyatining daromadliligi.

Ushbu ko'rsatkichlarning har birini aniqlash yo'llarini alohida ko'rib chiqish maqsadga muvofiqdir.

Mehnat salohiyatining natijaviyligi ($Ms.n$) natijaning mehnat salohiyatiga nisbati bilan aniqlanadi.

Agar natijani «Q» deb belgilasak, uning mehnat salohiyatiga (Ms) nisbati, ya'ni mehnat salohiyatining natijaviyligi quyidagicha aniqlanadi:

$$\mathbf{Ms.n=Q/Ms.}$$

Buni boshqacha so'z bilan mehnat unumdorligi deb ham atash mumkin.

Mehnat salohiyatining rentabelligi ($Ms.r$) har bir mehnat salohiyati birligiga to'g'ri keladigan foyda (F) miqdorini ifodalaydi. Uni aniqlash uchun foyda summasining mehnat salohiyatiga (Ms) nisbati olinadi:

$$\mathbf{Ms.r=F/Ms.}$$

Mehnat salohiyatining daromadliligi ($Ms.d$) ham uning samaradorligini ifodalovchi muhim ko'rsatkichlardan biridir. Uni aniqlash uchun yalpi daromad summasini (D) mehnat salohiyati miqdoriga (Ms) bo'linadi:

$$\mathbf{Ms.d=D/Ms.}$$

5.4. Kadrlarni tanlash va joy-joyiga qo'yish

Kadrlarni tanlash, ularni joy-joyiga qo'yish, ulardan oqilona foydalanish va tarbiyalash masalasi kadrlar siyosatining, umumiy iqtisodiyotning, shu jumladan, makro va mikroiqtisodiyotning eng muhim masalalaridan biri hisoblanadi.

Kadrlarni tanlashda, joy-joyiga qo‘yish va tarbiyalashda, ulardan foydalanish quyidagi tamoyillarga alohida e‘tibor berish kerak:

- aql-idrok, did va farosat;
- qat’iylik, matonatlilik, prinsipiiallik, 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‘nikmalari darajasini, faoliyatining samaradorligini, ishdagi, xizmatdagi va boshqa sohalardagi fazilatlarini, egallab turgan lavozimiga to‘g‘ri kelishi yoki kelmasligini aniqlab olish bo‘yicha bajariladigan jarayon va ish tartibidir.

Kadrlar attestatsiyasi xodimlarning sifat tarkibini yaxshilash, ularni oqilona joy-joyiga qo‘yish, xodimlarni topshirilgan ish uchun javobgarligini kuchaytirishga qaratiladi. Attestatsiya xodimlar egallab turgan lavozimlariga qanchalik munosib ekanligini aniqlashning asosiy vositasi sifatida xizmat qiladi.

Respublikada bozor iqtisodiyoti davrida kadrlar tayyorlash borasida bir qator yangi talablar yuzaga keldi. Ular orasida eng muhimlari quyidagilardir:

- 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.

Boshqaruvning barcha darajalarida inson rolining ortib borishi, iqtisodiyotda, shu jumladan, sanoatda keng qamrovli tarkibiy o'zgarishlar sodir bo'lishi va raqobat darajasining o'sishi kadrlarni boshqarishga yondashuvni o'zgartirishni taqozo etadi. Bunday yondashuvlar 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;
- instituksional maqsadlarga erishish;
- o'z jamoasi va xodimlarining manfaat va ehtiyojlarini to'laroq qondirish.

5.5. Kadrlar malakasini oshirish va ularni qayta tayyorlash

Sanoatda kadrlar malakasini oshirish va ularni qayta tayyorlash mutaxassislarning bilim va ilm darajasini 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;

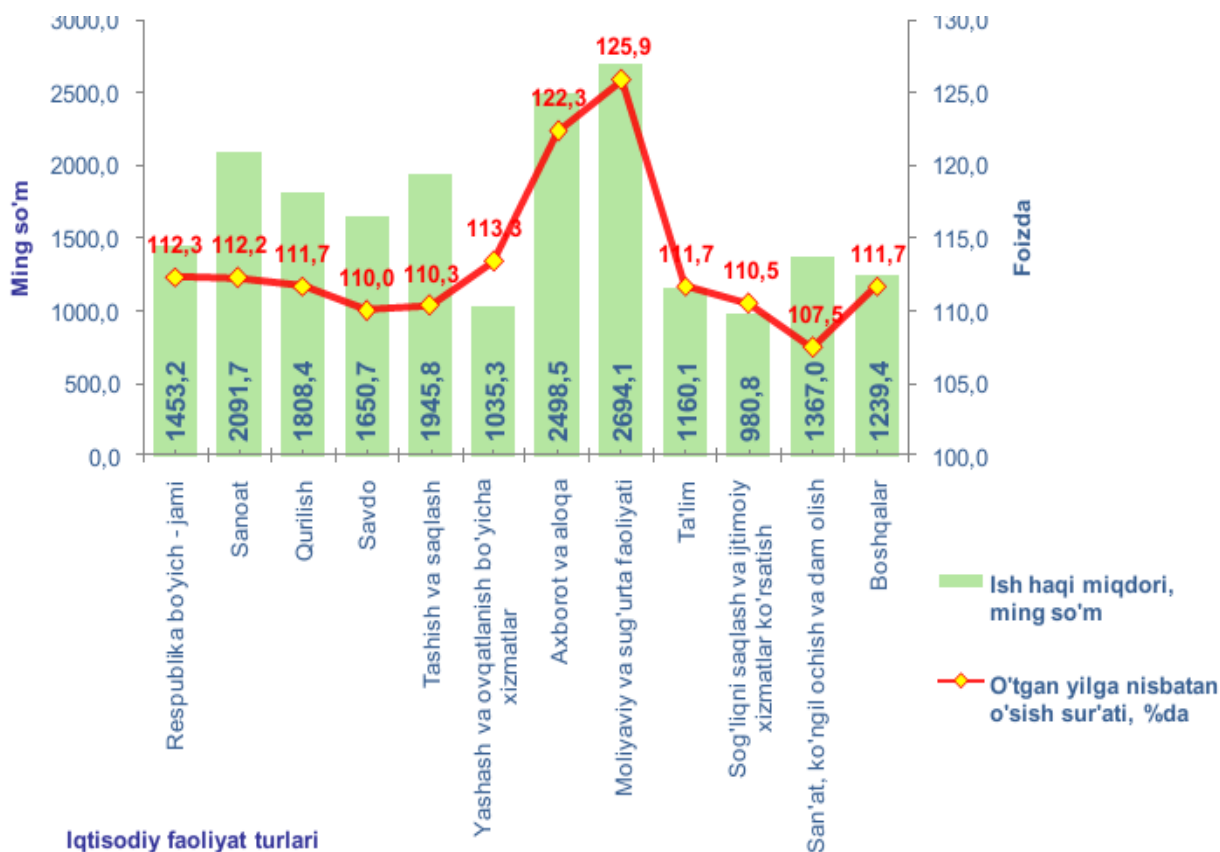
– professional treningning ilg’or texnologiya va uskunalarini, shuningdek, murakkab, fan yutuqlarini talab qiluvchi texnologiya jarayonlari imitatorlarini ishlab chiqish, yaratish va amaliy o’zlashtirib olish.

Kadrlar tayyorlash va qayta tayyorlash tizimida xalqaro hamkorlik alohida ahamiyat kasb etadi.

5.6. Mehnatga haq to’lashning funksiyalari va tamoyillari

Mehnat — har bir shaxs va umuman, jamiyat ehtiyojlarini qondirish uchun zarur bo’ladigan moddiy va ma’naviy ne’matlar yaratish sohasidagi maqsadga muvofiq faoliyatdir.

Dastlabki ma’lumotlarga ko’ra, 2017-yil yanvar-dekabr oylarida O’zbekiston Respublikasida o’rtacha oylik nominal hisoblangan ish haqi 1 453,2 ming so’mni (ish haqiga ustama, mukofot, rag’batlantirish xususiyatiga ega to’lovlar, kompensatsiya va ishlanmagan vaqt uchun haq kabi to’lovlar kiritilgan, shuningdek, uning tarkibida jismoniy shaxslar daromad solig’i, ijtimoiy sug’urta va kasaba uyushmasiga to’lovlar ham mavjud) tashkil etib, 2016-yilning mos davriga nisbatan 12,3 % ga o’sgan.



9.6-rasm. O'rtacha oylik nominal hisoblangan ish haqi miqdori va o'sish sur'ati (2017-yil yanvar-dekabr, qishloq xo'jaligi va kichik tadbirkorlik subyektlaridan tashqari)⁶⁵

Iqtisodiy faoliyat turlari bo'yicha o'rtacha oylik nominal hisoblangan ish haqi eng yuqori moliyaviy va sug'urta faoliyatida 2 694,1 ming so'mni (respublikadagi o'rtacha oylik ish haqiga nisbatan 85,4 % ga ko'p), axborot va aloqada 2 498,5 ming so'mni (71,9 %), sanoatda 2 091,7 ming so'mni (43,9 %), tashish va saqlashda 1 945,8 ming so'mni (33,9 %), qurilishda 1 808,4 ming so'mni (24,4 %) tashkil etgan.

Iqtisodiy faoliyat turlari bo'yicha 2016-yilga nisbatan o'rtacha oylik ish haqining yuqori o'sish sur'atlari moliyaviy va sug'urta faoliyatida (25,9 %), axborot va aloqada (22,3 %), yashash va ovqatlanish bo'yicha xizmatlarda (13,3 %) kuzatildi.

⁶⁵ Manba: O'zbekiston Respublikasining statistika qo'mitasi / www.stat.uz

Ish haqining mohiyati uning ijtimoiy ishlab chiqarish bosqichlari bo‘lgan mahsulot ishlab chiqarish, uni taqsimlash, ayirboshlash va iste’mol qilishda bajaradigan funksiyalari (vazifalari)da namoyon bo‘ladi:

1. Takror hosil qilish funksiyasi.
2. Rag‘batlantiruvchi funksiya.
3. O‘lchov-taqsimlash funksiyasi.
4. Resurslarni joylashtirish funksiyasi.
5. Aholining to‘lovga qodir talabini shakllantirish funksiyasi.

Yuqorida aytib o‘tilgan funksiyalarni amalga oshirish uchun quyidagi eng muhim tamoyillarga rioya qilinishi zarur:

1. Ishlab chiqarish va mehnat samaradorligi yuksalib borgan sari real ish haqining ortib borishi.

2. Mehnat unumdorligi o‘rishini o‘rtacha ish haqining o‘rish sur‘atlaridan ilgarilovchi sur‘atlarini ta‘minlash (yoki mahsulot ishlab chiqarish hajmlari sur‘atining iste’mol fondlari o‘rishi sur‘atlaridan ortib ketishi).

3. Xodimning korxonada faoliyati natijalariga qo‘shgan mehnat hissasiga, mehnat mazmuni va sharoitlariga, korxonada joylashgan mintaqaga, uning qaysi tarmoqqa mansubligiga qarab ish haqini tabaqalash-tirish.

4. Barobar (teng) mehnat uchun barobar haq to‘lash.

5. Mehnatga haq to‘lashni davlat yo‘li bilan boshqarish va tartibga solib turish.

6. Mehnatga haq to‘lash shakllari va tizimlarining oddiyligi, mantiqiyliigi va qulayliigi.

Ish haqini tashkil etishning qayta qurilishi bozor talablariga muvofiq quyidagi vazifalar hal etilishini nazarda tutadi:

– har bir xodimning o‘z mehnati samaradorligi rezervlarini aniqlash va foydalanishdan manfaatdorligini oshirish, ishlamasdan pul mablag‘lariga ega bo‘lish imkoniyatlariga barham berishini;

– mehnatga haq to‘lashda tekislik hollarini bartaraf etish, ish haqining ham yakka tartibdagi, ham jamoa mehnati natijalariga bevosita bog‘liqligiga erishishni;

– turli toifadagi va kasb-malakali guruhlariga mansub bo‘lgan xodimlar mehnatiga haq to‘lash nisbatlarini optimallashtirish, bunda bajariladigan ishlarning murakkabligini, kasblarning noyobligini e‘tiborga oladigan mehnat sharoitlari, shuningdek, pirovard natijalarga erishishga intilayotgan turli xodimlar guruhlari va ishlab chiqarish raqobatbardoshligining ta‘sirini hisobga olishni.

5.7. Mehnatga haq to‘lashning tarif tizimi va uning elementlari

Korxonalarda mehnatga haq to‘lashni tashkil etishning asosiy elementlari – mehnatni normalash, tarif tizimi, ish haqining shakllari va tizimlaridir. Har bir element qat‘iy belgilangan vazifasiga egadir⁶⁶.

Mehnatni normalash – bu ilmiy asoslangan mehnat xarajatlarini va uning natijalarini: vaqt normalari, soni, xizmat ko‘rsatishning boshqarilishi, mahsulot ishlab chiqarish normalangan topshiriqlari normalarini aniqlashdir. Bular bo‘lmasa, mehnat miqdorini, har bir xodimning umumiy natijalarga qo‘shgan alohida hissasini hisobga olib bo‘lmaydi.

Ish haqining shakllari va tizimlari – bu mehnatning miqdor natijalari va sifatiga (uning murakkabligi, intensivligi, shart-sharoitlariga) bog‘liq ravishda ish haqini belgilash mexanizmidir.

Tarif tizimi turli normativ materiallar majmuidan iborat bo‘lib, ular yordamida korxonadagi xodimlarning ish haqi darajasi ularning malakasiga, mehnat sharoitlariga, korxonalar o‘rnashgan jo‘g‘rofiy joyi va boshqa tarmoq xususiyatlariga qarab belgilanadi.

Tarif tizimining asosiy elementlariga tarif setkalari, tarif stavkalari, tarif-malaka ma‘lumotnomalari, lavozim maoshlari, xizmatchilar

⁶⁶Abdurahmonov Q.X., Xolmo‘minov Sh.R., Bakiyeva I.A., Qurbonov S.P. Mehnat iqtisodiyoti (o‘quv qo‘llanma) – T.: TDIU, 2016. -105-108 bet.

lavozimlarining tarif ma'lumotnomalari, tarif stavkalariga ustama va qo'shimcha haqlar, ish haqiga doir mintaqaviy malaka koeffitsiyentlari kiradi.

Tarif setkasi – razryadlar shkalasidan iborat bo'lib, ularning har biriga o'z tarif koeffitsiyenti berilgan.

Tarif stavkasi – ish vaqti birligi hisobiga mehnatga haq to'lashning pul bilan ifodalangan mutlaq miqdoridir.

Tarif setkasi yoki tarif tizimi shunday tizimki, unda kasblar va lavozimlarning razryadiga qarab lavozim maoshini hisoblash uchun miqdorlar, koeffitsiyentlar keltirilgan bo'ladi. Butun respublikada shunday turdagi va bir xil razryaddagi kasb, lavozim uchun mehnat haqi miqdori shu tarif setkadan kelib chiqib hisoblanadi.

Tarif koeffitsiyenti tegishli razryaddagi kasb yoki lavozimga to'lanadigan mehnat haqining eng kam oylik ish haqiga nisbatini bildiradi. **Masalan**, 15-razryaddagi kasb yoki lavozimning koeffitsiyenti 2,561 ekan. Demak, bu kasb yoki lavozimga eng kam oylik ish haqining 2,561 baravari miqdorida haq to'lanishi kerak.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Mehnatga haq to'lash, pensiyalar va boshqa to'lovlar miqdorlarini aniqlash tartibini takomillashtirish to'g'risida" 2019-yil 21-may PF-5723-son qaroriga 1-ilova bilan tasdiqlangan bo'lib, u quyidagicha:

Mehnatga haq to‘lash yagona tarif setkasi ⁶⁷

Mehnatga haq to‘lash razryadlari	Tarif koeffitsiyentlari
1	1,000
2	1,053
3	1,106
4	1,158
5	1,269
6	1,384
7	1,505
8	1,630
9	1,755
10	1,883
11	2,014
12	2,148
13	2,284
14	2,421
15	2,561
16	2,704
17	2,847
18	2,993
19	3,141
20	3,292
21	3,444
22	3,597

⁶⁷ Manba: O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2009-yil 21-iyuldagi “Mehnatga haq to‘lashning yagona tarif setkasini yanada takomillashtirish to‘g‘risida”gi 206-son qarori// O‘zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to‘plami, 2009-y., 30-31-son, 344-modda; 2012-y., 2-son, 17-modda

VI - BOB. KORXONADA TAKTIK VA STRATEGIK REJALASHTIRISH

6.1. Strategik rejalantirishning mohiyati va vazifalari

Strategik rejalashtirish - bu korxonaning missiyasi va maqsadlarini aniqlash, kelajakda korxonada faoliyatini samarali tashkil etishni ta'minlash uchun zarur bo'ladigan resurslarni aniqlash va ularga ega bo'lishda mahsulot strategiyalarini tanlash jarayonlaridir.

Strategik rejalashtirish jarayoni boshqarish yechimlarini qabul qilishda yordam beruvchi vosita bo'lib hisoblanadi. Uning vazifasi tashqi muhitda sodir bo'ladigan o'zgarishlarga tegishli javob qaytarish uchun zarur bo'ladigan yangiliklarni va o'zgarishlarni ta'minlashdir. Strategiyani rejalashtirish u yoki bu holdagi tezkor harakat bilan yakunlanmaydi. U korxonada pozitsiyasining o'sishi va mustahkamlanishini ta'minlashga qaratilgan umumiy yo'nalishlarni belgilash bilan tugaydi.

Korxonadagi hamma bo'linmalar, ularning birga faoliyat ko'rsatishlarini to'g'ri yo'lga qo'yish va baholash uchun rejalar tizimini tashkil etish zarurdir.

Strategik boshqarishning mohiyatini kengroq tushunish uchun tijorat va notijorat korxonalarining tashkiliy «hulqi»ga e'tiborni qaratish maqsadga muvofiqdir. Bu juda muhimdir. Chunki tashkiliy «hulq» stili bilan boshqarish ko'rinishlari o'rtasida uzviy bog'liqlik bor. Tashkiliy «hulq» stili asosan ikki xil ko'rinishda bo'ladi:

O'sishga asoslangan (inkrementalistli). Bunda «erishilgan»dan kelib chiqqan holda maqsadni qo'yish bilan izohlanadi va mavjud (shakllangan) hulq stilidan minimal og'ishga qaratilgan (korxonada ichida ham, tashqi muhit bilan munosabatlarda ham). Bu konservativ stil bo'lib, yirik tarmoq korxonalariga amal qilishadi.

Ishbilarmonlikka asoslangan. Bu o'zgarishlarga, kelajakdagi xavflarni yengishga va yangi imkoniyatlarga intilish bilan izohlanadi. Bunda ko'p sonli muqobil strategiyalarni ishlab chiqish va ulardan optimalini tanlab olishda boshqarish yechimlari keng izohlanadi.

Ishbilarmonlikka asoslangan korxonada davomiy o'zgarishlar zanjiriga intiladi. Chunki bo'lajak faoliyatining samaradorligini va muvaffaqiyatini shunda deb biladi. Bu agressiv stil bo'lib, o'sishga va rivojlanishga qaratilgan. Bunga faoliyat samaradorligi bevosita bozor sinovlari bilan bog'liq bo'lgan tijorat korxonalarini amal qilishadi.

Strategik korxonaning maqsadi va tashqi muhit munosabatlariga bevosita bog'liqdir.

Strategik boshqarishdan farqli ravishda tezkor boshqarish korxonada maqsadlariga erishish uchun mavjud bo'lgan strategik pozitsiyadan foydalanish bilan shug'ullanadi. Tijorat korxonasida tezkor boshqarish masalalari bilan shug'ullanuvchi rahbar firma potensialini real foydaga aylantirilishi lozim. Uning vazifalari quyidagilar iborat:

- umumiy tezkor masalalarni aniqlash;
- moyillik, koordinatsiya hamda bo'linma rahbarlari va ijrochilarni nazorat qilish.



6.1-rasm. Strategik boshqarish tizimi biri ikkinchisini to'ldiruvchi ikkita kichik tizimdan iborat.⁶⁸

Tijorat korxonalarini boshqarish tizimi biri ikkinchisini to'ldiruvchi ikkita boshqarish faoliyatini o'z ichiga oladi – strategik boshqarish

⁶⁸ Mualliflar tomonidan tuzilgan.

(korxonaning kelajakdagi potensialining rivojlanishi bilan bog‘liq) va tezkor boshqarish (mavjud potensialni foydaga aylantirish bilan bog‘liq). Strategik boshqarish tadbirkorlik tashkiliy «hulq»ni talab qiladi, tezkor boshqarish esa o‘shish «hulq»ga asoslanadi.

6.2. Strategik boshqarish uslubiyoti

Strategik boshqarish uslubiyotining yuzaga kelishi va amaliy qo‘llanishi birinchi navbatda korxonaning tashqi muhitida sodir bo‘ladigan o‘zgarishlarning xarakteridan kelib chiqadigan obyektiv sabablardan kelib chiqadi.

1. Boshqarishni nazorat qilish asosida boshqarish. Bunda korxonaning o‘zgarishlari voqealar sodir bo‘lgandan keyin paydo bo‘ladi. Bu reaktiv moslashish korxonaga ko‘proq xosdir, lekin o‘zgarishlarning murakkabligi, yangi strategiyani ishlab chiqish va unga tizimni moslashtirishni tushunib yetish ko‘p vaqtni talab etadi. O‘zgarishlar sur‘atlarining o‘shishi sharoitida bu ma’qul emasdir.

2. Ekstropolatsiya asosida boshqarish.

O‘zgarishlar sur‘ati tezlashadi, lekin oldingi tendensiyalarni ekstrapolatsiya qilish yo‘li bilan kelajakni ko‘ra olish mumkin (uzoq muddatli rejalashtirish). Ekstropolatsiya mantiqan o‘tgan davrdagi qonuniyatlarni kelgusi istiqbolga o‘tkazishni anglatadi. Boshqacha qilib aytganda, ekstrapolatsiya tabiatan istiqbol amalidagi holatdan kelib chiqadi va rejaga nisbatan yaxshi bo‘linishi taxmin qiladi. Shu xususiyatga asosan kelajakni ekstrapolatsiya uslubi orqali bashorat qilish samarali bo‘lishiga katta umid qilinadi.

3. O‘zgarishlarni oldindan ko‘ra olish asosida boshqarish.

Kutilmagan hodisalar ro‘y bera boshlaydi va o‘zgarishlar darajasi tezlashadi, lekin unchalik darajada emaski, bo‘lajak qonuniyatlarni oldindan ko‘ra olish va tegishli strategiyani ishlab chiqish yo‘li bilan ularga hozirjavoblikni aniqlashni o‘z vaqtida iloji bo‘lmay qolsa (strategik rejalashtirish).

4. Tezkor yechimlar qabul qilish asosida boshqarish.

Hozirgi vaqtda, ko‘p sonli muhim masalalar shunchalik tez paydo bo‘lmoqdaki, ularni o‘z vaqtida ko‘ra olish mumkin bo‘lmaydigan sharoitlarda shakllanayapti (strategik boshqarish).

6.3. Strategik marketingni rejalashtirish

Bozor sharoitida boshqaruvning asosiy subyekti sifatida bozor infratuzilmasining elementi bo‘lib namoyon bo‘luvchi firmani ta’kidlash mumkin. Bu holda firma deganda, xo‘jalik yuritish zonasiga kiruvchi, tovar bozorida mavjud bo‘lgan talabni qondirish darajasida qator funksiyalarni amalga oshiruvchi xo‘jalik iqtisodiy tizimi tushuniladi. Shu bir vaqtda har qanday firma faoliyatning turidan qat’i nazar bozor sharoitida samarali ishlashi uchun yoki bozorda quyidagilarga ega bo‘lishi kerak:

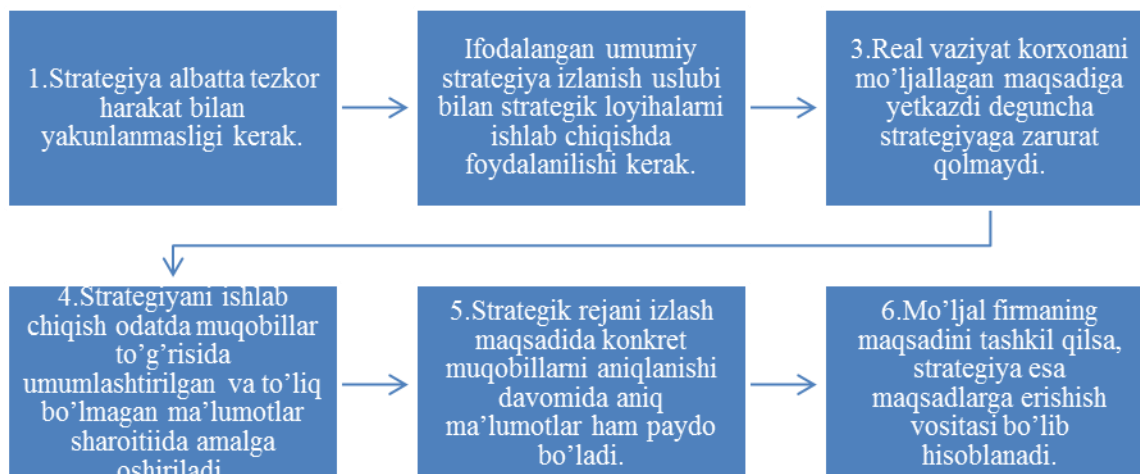
- faoliyat strategiyasi;
- strategik maqsadlarga erishishni ta’minlovchi boshqaruv konsepsiyasi;
- firma faoliyatining mezonlariga nisbatan optimal bo‘lgan boshqaruv konsepsiyasini amalga oshirish modeli;
- strategik rejalashtirish va boshqarish jarayonlariga ma’lumotli xizmat ko‘rsatish tizimi.

1. Strategiya albatta tezkor harakat bilan yakunlanmasligi kerak. Strategiyani ishlab chiqish firmaning o‘sishi va mustahkamlanishini ta’minlovchi umumiy yo‘nalishlarni belgilash bilan yakunlanadi.

2. Ifodalangan umumiy strategiya izlanish uslubi bilan strategik loyihalarni ishlab chiqishda foydalanilishi kerak.

Strategiya ma’lum uchastkalarda imkoniyatlarni mujassamlash hamda strategiyaga mos kelmaydigan boshqa imkoniyatlarni uloqtirishni ta’minlashi kerak.

3. Real vaziyat korxonani mo‘ljallagan maqsadiga yetkazdi deguncha strategiyaga zarurat qolmaydi.



6.2-rasm. Erkin bozor munosabatlari sharoitida strategiyaning o'ziga xos xususiyatlari⁶⁹

4. Strategiyani ishlab chiqish, odatda, muqobillar to'g'risida umumlashtirilgan va to'liq bo'lmagan ma'lumotlar sharoitida amalga oshiriladi.

5. Strategik rejani izlash maqsadida konkret muqobillarni aniqlanishi davomida aniq ma'lumotlar ham paydo bo'ladi. Shunday qilib, strategiyaning muvofiqli ishlatilishi aksiy aloqalarsiz mumkin emas.

6. Mo'ljal firmaning maqsadini tashkil qilsa, strategiya esa maqsadlarga erishish vositasi bo'lib hisoblanadi. Mo'ljal almashganda strategiya ham o'zgaradi. Strategiya va mo'ljallar boshqaruv iyerarxiyasining pog'onalari va faoliyat vaziyatiga qarab o'z joylarini almashishlari mumkin.

6.4. Innovatsion strategiya turlarining bir-biri bilan aloqadorligi hamda tavsifi

Innovatsion strategiyalarning quyidagi asosiy turlari mavjud bo'lib, ularning har biri o'ziga xos xususiyatlarga ega. Ijodiy imitatsiya. «Ijodiy imitatsiya» atamasi mohiyatiga ko'ra, «imitatsiya (o'xshatish)» deb

⁶⁹ Mualliflar tomonidan tuzilgan.

nomlanadigan strategiyani tavsiflaydi, chunki tadbirkor kimdir qo‘l urgan bironta yangilikni amalga oshirishga kirishadi. Shu bilan birga ushbu strategiya «ijodiy» ham sanaladi, chunki undan foydalanishga qaror qilgan tadbirkor yangilik kiritishning mohiyatini uning muallifidan ham yaxshi tushunadi deb taxmin qilinadi.

Ijodiy imitatsiya strategiyasining ma‘nosi quyidagidan iborat: tadbirkor kimdir bironta yangilikni, faqat shunga yaqin darajada yaratishini kutib turganday bo‘ladi. Bunday yangilik paydo bo‘lishi bilan, strategiya yoki aniqroq aytadigan bo‘lsak, bu strategiyani qo‘liga qurol qilib olgan kompaniya harakatga kirishadi va qisqa vaqtdan keyin xuddi shu, lekin takomillashtirilgan, uning uchun pul to‘lashga tayyor bo‘lgan iste‘molchini qondirishga qodir bo‘lgan yangilik bilan ishtirok etadi.

Xuddi bundan oldingi strategiya kabi, «ijodiy imitatsiya» strategiyasi bozorda ustunlik qilishga bo‘lmasa-da, tarmoqda yoki bozorda yetakchilik qilishga yo‘naltiriladi. Bunda ushbu strategiya ancha kamroq riskka ega bo‘ladi. Ijodiy imitator harakat boshlagan paytga kelib, bozor shakllanib bo‘lgan va yangilik qabul qilingan bo‘ladi. Amaliyotda ko‘pchilik hollarda shunday vaziyat vujudga keladiki, bunda yangilikka talab uning dastlabki yaratuvchisi ega bo‘lgan imkoniyatlardan ancha katta bo‘ladi. Shunday bo‘lsa ham, bu strategiya riskdan batamom xoli emas. Ijodiy imitatorlar o‘zini turli muvaffaqiyatsizliklardan sug‘urta qilish istagida o‘z harakatlarini «sochilishi»ga osonlik bilan yo‘l qo‘yadi. Boshqa bir xavf vaziyatni noto‘g‘ri baholash va bozor munosabatlari nuqtayi nazar istiqbolga ega bo‘lmagan narsani o‘xshatish (imitatsiya) hisoblanadi. Albatta, shunday bo‘lishi mumkinki, kiritilayotgan yangilik muallifi uni tijorat darajasigacha o‘zi olib boradi va shu tariqa ijodiy imitatsiyaga imkon qoldirmaydi.

Tadbirkorlik dzyudosi. Barcha tadbirkorlik strategiyalari, ayniqsa, tarmoqda yoki bozorda hukmron yoki yetakchi pozitsiyalar egallash uchun foydalaniladigan strategiyalar orasida tadbirkorlik dzyudosi

strategiyasi eng kam riskli hisoblanadi va muvaffaqiyatga erishishga boshqalardan ko‘proq xizmat qiladi. P.Druker ushbu tarmoqda yangi hisoblangan kompaniyalarga tadbirkorlik dzyudosi strategiyasini qo‘llash hamda tashkil topgan va yetuk kompaniyalarni ortda qoldirib, yetakchi pozitsiyalarga uchib chiqishga imkon beradigan beshta o‘ziga xos odatni ajratib ko‘rsatadi.

2. Ikkinchi odat deb bozordan «qaymog‘ini olish» tendensiyasi va eng yuqori foyda keltiradigan bozor qismiga yo‘nalganlikni hisoblash mumkin. Aynan «Kseroks» kompaniyasining tendensiyasi uni nusxa ko‘chirish apparatlarining yapon imitatorlari uchun nishon qilib qo‘ydi.

3. Uchinchi, bundan ham zararli odat «sifat»ga ishonch bilan bog‘liq. Mahsulot yoki xizmat sifati bu – ta‘minotchi ushbu tushunchaga kiritadigan narsa emas. Sifat bu – iste‘molchiga foyda keltiradigan va u buning uchun pul to‘lashga tayyor bo‘lgan narsadir. Mahsulot ko‘p mehnat talab qilishi va uni tayyorlash xarajatlari katta ekanligi sababligina sifat bilan bog‘lanishi mumkin emas.

4. To‘rtinchi odat bundan oldingi ikki odat bilan qalin aloqada hisoblanadi va ustamali narxlarga ishtiyoqda ifodalanadi. Ustamali narx yoki «mukofotli» narx raqobatchiga to‘g‘ridan to‘g‘ri taklif hisoblanadi. Narxni oshirish yo‘li bilan yalpi foydani oshirishga harakat qilish muvaffaqiyatsizlikka uchrashi muqarrar. Boshqacha qilib aytganda, narxni oshirar ekansiz, raqobatchilar boshini pana qilib turgan soyabonni ochganday bo‘lasiz.

Iqtisodiy «nisha» strategiyasidan maqsad: kichik bozorda monopol holatga erishish. Ekologik «nisha» strategiyasi raqobatdan va umuman, chetdan bezovta qilishdan ishonchli himoya qilishni ta‘minlaydi.



Ekologik «nisha»lar. Bundan oldingi tadbirkorlik strategiyalari bozorda yoki tarmoqda yetakchi yoki hatto hukmron holatni egallab olishga yo'naltiriladi. Ulardan farqli ravishda ekologik «nisha» strategiyasi nazorat qiladigan holatga erishish uchun foydalaniladi.

Qoidaga ko'ra, bu strategiyani qo'llaydigan firmalar tor bozorda faoliyat yuritadi. Bu holatda raqobat talabni oshirmagan holda faqat narxni pasaytirishi mumkin. Ko'plab mulohazalarga ko'ra, kompaniyalarga «zastava» holatida bo'lish juda foydali hisoblanadi. Biroq bu holatni egallash va uni ushlab turish uchun bir qator qat'iy talablarni bajarish zarur. Chiqarilayotgan mahsulot butun jarayonning muhim bo'g'ini bo'lishi lozim. Mahsulot shunchalik muhim bo'lishi kerakki, undan foydalanishdan voz kechish uning qiymati bilan taqqoslaganda arziyas bo'lib ko'rinadigan juda katta yo'qotishlarga olib kelishi hech kimda shubha uyg'otmasin. Bozor unga birinchi bo'lib kirgan firmaga bu yerda xo'jayin holatini egallashni ta'minlaydigan darajada tor bo'lishi lozim. Bu bozor ma'lum bir tur to'laligicha egallaydigan o'ziga xos «tur», ekologik «nisha» bo'lishi va shu bilan bir paytda raqobat qiluvchi «tur»lar – raqobatchilarning e'tiborini jalb qilmaydigan darajada kichik va kamtarin bo'lishi lozim. «Zastava» holati qattiq cheklov-larga va katta risk darajasiga ega. Bu holat yetarli darajada turg'un

hisoblanadi. Band qilingan ekologik «nisha» sezilarli o‘shish tendensiyasiga ega emas. «Zastava» holatini egallagan kompaniya o‘z ishini kengaytirish va uni to‘liq nazorat ostiga olish imkoniga ega emas. Bunday kompaniya chiqarayotgan mahsulot sifati va arzonligidan qat’i nazar, unga bo‘lgan talab to‘laligicha u tarkibiy qism sifatida to‘ldirib turadigan mahsulotga (jarayonga) bog‘liq bo‘ladi. Ixtisoslashgan malaka. «Zastava» strategiyasidan foydalanadigan kompaniyalardan farqli ravishda, «ixtisoslashgan malaka» kompaniyalari shu bilan bir paytda o‘ziga xos hisoblangan yetarli darajada keng «nisha» egallaydi.

Korxonaning umumiy yakuniy maqsadiga to‘rt xil yo‘l bilan erishiladi:

• 1) foydalilik yaratish;

2) narx shakllantirish;

3) iste‘molchining ijtimoiy va iqtisodiy voqeliklariga moslashish;

• 4) iste‘molchiga uning uchun asl qimmatga ega bo‘lgan narsa taklif etish.

Biroq ushbu strategiyaning o‘ziga xosligi shundaki, u mavjud mahsulotni (xizmatni) biron-bir yangilikka aylantiradi va unga yangi xususiyatlar baxsh etadi. Strategiya ularning foydaliligini, qimmatini va iqtisodiy tavsifnomalarini o‘zgartiradi. Hech qanday tabiiy o‘zgarishlarga uchramagan holda bu mahsulotlar yangi iqtisodiy xususiyatlarga ega bo‘ladi. Bu strategiyalarning barchasi bitta umumiy xislatga ega.

Iste‘molchi uchun foydalilik yaratish. Foydalilik yaratish strategiyasida narx odatda hal qiluvchi ahamiyatga ega emas. Strategiyaning mazmuni bunda iste‘molchilar ularning maqsadlariga xizmat qiladigan ishlarni bajarish imkoniyatini qo‘lga kiritadigan sharoitlar yaratishdan iborat. Shu sababli agarda siz bu strategiyadan foydalanishni niyat qiladigan bo‘lsangiz, o‘z oldingizga quyidagi savollarni qo‘yishingiz zarur: nima asl «xizmat»ni tashkil etadi va uning iste‘molchi uchun asl

«foydaliligi» nimadan iborat? Narx shakllantirish. Ko‘plab ta‘minotchilar, jumladan, xizmat ko‘rsatish sohasi korxonalari narx shakllantirishni hech qachon strategiya deb hisoblamagan. Axir aynan narx shakllantirish iste‘molchiga u haqiqatda xarid qiladigan narsa uchun pul to‘lash imkoniyatini beradi. Yaxshi bir misol: Jillett taklif etgan xavfsiz ustalar. Ustaraning tuzilishi shundayki, unda faqat Jillett tomonidan patentlangan lezviadan foydalanish mumkin edi. Ustara tannarxining taxminan 1G’5 qismiga teng narxda sotilgan. Lezvielar esa o‘z tannarxidan besh baravar qimmatga sotilgan. Biroq iste‘molchi ustarani uzoq muddatli davrda foydalanish uchun sotib oladi, lezvielarni esa u tez-tez sotib olishiga to‘g‘ri keladi. Shunday qilib, Jillett xaridorlarni «tutib oldi», buning sababi esa – Jillett ishlab chiqaruvchi sotadigan narsaga emas, balki xaridor xarid qiladigan narsaga – soqol olishga narx belgiladi. Iste‘molchining real imkoniyatlari. Ishlab chiqaruvchi yangi yaratilgan mahsulotni doimo iste‘molchilarning real imkoniyatlariga yaqinlashtirishga harakat qilishi lozim.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Sizning fikringizcha strategik rejalashtirishning mohiyati va vazifalari nimalardan iborat?
2. Sizning fikringizcha strategik boshqarish uslubiyati qanday?
3. Strategik marketingni rejalashtirishni tashkil qilish.
4. \$strategik va taktik rejalashtirish tushunchasiga ta‘rif bering.
5. Innovatsion strategiya turlari deganda nimani tushunasiz?
6. Strategik va taktik rejalashtirish ko‘nikmalariga nimalar kiradi?

Mustaqil ishlash uchun adabiyotlar ro‘yxati:

1. O‘zbekiston Respublikasining “Standartlashtirish to‘g‘risida”gi Qonuni. 28.12.1993-yil.

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha xarakatlar strategiyasi to‘g‘risida» gi №PF-4947-sonli Farmoni. //Xalq so‘zi. 2017-yil 8-fevral.

3. Sh. M.Mirziyoyev. Tanqidiy tahlil, qat’iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo‘lishi kerak. –Tashkent: O‘zbekiston, 2017.,104 b.

4. Abdukarimov B.A. va boshqalar. “Korxonona iqtisodiyoti”. Darslik – 2-qayta ishlangan va to‘ldirilgan nashri. – T.: “Fan”, 2012. – 371bet

5. Maxmudov E.X. Korxonona iqtisodiyoti. O‘quv qo‘llanma. –T.: O‘zbekiston yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg‘armasi nashriyoti, 2006, – 208 bet.

6. Магомедов Ш.Ш, Беспалова Г.Е. Управление качеством продукции. Учебник. – М.: «Дашков и К», 2010. – 336 стр.

7. Конкурентная разведка: учеб. пособие : [в 2 ч.] / под ред. Е. Л. Ющука, А. А. Мальцева ; [авт. кол. : Е. Л. Ющук, Д. В. Петряшов, А. В. Кузин и др.] ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. – Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2015. – Ч. 1. – 210 с.

8. www.webofscience.com – Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi.

9. www.searchescohost.com – Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi.

10. www.lex.uz – Qonun hujjatlari milliy bazasi.

VII - BOB. SANOATDA BENCHMARKING

7.1. Benchmarking – mohiyati va vazifalari

Benchmarking zamonaviy marketingning yo‘nalishlaridan biri sifatida milliy iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitlarida muhim ahamiyat kasb etadi. Uning maqsadi tadqiqotlar asosida korxonalarining muvaffaqiyatli rivojlanishi va barqaror ijobiy natijalar olish ehtimolini ishonchli belgilashdan iborat.

Benchmarking turli kompaniyalar tomonidan tovar va xizmatlarni taqdim etish sifatini modifikatsiyalash uchun, shuningdek, bu sifatni ta'minlab beruvchi ichki biznes jarayonlaridagi o'zgarishlar uchun ham tobora keng qo'llanmoqda. Benchmarkingning mohiyati bozor muhitidagi turli subyektlar faoliyati haqida imkon qadar to'liq axborot to'plashdan iborat bo'lib, bu axborotlar raqobatli muhitdagi yetakchilarning tadbirkorlik faoliyati xarakteri hamda muvaffaqiyat sabablari haqida keng tushuncha olish, ularning tajribalarini umumlashtirish va samarali tadbirkorlik modelini tuzishda bu tajribalardan foydalanishga imkon beradi. Shu sababdan «Marketing» ixtisosligi o'quv dasturiga «Benchmarking» fanining kiritilishi muhim ahamiyat kasb etadi. «Benchmarking» fani korxonada miqyosida menejment funksiyalarini integratsiyalovchi zamonaviy boshqaruv faoliyatining uzviy va ajralmas bir qismi hisoblanadi.

Sodda qilib aytganda, benchmarking yetakchi kompaniyalarning ish uslubi, ular ishlab chiqarayotgan mahsulotlarni sinchiklab o'rgangan holda ular tajribasini o'z faoliyatida qo'llash demakdir. Bugun dunyodagi yirik kompaniyalar ham shu usuldan foydalanib kelmoqda. Aniqrog'i, marketing sohasida qo'llaniluvchi eng asosiy uch usulning biri benchmarking (ing. Benchmarking) deb nom olgan. Uning eng afzal jihatlaridan biri shundaki, benchmarkingni qo'llagan holda kam xarajat qilib, qisqa vaqt ichida muvaffaqiyatga erishish mumkin. Benchmarking usuli orqali nafaqat nusxa olingan kompaniyalar darajasiga yetish, balki foyda va samaradorlikda ulardan ham o'zib ketish mumkin.

Buning uchun raqobatchi kompaniyalar faoliyati diqqat bilan o'rganiladi, yutuqlari bilan bir qatorda, kamchiliklaridan ham kerakli xulosalar chiqariladi. Shu yo'l bilan rivojlanishning o'ziga xos modeli ishlab chiqiladi.

Britaniyadagi Open University Business School tadqiqotchilari tomonidan olib borilgan izlanishlardan ma'lum bo'ldiki, bugungi kunda benchmarking usulidan tibbiyot muassasalari eng ko'p foydalanadi. Aniqrog'i, 85 foiz tibbiyotchilar benchmarking usulini amalda qo'llab foyda olayotgan bo'lsa, bu ko'rsatkich ta'lim sohasida 66 foiz, hukumat tashkilotlarida 62 foiz, ishlab chiqarishda 48 foiz, moliyaviy xizmat ko'rsatish sohasida 32 foiz hamda xizmat ko'rsatish va riteyl sohalarida 30 foizni tashkil etar ekan.

Benchmarking tarixiga nazar soladigan bo'lsak, u 1972-yilda AQSHdagi «PMIS» tadqiqot va konsalting kompaniyasi tomonidan tadbirkorlik samaradorligini baholashning yangi usuli sifatida ishlab chiqilgan. Kompaniya mutaxassislarining aniqlashicha, yuqori natijaga erishish uchun avvalo ijobiy samaraga erishgan boshqa korxonalar tajribasini o'rganib chiqish lozim. 1979-yilga kelib ayni shu konsepsiyaga asoslangan Amerikaning «Xerox» kompaniyasi yapon mahsulotlari hamda o'z mahsulotlari sifati va ishlab chiqarish xarajatlarini taqqoslash maqsadida «Raqobat benchmarkingi» loyihasini ishga tushirdi. Natijada, ushbu loyiha haqiqatan ham ishonchli va samarali ekani yana bir bor o'z tasdig'ini topdi.

Ma'lumki, XX asrning ikkinchi yarmidan boshlangan Amerika va Yaponiya kompaniyalari o'rtasidagi mahsulot sifatini oshirish va iste'molchilar ishonchini qozonishga qaratilgan raqobat hali-hanuzgacha davom etib kelmoqda. Ko'pgina Amerika korxonalari mutaxassislari ushbu masala bilan to'qnash kelgandan so'ng, benchmarking texnologiyasining yana bir «ochilmagan qirradi»ni kashf etishdi. Ular fikriga ko'ra, benchmarking loyihasini korxonalar tizimiga faqat bir marta qo'llab daromad olishni o'ylash maqsadga muvofiq emas. Balki o'sha

tajriba asosida faoliyatni uzluksiz takomillashtirishgina samarali natijani kafolatlaydi.

Ushbu konsepsiya asosida faoliyatini yaxshilab olgan korxonalaridan yana biri — dunyoga mashhur «FORD» mashinasozlik kompaniyasi faoliyati fikrimizning yaqqol misolidir. Yuqoridagi tajriba asosida faoliyat yuritmagan davrda korxonalar jahon bozoridagi o‘z o‘rnini Osiyo va Yevropadagi raqobatchilariga bo‘shatib berayotgan edi. Tadqiqot ishlari boshlangandan so‘ng, butun jahon mashinasozlik sanoati o‘rganib chiqildi. O‘tgan asr oxirida xaridorlarning talabiga asosan «BMW» hamda «Opel Senator» mashinalari to‘la javob berayotgan edi. Buni yaxshi anglab turgan kompaniya muhandislari 50 dan ziyod avtomobil rusumlarining 400dan ortiq konstruktiv qismlarini tahlil qildi. Benchmarkingning asosiy prinsiplari — aniqlashtirish, o‘lchash, tahlil qilish, takomillashtirish va nazoratga olish ekanligini inobatga olgan holda kompaniya tomonidan zamon talablari, xaridorlar ehtiyojlariga to‘la mos keluvchi zamonaviy «Taurus» avtomobillarini ishlab chiqarish yo‘lga qo‘yildi. Mazkur urinish o‘zining ijobiy natijasini tezda namoyon etdi va ular mahsulotlari yana xaridorlar e‘tiborini qozona boshladi.

7.2. Benchmarking jarayoni va turlari

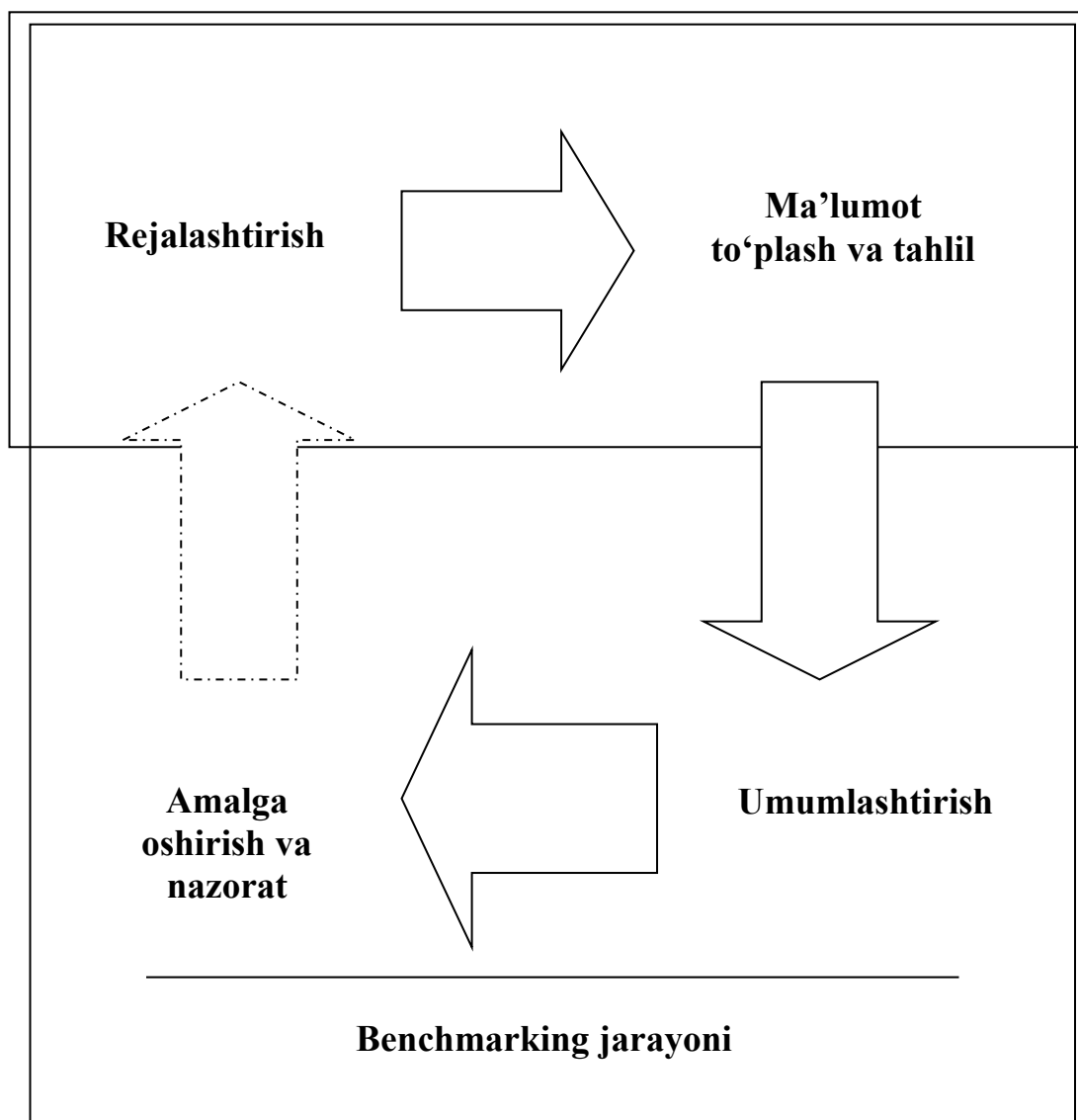
Benchmarking turlari:

1. Ichki samarali faoliyat benchmarkingi.
2. Raqobatchilar bilan benchmarking.
3. Funksional benchmarking.
4. Umumiy benchmarking.
5. Strategik benchmarking.
6. Process benchmarking.
7. Tashqi benchmarking.
8. Xalqaro benchmarking.

Benchmarking metodologiyasi.

Umumiy metodlar:

1. Muammoli sohalarni aniqlash.
2. O'xshash jarayonlarga ega boshqa kompaniyalarni aniqlash.
3. Ushbu sohada lider bo'lgan kompaniyalarni aniqlash.
4. Kompaniyalarni ularni ma'lum sohadagi natija o'lchovlari va amaliy tajribalari bo'yicha tadqiq qilish.
5. Muvofiq ko'rsatkichlarni (benchmark) tanlash.
6. Benchmarking uchun manbani aniqlash.
7. Sohada lider bo'lgan kompaniyalarga borish.



7.3. Benchmarking – iqtisodiy tahlilning yangi usuli sifatida

Erkin raqobatga asoslangan bozor iqtisodiyoti sharoitida xo‘jalik yurituvchi subyektlarning asosiy maqsadi jahon standartlari talablariga to‘la javob bera oladigan yuqori sifatli mahsulot ishlab chiqarish va o‘z mahsulotlarining hayotiylik siklini uzaytirishdan iboratdir. Bu jarayonlarni samarali tashkil qilishda korxonalarda boshqaruv tahlili va marketing yaxshi yo‘lga qo‘yilgan bo‘lishi talab etiladi. Jahon amaliyotida marketing faoliyatini tahlil qilishda yangidan yangi usullar ishlab chiqilmoqda va ular amaliyotga tatbiq etilmoqda. Ushbu tahlil usullaridan biri Benchmarkingdir.

Benchmarking tahlil usuli 1972-yil AQSHning PIMS konsalting tashkiloti tomonidan yaratilgan. 1979-yildan boshlab AQSHning XEROX kompaniyasi Yaponiya mamlakati tashkilotlari bilan hamkorlikda Benchmarking loyihasini xarajatlar va tovarlar sifatini tahlil qilish maqsadlarida butun dunyo mamlakatlariga realizatsiya qilishni boshlagan. «Benchmarking» atamasi inglizcha bench – o‘rin, joy, to mark – belgilamoq so‘zlari birikmasidan tashkil topgan bo‘lib, korxonaning ichki imkoniyatlari va bozor mexanizmi omillarini hisobga olgan holda maqbul mahsulot chiqarish hamda sotish hajmini belgilash, ya’ni bozordagi o‘z o‘rnini aniqlash usuli hisoblanadi. Benchmarking tahlili uzoq muddatli istiqbolli tahlil bo‘lib, u ma’lum bir faoliyatni emas, balki korxonaning butun faoliyatini chegaralanmagan muddat davomida tahlil qilishda foydalaniladi. Benchmarking tahlilidan ko‘zlangan asosiy maqsad quyidagilar: Korxonaning faoliyati rentabelligi va samaradorligini oshirish; Tezkor qarorlar qabul qilish va ularni o‘zgartirish; Egiluvchan maqsadlarni o‘rnatish; Innovatsion g‘oyalarni ishlab chiqish va amalga oshirish; Doimiy ravishda korxonani barqaror sur‘atlarda saqlash; Raqobatdosh subyekt tashkil qilish; Korxonaning bozordagi saviyasini kengaytirish; Jahon standartlariga nisbatan o‘z faoliyatiga baho berish; Bozordagi holatlarning o‘zgarishiga qarab qo‘shimcha qabul qilish imkonini yaratish kabi maqsadlari mavjud. Benchmarking tahlili uchta bosqichda amalga oshiriladi.

Birinchi bosqich – rejalashtirish bosqichi bo‘lib, ushbu bosqichda asosiy strategiyani aniqlash, benchmarking guruhi a‘zolarini saylash, ma‘lumotlar bazasini yaratish, benchmarking turini aniqlash kabi ishlar qilinadi.

Ikkinchi bosqich – tahlil bosqichi bo‘lib, ushbu bosqichda benchmarking bo‘yicha hamkorlarni tanlash, yig‘ilgan ma‘lumotlar asosida reja tayyorlash, yangi g‘oyalarni izlash va hamkorlar bilan ma‘lumotlar almashish, olingan natijalarni tahlil qilish va zaruriyat bo‘lganda ularga o‘zgartirish kiritish orqali rejani tuzish amalga oshiriladi.

Uchinchi bosqich – tuzilgan rejani korxonaga faoliyatiga tatbiq qilish bosqichi. Ushbu bosqichda korxonadan tomonidan faoliyat obyektiga kiritilgan tavsiyalar va o‘zgartirishlarning samarasi yuzasidan boshqaruv va monitoring ishlari olib boriladi. Jahon amaliyotida benchmarkingning to‘rtta turidan keng foydalaniladi. Ichki benchmarking – bu korxonada ichki jarayonlarini solishtirish orqali amalga oshiriladigan benchmarkingning bir turi hisoblanadi. Tahlil obyekti sifatida joriy va o‘xshash jarayon (mahsulot ishlab chiqarish va xizmatlar ko‘rsatish)lar tanlanadi.

Ichki benchmarkingda ma‘lumotlarni yig‘ish oson, lekin omillarni taqqoslash imkoniyatlari cheklangan bo‘ladi. Raqobat asosida tuziladigan benchmarking – bu korxonaning mahsulot ishlab chiqarish, xizmatlar ko‘rsatish sohasidagi mahalliy, regional hamda xalqaro bozordagi raqobatdoshlarining mavjud bozor imkoniyatlari bilan o‘z ichki imkoniyatlarini taqqoslashda qo‘llaniladigan benchmarkingdir. Benchmarkingning ushbu turida korxonaga raqobatdosh bo‘lgan korxonalarining bozorda tutgan o‘rniga baho beriladi hamda tegishli boshqaruv qarorlari qabul qilinadi. Funktsional benchmarking – bu bir korxonada faoliyatini boshqa tarmoqdagi korxonada faoliyati bilan taqqoslash imkonini beruvchi benchmarking turidir. Benchmarkingning ushbu turida korxonada uchun obyektiv va muhim ma‘lumotlarni axloqiy va qonuniy usullar yordamida olish imkonini beradi.

Umumiy benchmarking – bu korxonaning butun faoliyatini qamrab olgan holda tahlil qilinadigan benchmarking turi bo‘lib, undan korxonaga uchun eng samarali faoliyat turini aniqlash va istiqbolli rejalarni tuzishda foydalaniladi.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Benchmarking nima?
2. Benchmarking metodologiyasi asosiy tarkibiy qismlariga nimalar kiradi?
3. Umumiy benchmarking metodikasi deganda nimani tushunasiz?
4. Ichki benchmarking iboralariga tarif bering.

Mustaqil ishlash uchun adabiyotlar ro‘yxati

1. O‘zbekiston Respublikasining Qonuni “Tijorat siri to‘g‘risida”. Qonunchilik palatasi tomonidan 2014-yil 18-iyunda qabul qilingan, Senat tomonidan 2014-yil 28-avgustda ma‘qullangan. 2014-yil 11-sentabr, O‘RQ-374-son. (O‘zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to‘plami, 2014-y., 37-son, 463-modda).

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida» gi №PF-4947-sonli Farmoni. //Xalq so‘zi. 2017-yil 8-fevral.

3. Sh.M.Mirziyoyev. Tanqidiy tahlil, qat‘iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo‘lishi kerak. –Toshkent: O‘zbekiston, 2017-y.–104 b.

4. Abdulkarimov B.A. va boshqalar, “Korxonaga iqtisodiyoti”. Darslik – 2-qayta ishlangan va to‘ldirilgan nashri. – T.: “Fan”, 2012. 371bet

5. Maxmudov E.X. Korxonaga iqtisodiyoti. O‘quv qo‘llanma. –T.: O‘zbekiston yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg‘armasi nashriyoti, 2006. – 208 bet.

6. The Product Development Benchmarking Association.
www.pdba.com

7. Competitive Benchmarking Associates.
www.competitiveanalysis.com

8. The Benchmark Exchange. www.benchnet.com

9. www.webofscience.com – Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi.

10. www.searchescohost.com – Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi.

11. www.lex.uz – Qonun hujjatlari milliy bazasi.

VIII - BOB. SANOAT KORXONALARIDA MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISH

8.1. Korxonada marketing faoliyatining maqsadi va vazifalari

Marketing – zamonaviy ishlab chiqarish korxonalarida boshqaruvi-dagi eng muhim bo‘g‘in (komponent)dir. Korxonaning marketing faoliyati quyidagi to‘rt jarayonni o‘z ichiga oladi:

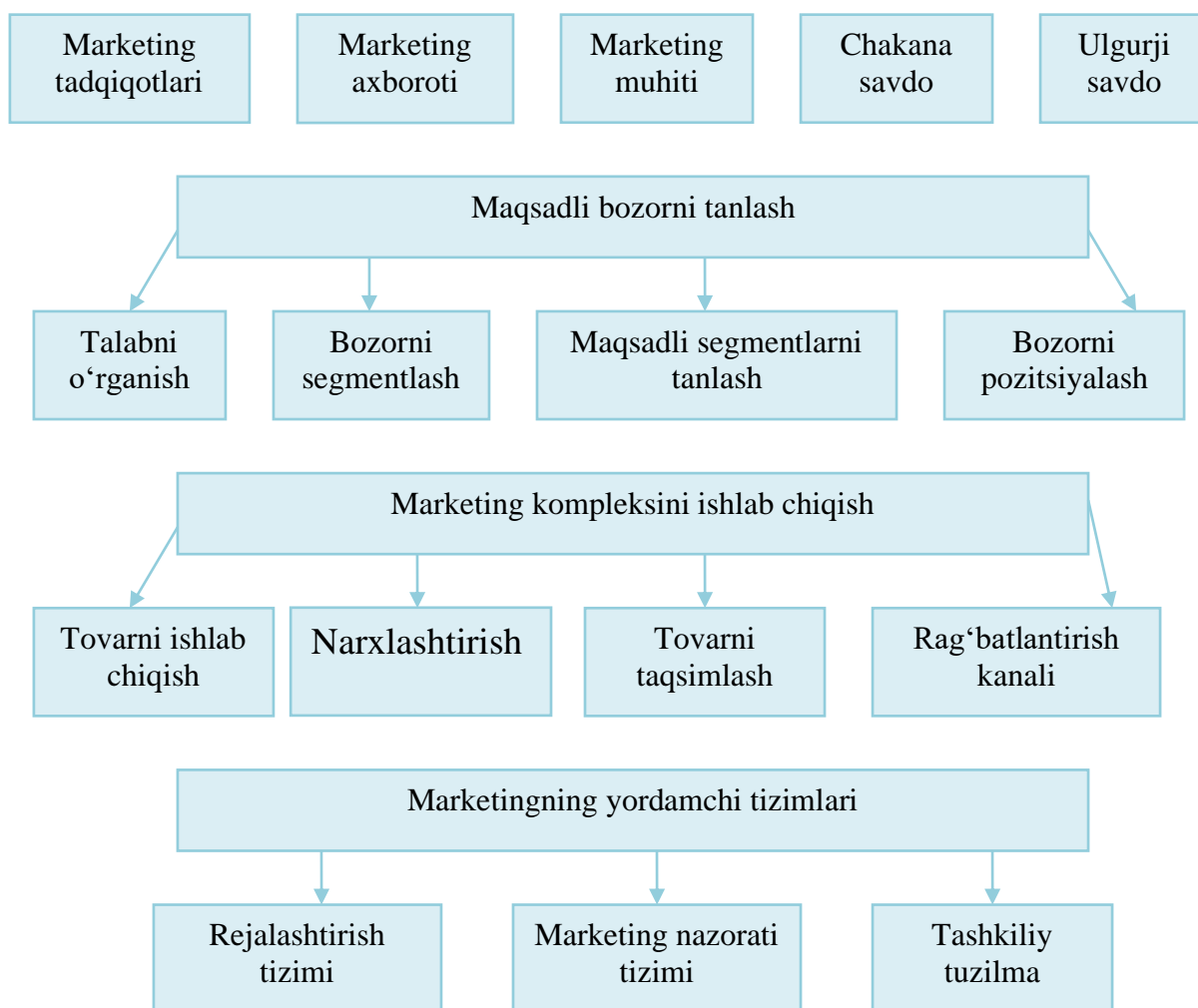
1. Tovar assortimenti va nomenklaturasini ishlab chiqish.
2. Tovar assortimenti uchun narx siyosatini shakllantirish.
3. Bozorni o‘rganish.
4. Tovar harakati va samarali sotishni tashkil qilish.

Ishlab chiqarish korxonalarida marketing faoliyatini tashkil qilish murakkab vazifa bo‘lib, bunda korxonada potentsiali (salohiyati, ichki resurslari) bilan tashqi muhit (bozor) o‘rtasida dinamik muvozanat ta‘minlanishi talab qilinadi. Bundan tashqari marketing faoliyatini tashkil qilish va bu faoliyatning amal qilishini ta‘minlash ma‘lum bir tadqiqot ishlarini olib borishni ham talab qiladi. Shuni ta‘kidlash lozimki, O‘zbekiston Respublikasidagi ishlab chiqarish korxonalarining ko‘pchiligida marketing faoliyati yo‘lga qo‘yilmagan. Marketing faoliyati tashkil qilingan ayrim yirik ishlab chiqarish korxonalaridagi marketing boshqaruvi zamon talablariga javob bermaydi.

Bozorning joriy holati va istiqboldagi talabini haqqoniy ravishda o‘rganish va baholash orqali ishlab chiqarish korxonalarining marketing faoliyati quyidagilarga yo‘naltirilishi lozim:

- 1) joriy va strategik (uzoq muddatli) maqsadlarni aniq belgilashga;
- 2) belgilangan maqsadlarga yetishishning resurslar manbayini aniqlashga;
- 3) ishlab chiqariladigan tovar va mahsulotlarning assortimenti va sifatini aniqlashga;
- 4) ishlab chiqarish, ta‘minot va taqsimotning optimal strukturasi aniqlashga;

5) kutilayotgan foydani aniqlashga.



8.1-rasm. Ishlab chiqarish korxonalaridagi marketing faoliyati strukturasi.

Yuqoridagilardan shunday xulosa chiqarish mumkin. Marketing boshqaruvi korxonani faqatgina sotilishi mumkin bo'lgan va foyda keltiradigan tovarlarni ishlab chiqarishga yo'naltiradi. Buning uchun ishlab chiqarishni tashkil qilish va Yuritishning zaruriy sharti sifatida bozor talabi, jamiyat va kishilarning ehtiyojlari o'rganilishi kerak. Shu sababli takror ishlab chiqarish sikli muomala (sotish)dan boshlanadi degan tushuncha chuqurlashib, iste'moldan boshlanadi degan tushunchagacha keldi. Bu konsepsiya marketing tufayligina hayotda o'z tasdig'ini topdi va rivojlanmoqda. Bu 8.1-rasmda aks ettirilgan.

8.2. Korxonalar raqobatdoshligini oshirishda marketing strategiyasini ishlab chiqish asoslari

Marketing strategiyasi o‘zaro bir-biri bilan uzviy bog‘liq bo‘lgan to‘rt bosqichda amalga oshiriladi: holatli tahlil, strategiyani ishlab chiqish, marketing dasturini ishlab chiqish va strategiyani tatbiq qilish.

Holatli tahlil bozorni tahlil qilish, raqobatchilarni tahlil qilish, bozorni segmentlash va monitoring funksiyalarini o‘z ichiga oladi. Bozorni tahlil qilishdan maqsad iste’molchilarni aniqlash, ularning korxonaga ishlab chiqarayotgan tovarga nisbatan munosabatlarini o‘rganish va tavsiflash, bozor sig‘imi va uning o‘zgarish sur‘atlarini baholashdan iborat. Raqobatchilarni tahlil qilishdan maqsad ularning kuchli va kuchsiz tomonlarini aniqlash, ular foydalanadigan strategiyalarni baholash, hamda ularning kelgusi (bo‘lajak) harakat (faoliyat)larini prognozlashdan iboratdir.

Bozorni segmentlashning zarurligi iste’molchilar ehtiyojlarining xilma-xilligi va ustuvorligi bilan izohlanadi. Segmentlash korxonaga salohiyatida iste’molchilarning bir yoki bir nechta guruhga yo‘naltirish imkoniyatini yaratadi.

Bozorni segmentlashdan maqsad iste’molchilar ehtiyojlaridagi farqni aniqlash va ularni ushbu farqlovchi belgiga asosan alohida guruhlarga ajratishdan iboratdir. Bu guruhlarning har biri bir xil yoki o‘xshash ehtiyojli iste’molchilardan tarkib topadi.

Marketing strategiyasini ishlab chiqishda holatli tahlil natijalaridan foydalaniladi. Marketing strategiyasini ishlab chiqish quyidagi tadbirlarni bajarishni: maqsadli bozorlarni va pozitsiyalash imkoniyatlarini tahlil qilishni, iste’molchilar bilan aloqalarni o‘rnatishni, yangi tovarni ishlab chiqish va uni siljitishni o‘z ichiga oladi.

Maqsadli bozorlarni tanlash strategiyasi bu – korxonaga tomonidan taklif qilinadigan xaridorlar guruhi (jismoniy shaxslar yoki korxonalar)ni aniqlashdan iboratdir. Bu strategiyaga ko‘ra, korxonaga bir yoki bir nechta segmentni yoki iloji boricha ko‘proq bozor segmentlarini qamrab

olish payida bo‘lishi mumkin. Bunday masalalarni hal qilish darajasi bozorning joriy holatiga, korxonaning quvvatiga, sotish holatiga, raqobatchi korxonalarining salohiyati darajasiga va boshqa omillarga bog‘liqdir.

Korxonada asosiy ko‘rsatkichlarini prognozlash asosida har maqsadli bozor segmenti uchun rahbariyat tomonidan taktik maqsadlar aniqlanadi. Bunday maqsadlarga misol qilib sotish hajmi, bozor ulushi, iste’molchilar ehtiyojlarining qondirilganlik darajasi kabi ko‘rsatkichlarni ko‘rsatish mumkin.

Pozitsiyalash (mavqelashtirish) strategiyasini amalga oshirish tovarni taklif qilish, taqsimlash, narxlashtirish va siljitish strategiyalarini tanlash masalasi naqadar samarali hal qilinganligiga bog‘liqdir. Bu tadbirlar birgalikda korxonaning asosiy raqobatchilariga nisbatan bozor segmentidagi pozitsiyasi (mavqei)ni aniqlab beradi. Tovar taklifi, taqsimoti, narxlashtirish va siljitish tadbirlari birgalikda korxonaning bozordagi pozitsiyasini shakllantiradi. Bu tadbirlar jami marketing fanida pozitsiyalash yoki marketing kompleksi (marketingmiks) yoki bo‘lmasa marketing dasturi deyiladi.

Pozitsiyalash strategiyasining asosiy maqsadi iste’molchilar ongida tovar va uning afzalliklari to‘g‘risida raqobatchilarning aynan shunday tovarlariga nisbatan ustuvor tasavvur paydo qilishdan iboratdir. Tovar va uning iste’mol xususiyatlari narxi, taqsimot kanallari va siljitish strategiyalari aynan yuqoridagi maqsadni amalga oshirishga yo‘naltirilgan bo‘ladi. Marketing dasturini maqsadli bozor va pozitsiyalash strategiyalari asosida ishlab chiqiladi. Pozitsiyalash strategiyasi tovar taklifi, narx taqsimot va siljitish strategiyalarining turli kombinatsiyalaridan tashkil topadi.

Demak, marketing kompleksi yoki marketing dasturi pozitsiyalash strategiyasini hayotga tatbiq qilishdan iborat ekan. Shunday qilib, ishlab chiqarish korxonalarini faoliyatida marketing strategiyasini ishlab chiqishdan asosiy maqsad korxonaning korporativ strategiyasida belgilangan missiya (asosiy, bosh maqsad)ning to‘la qonli bajarilishini

ta'minlashga erishishdan iborat. Korporativ strategiya turli strategiyalar to'plami bo'lib, marketing strategiyasi ushbu strategiyalar orasida hal qiluvchi o'rinni egallaydi. Yuqoridagi bayon qilinganlardan ko'rinib turibdiki, marketing strategiyasi ham o'zida murakkab tizimni aks ettiradi. Bu tizimning elementlari sifatida turli-tuman marketing strategiyalari qaraladi. Marketingning tovar, narx taqsimot va siljitish strategiyalari pozitsiyalash strategiyasining asos, o'zagini tashkil qilsa, pozitsiyalash strategiyasi maqsadli bozor segmentini tanlash va segmentlash strategiyalari uchun asos bo'lib xizmat qiladi. Demak, tovar, narx kommunikatsion va tovar harakati strategiyalari marketingning birlamchi strategiyalari sifatida qaralishi lozim.

Tovar korxonaning bozor va butun xo'jalik siyosati taqdirini belgilaydi. Shu sababli tovarni yaratish, ishlab chiqarish, takomillashtirish, sotish, sotilgandan keyingi xizmat ko'rsatish, reklama tadbirlarini ishlab chiqish, shubhasiz, tovar ishlab chiqaruvchining butun faoliyatida markaziy o'rinni egallaydi. Mana shu kompleks tadbirlar tovar siyosati deb ataladi. Aynan shu sababli, ishlab chiqaruvchida iste'molga qaratilgan sifatli tovar bo'lmasa, unda hech narsa yo'q! – bu marketingning qat'iy qoidasi hisoblanadi.

Tovar butun marketing kompleksining asosidir. Agar tovar xaridorning talabini qondirmasa, u holda marketing tadbirlari uchun hech qanday qo'shimcha xarajatlar raqobatli bozorda uning mavqeini yaxshilay olmaydi. Endi esa marketingda tovar qanday ta'riflanishini keltiramiz.

Tovar deb ma'lum bir ehtiyojni qondirish maqsadida bozorga sotib olish, foydalanish va iste'mol qilish uchun taklif etilayotgan mahsulot tushuniladi. Mahsulotga narx belgilanishi va bozorga taklif etilishi bilanoq tovarga aylanadi. Shuning uchun ham «tovar» atamasi «mahsulot» atamasi bilan teng ma'noda ishlatiladi.

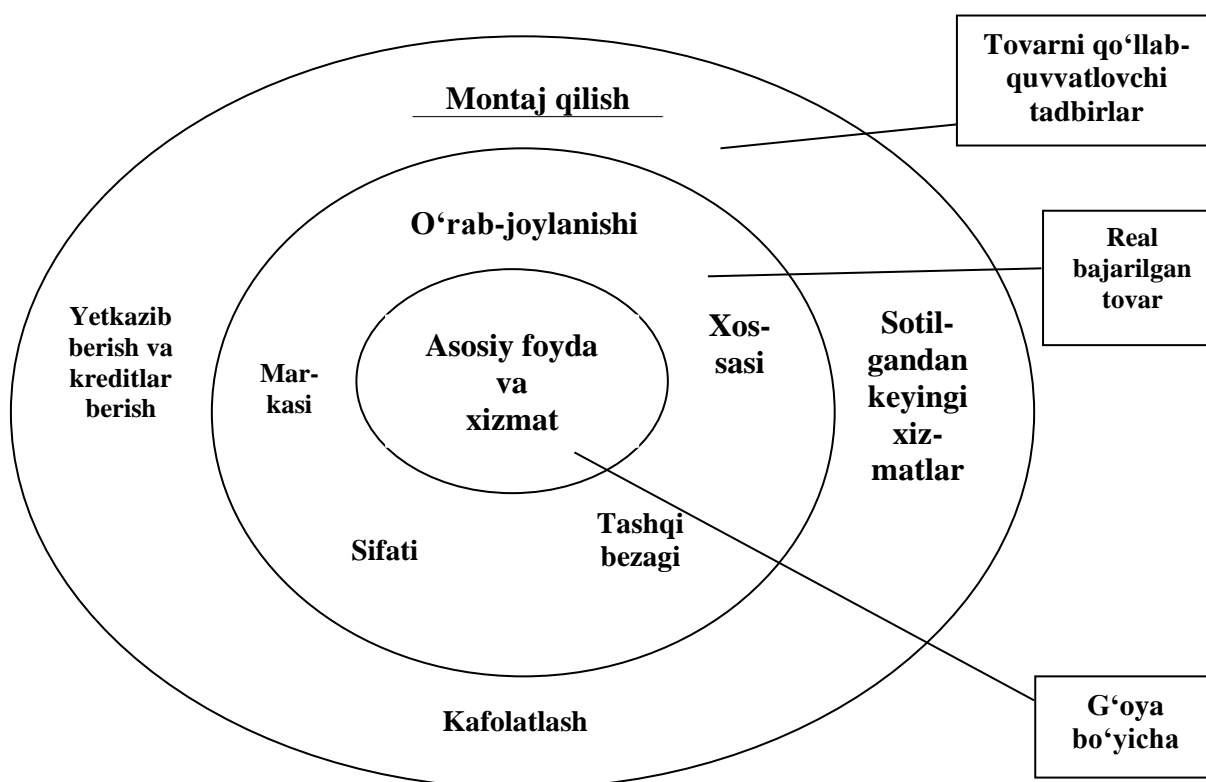
Marketing nuqtayi nazaridan tovar ma'lum bir iste'mol qiymatga ega bo'lishi kerak. Tovarining iste'mol qiymati esa, inson ehtiyojlarini qondirishi mumkin bo'lgan xususiyatlarining majmuidan tashkil topadi.

Amerikaning taniqli olimi, marketolog F.Kotlarning tasnifiga ko‘ra tovarning uch darajasi mavjud (8.2-rasm).

F. Kotler bo‘yicha tovarning uch darajasini o‘rganib quyidagi xulosalarni qilish mumkin:

1. Tovarni yaratish g‘oyadan boshlanadi. Bu g‘oyada yaratiladigan tovar iste’molchining qanday muammosini hal qilishi va undan qanday asosiy foyda olinishi o‘z aksini topadi.

2. Tovarning texnik tasnifi, dizayni, narxi, o‘rab-joylanishi, sifati, markasi qanday bo‘lishi, ya’ni real bajarilishini o‘ylab ko‘rish zarur hisoblanadi.



8.2-rasm. Kotler bo‘yicha tovarning uch darajasi⁷⁰

3. Tovarni sotish, yetkazib berish va o‘rnatish, sotishdan keyingi xizmat ko‘rsatish, kafolatlar, kreditlash, rag‘batlantirish, ya’ni tovarni qo‘llab-quvvatlovchi omillar haqida ham o‘ylash kerak bo‘ladi.

⁷⁰Ф.Котлер. Основы маркетинга. – М., 1990

8.3. Ishlab chiqarish korxonalarida marketing faoliyatini tashkil qilish

Ishlab chiqarish korxonalarida marketing faoliyatini tashkil qilish marketing boshqaruvi bilan bog‘liq bo‘lib, bu jarayon quyidagilardan tashkil topadi:

1. Korxonaning bozor imkoniyatlarini tahlil qilish.
2. Maqsadli bozorni tanlash.
3. Bozorga chiqishning kompleks tadbirlarini ishlab chiqish.
4. Mavjud tovarlar bilan an‘anaviy bozorlarga chuqur kirish.
5. An‘anaviy bozorga yangi tovar bilan kirib borish.
6. Yangi bozorga mavjud tovar bilan kirib borish.
7. Yangi bozorga yangi tovar bilan kirib borish.

Bozorni marketing tadqiq qilish masalalari quyidagilardan tarkib topadi:

1. Bozorning tovar sifati va iste‘mol xususiyatlariga qo‘yilgan talabini o‘rganish. Bunda xaridorlarning, ayniqsa oxirgi iste‘molchilarning tovar iste‘mol xususiyatlariga qo‘yadigan talablari o‘rganiladi. Oxirgi iste‘molchilarning tovar sifati va uning iste‘mol xususiyatlariga talabi ishlab chiqariladigan mahsulotning raqobatbardoshligini va uni tanlangan bozor va bozor segmentiga muvofiqligini aniqlash imkoniyatini beradi.

2. Iqtisodiy konyunkturani o‘rganish. Bunda bozor va korxonaning rivojining qisqa va uzoq muddatli tendensiyalarini o‘rgangan holda korxonaning ishlab chiqarish, ta‘minot va taqsimot kanallari strukturasi bo‘yicha tavsiya va xulosalar ishlab chiqiladi. Bozor va uning segmentlaridagi talab va taklif bo‘yicha konyunkturani tadqiq qilish bozor sig‘imini, narxlar darajasi va talab va taklifning narx bo‘yicha qayishqoqligini hamda raqobatbardoshlik darajasi va shartlarini o‘rganishni o‘z ichiga oladi. Bunday tadqiqotlar operativ, taktik va strategik vazifalarni hal qilish uchun o‘tkaziladi. Joriy konyunkturani kuzatish, o‘rganish va tahlil qilish korxonada oldidagi operativ vazifalarni

yechish imkoniyatini bersa, uzunroq tendensiyani o'rganish va konyunkturani prognozlash strategik va taktik masalalarni yechish imkoniyatini beradi. Yechilgan strategik va taktik masalalar korxonaga uzoq va o'rta muddat uchun qabul qilgan maqsadlarga olib keladi.

Marketing boshqaruvi marketing funksiyalarini amalga oshirish orqali hal etiladi. Marketing funksiyalari 6 ta guruhga bo'linadi:

1. Marketing tadqiqotlari.
2. Mahsulot assortimentini ishlab chiqarish sohasini rivojlantirish.
3. Sotish va taqsimot funksiyasi.
4. Tovarni siljitish.
5. Narxni tashkil etish funksiyasi.
6. Marketing-meneditment funksiyasi.

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; raqiblarni o'rganish; bench-marketing; 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 tovarning tuzilishi, shuningdek, firmaning ichki muhiti tahlil qilinadi. Bunda firma rahbariyati tomonidan nazorat qilinadigan omillar – texnologik jarayon, moliya ahvoli, tashkiliy tuzilish, bozorni tanlash va boshqalar hisobga olinadi.

Tashqi muhit omillariga iste'molchilar, raqobat hukumati, iqtisodiyot, texnologiya, mustaqil ommaviy axborot vositalari kabi nazorat qilinmaydigan omillar kiradi.

Mahsulot yaratish funksiyasi orqali marketing faoliyatida yangi mahsulotlarni yaratish, yangi mahsulotlar ishlab chiqarishni tashkil etish, ishlab chiqarish sohasida tovar raqobatdoshligi va sifatni boshqarish, shuningdek, tovar siyosatini ishlab chiqish masalalari hal etiladi.

Sotish funksiyasi orqali tovarni taqsimlash va sotish siyostaini ishlab chiqish, savdo-taqsimot tarmog'i orqali sotuvni tashkil etish, yuk

tashishni va omborga joylashtirishni tashkil etish, tovar oborotini aniqlash, taqsimot tizimining fizik oqimlarini nazorat qilish va sotishni tahlil etish o'rganiladi.

Tovarni siljitish funksiyasi natijasida sotishni rag'batlantirish va reklama siyosatini ishlab chiqish; sotishni rag'batlantirishning 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.

Narxni tashkil etish funksiyasi orqali narxning shakllanish strategiyasi va taktikasini ishlab chiqish; sotuvni har bir bozori uchun har bir mahsulot uchun yashash davrini turli bosqichlarida narx matritsasini tuzish; joriy narxlar o'zgarishi mexanizmini tuzish; raqobatchi narxini tahlil qilish; yangi mahsulot uchun narx belgilash kabilar hal etiladi.

Marketing-menedjment 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 urganadi.

Marketing funksiyalari firmaning boshqa funksiyalari, ya'ni ishlab chiqarish, kadrlar, moddiy texnika ta'minoti, moliyaviy, buxgalteriya hisobi funksiyalari bilan birga amalga oshiriladi.

Marketing funksiyasini firmani boshqa funksiyalaridan farqi shundan iboratki, marketing funksiyasi firmalar, uning iste'molchilari, mijozlari o'rtasida ayirboshlash jarayonini amalga oshirish va tashkil etishga qaratilgandir. Shuning uchun ham marketing funksiyasi doimo o'zgarib boradigan ehtiyojdagi talabni shakllanishi va yaratilishi, rivojlanishida javobgarlikka egadir.

Marketing faoliyatining maqsadi ishlab chiqarishni xaridor ehtiyojiga moslashtirib, talab va taklifni muvozanatiga erishgan holda shakllantirilgan narx orqali, tashkilotlarga Yukori foyda keltirishdir.

Bunga erishish uchun marketing quyidagi muhim vazifalarni hal etishi lozim:

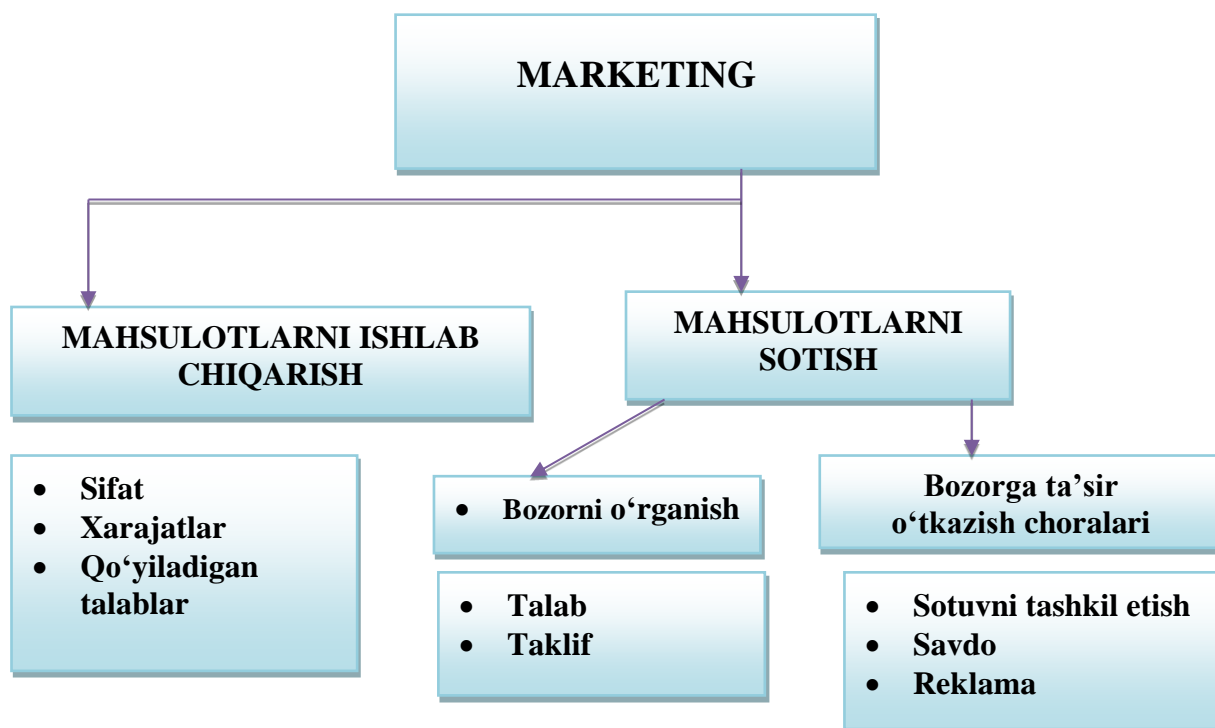
- xaridorlar ehtiyojini o‘rganish va aniqlash;
- narxning holatini xaridorlar ehtiyojiga moslashtirish;
- avvalo talab va taklif to‘g‘risida olingan ma’lumotlar asosida bozorni o‘rganish;
- tovarlar reklamasini tashkil etish, xaridorlarning tovarlarni sotib olishga qiziqishini orttirish;
- tovar yaratuvchi yoki uni sotuvchi tomonidan narx bo‘yicha tadqiqotlarni amalga oshirish uchun ma’lumotlar to‘plash va tahlil qilish;
- tovarni bozorga chiqarishdagi barcha xizmatlar to‘g‘risida ma’lumotlar olish;
- to‘ldiruvchi tovarlar va urnini bosuvchi tovarlar to‘g‘risida axborot yig‘ish;
- tovarlarga bo‘lgan talabni istiqbollash, ularni amalga oshirishni nazorat qilishdan iboratdir.

Marketingning bosh vazifasi korxonaning mavjud va potensial imkoniyatlarini baholash va undan samarali foydalanish evaziga bozorda talab va taklifni muvofiqlashtirish maqsadida imkoniyatlarni izlab topishdir.

Marketingni vazifalari 8.3-rasmda ifodalangan.

Marketing yoki tadbirkorlik faoliyati aniq natijaga erishish maqsadida amalga oshiriladi. Marketingni asosiy maqsadlari firmaning asosiy maqsadlari bilan o‘zaro alokadordir. Firmaning asosiy maqsadlariga quyidagilar kiradi:

- bozorni egallash;
- rentabellikni ta’minlash;
- moliyaviy barqarorlikka erishish;



8.3-rasm. Marketingning vazifalari ⁷¹

- ishlab chiqarishning ijtimoiy omillarini ta'minlash;
- bozorda pozitsiyani va imidjni mustahkamlash.

Ishlab chiqarish korxonasi asosiy maqsadlari va uni belgilovchi ko'rsatkichlar

Marketing maqsadlari tahlili unga erishish bo'yicha asosiy vazifalarni shakllantirishga imkon beradi. Meffert 1986-yilda 3 ta o'zaro bog'liq marketingning kompleks vazifalarini ajratib ko'rsatadi:

1. Talabni tartibga solish bilan bog'liq bo'lgan bozor faoliyatiga kiruvchi vazifalar.
2. Firma yoki korxonaga taalluqli vazifalar.
3. Tashqi muhit va jamiyat tashkilotlari bilan bog'liq masalalar.

⁷¹ Mualliflar tomonidan tuzildi.

IX - BOB. SANOAT KORXONALARI RESURSLARINI SAMARALI BOSHQARISH (LEAN PRODUCTION)

9.1. Korxonalar resurslarini samarali boshqarishning o‘ziga xos xususiyatlari

Korxonalar boshqaruvida zamonaviy konsepsiyalarni joriy etish o‘ta dolzarb ahamiyat kasb etib bormoqda. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son “2022–2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni qabul qilindi. Farmonning 3-bandiga ko‘ra, milliy iqtisodiyotni jadal rivojlantirish va yuqori o‘sish sur‘atlarini ta‘minlashda muhim bo‘lgan ustuvor vazifalar belgilab olingan bo‘lib, ushbu vazifalar sohaning istiqbolli rivojlanishini ta‘minlaydi.

Mamlakatimizdagi sanoat korxonalarida resurs tejamkorligini oshirish bo‘yicha bugungi kundagi holatni tahlil etish va resurs tejamkorligini oshirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish bugungi kunda dolzarb masalalardan hisoblanadi. Shuning uchun resurslar tejamkorligi bilan bog‘liq barcha jarayonlarni tadqiq etish va ularga ta‘sir etuvchi omillarni e‘tiborga olgan holda tizimli tadqiq etish lozim deb hisoblaymiz. Shundan kelib chiqqan holda, “resurs” va “resurs tejamkorlik” hamda “resurs samaradorligi” tushunchalarini interpretatsiya qilish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

«Resurslar» tushunchasining o‘zi fransuzcha “ressource” so‘zidan kelib chiqqan bo‘lib, yordamchi vositani anglatadi. Resurslarni umumiy lashtirib iqtisodiy, biologik, ekologik, informatsion va inson resurslariga ajratish mumkin. Dissertatsiya mavzusidan kelib chiqqan holda mahalliy va xorijlik olimlarning resurs tejamkorligi bo‘yicha olib borilgan tadqiqotlarini o‘rganib chiqamiz. Amerikalik iqtisodchi olimlar S.Makkonell, S.Bryu fikriga ko‘ra, “iqtisodiyotda resurs – bu jamiyat ehtiyojlarini qondiradigan tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqarish uchun ishlatiladigan xizmat yoki boshqa aktivlardir”.

Iqtisodiyotning o‘zi jamiyatning kam resurslarni qanday boshqarishi va taqsimlanishini o‘rganish sifatida aniqlandi. Klassik iqtisod resurslarning uch toifasini tan oladi, ular ishlab chiqarish omillari deb ham ataladi: yer, ishchi kuchi va kapital. Yer barcha tabiiy resurslarni o‘z ichiga oladi va ishlab chiqarish joyi ham xomashyo manbayi sifatida qaraladi. Mehnat yoki inson resurslari ish haqi to‘lanadigan mahsulotni yaratishda berilgan inson mehnatidan iborat. Kapital inson tomonidan ishlab chiqarilgan tovarlar yoki ishlab chiqarish vositalaridan (mashinalar, binolar va boshqa infratuzilma) foizlar bo‘yicha to‘lanadigan boshqa tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqarishda foydalaniladi. Tashqi omillarga korxonalar o‘z ta‘sirini ko‘rsata olmaydi, ya‘ni ular natijasida yuzaga keluvchi xarajatlarni kamaytirish olmaydi. Ichki omillar natijasida yuzaga keluvchi xarajatlarga esa korxonalar o‘z ta‘sirini o‘tkazishi, ya‘ni uni kamaytirishi mumkin. Korxonalar resurslarini boshqarish aynan korxonalar uchun ichki omil hisoblanadi va shu sababdan, resurslarni samarali boshqarishni tashkil qilish korxonalar ixtiyorida bo‘ladi. Shu jihatdan qaraganda korxonalar raqobatbardoshligini oshirishda resurslarni samarali boshqarish dolzarb ahamiyat kasb etadi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida faqatgina kam xarajat qilgan holda yuqori daromad olish imkoniyatiga ega samarali korxonalaragina raqobatga bardosh bera oladilar. Korxonalar xarajatlari ikkita omil: tashqi va ichki omillarga bog‘liq.⁷²

9.2. Resurslarni samarali boshqarishning zamonaviy yechimlari tahlili

Korxonalar resurslarini boshqarishning ko‘plab metodlari mavjud bo‘lib, “Lean Production” (Tejamkor ishlab chiqarish) konsepsiyasining mohiyatini tahlil qilish va unda belgilangan tamoyillarni korxonalarda qo‘llash imkoniyatlari bo‘yicha takliflar ishlab chiqarish asosiy maqsad qilib olingan.

⁷² T.Jo‘rayev, D.Tojiboyeva – Iqtisodiyot nazariyasi. 1-qism, Toshkent,-2014, 28-b.

Resurslarni samarali boshqarish xo‘jalik subyektlarining asosiy vazifalaridan biridir. Iqtisodiyotning bosh masalasi, ya’ni resurslarning cheklanganligi sharoitida cheksiz ehtiyojlarni to‘laroq qondirish har bir davlat, korxonalar va uy xo‘jaliklari oldiga ham resurslardan samarali foydalanishni zarur qilib qo‘yadi.

“Lean Production” atamasi ilk bor Jon Krafchik tomonidan kiritilgan bo‘lib, tejamkorlik bilan ishlab chiqarish ma’nosini anglatadi.⁷³ O‘zbekistonlik olimlar orasida mazkur mavzuda ilmiy izlanishlar olib borgan olimlar mavjud emas va bu atama iqtisodiy adabiyotlar uchun yangi atama hisoblanadi.

Ushbu atamaning paydo bo‘lishi va rivoji avtomobilsozlikka borib taqaladi. Yaponiyaning Tayota kompaniyasi AQSH kompaniyalarining avtomobilsozlikdagi tajribalarini o‘rgangan holda uni takomillashtirdi va natijada TPS (Toyota Production Systems – Toyota ishlab chiqarish tizimi)ni yaratdi. Keyinchalik AQSHning avtomobilsozlik kompaniyalari Toyota kompaniyasining tajribalarini amaliyotga tatbiq eta boshladi. Ba’zi adabiyotlarda “Lean Production” atamasi TPS (Toyota Production Systems), ya’ni “Toyota ishlab chiqarish tizimi” deb ham ataladi. Keyinchalik J. Layker⁷⁴ AQSH sanoat korxonalarining tajribalarini tahlil qilish asosida tejamkor ishlab chiqarishni bosqichlarga ajratdi (bu haqda batafsil to‘xtalamiz). Tejamkor ishlab chiqarishga doir ilmiy ishlarda Tayiti Ononing ilmiy qarashlari alohida e’tiborga loyiq bo‘lib, takror ishlab chiqarish mobaynida yuzaga keladigan yo‘qotishlarni bartaraf etish orqali tejamkor ishlab chiqarishga erishish mumkinligini ta’kidlaydi. Uning qarashlari keyinchalik L. Jeffri⁷⁵ hamda Jeyms Vumak va Daneel Jonslar tomonidan takomillashtirildi.⁷⁶

⁷³ John F. Krafchik – Triumph of the Lean Production System, Massachusetts Institute of technology, Sloan Management Review, Vol. 30, Num. 1. Fall 1988.

⁷⁴ Jeffrey K. Liker – Becoming Lean: Experiences of U.S. Manufacturers, 1977.

⁷⁵ Jeffrey K. Liker – The Toyota Way: 14 Management Principles from the World's Greatest Manufacturer, 2004.

⁷⁶ James P. Womack, Daniel T. Jones, Daniel Roos – The Machine That Changed the World: The Story of Lean Production Toyota's Secret Weapon in the Global Car Wars That Is Now Revolutionizing World Industry Paperback – March 13, 2007.

Resurslarni samarali boshqarish bo'yicha amaliyotda muvaffaqiyatli qo'llanib kelayotgan: TQM (Total Quality Management – Umumiy Sifat Boshqaruvi), JUST-IN-TIME (o'z vaqtida), RP (Resource Planning – resurslarni rejalashtirish), eRP (Enterprise Resource Planning – korxonalar resurslarini rejalashtirish), CSRP (Customer Synchronized Resource Planning – resurslarni mijozlar bilan sinxron rejalashtirish), CR (Continuous Replenishment – uzluksiz to'ldirib borish) kabi ko'plab logistik konsepsiyalar mavjud. Shu kabi zamonaviy konsepsiyalardan yana biri – “Lean Production” (Tejamkor ishlab chiqarish) konsepsiyasidir.

“Lean Production” (ba'zi adabiyotlarda “Lean Manufacturing”) konsepsiyasida asosiy e'tibor takror ishlab chiqarish jarayonidagi barcha turdagi yo'qotishlarni doimiy ravishda bartaraf etishga qaratilgan.

Mahsulot yaratilishining har bir bosqichida uning oxirgi iste'molchi uchun qiymatini baholash – konsepsiyaning asosiy belgisi sifatida ajratib ko'rsatiladi. Konsepsiyaga muvofiq korxonaning faoliyati iste'molchilar uchun qiymat qo'shuvchi, ya'ni mahsulotning tannarxini oshiruvchi operatsiya va jarayonlardan tashkil topgan. Shu bois resurs talab qiluvchi, lekin qiymat qo'shmaydigan har qanday harakat yoki bosqichni bartaraf etish konsepsiyaning asosiy vazifasi qilib olingan. Yuqorida ta'kidlaganimizdek, konsepsiya takror ishlab chiqarish davomida yuzaga keladigan barcha yo'qotishlarni bartaraf etishni nazarda tutadi. Xo'sh takror ishlab chiqarish jarayonidagi yo'qotishlar nima?

Tayiti Ono quyidagi 7 xil yo'qotishlarni ajratib ko'rsatadi.

1. Ortiqcha ishlab chiqarish natijasidagi yo'qotishlar.
2. Kutish natijasida vaqtning yo'qotilishi.
3. Keraksiz tashuvlar natijasidagi yo'qotish.
4. Ishlov berish bosqichlarining ortiqchaligi natijasidagi yo'qotishlar.
5. Ortiqcha zaxiralar tufayli yo'qotishlar.
6. Keraksiz ko'chishlar natijasidagi yo'qotishlar.

7. Nuqsonli mahsulot ishlab chiqarish natijasidagi yo‘qotishlar. Tayiti Ononing fikricha, asosiy yo‘qotish bu ortiqcha ishlab chiqarish natijasidagi yo‘qotishlar bo‘lib qolgan yo‘qotishlar uning natijasida kelib chiqadigan yo‘qotishlardir. Djefri Layker o‘zining “Dao Tayota” kitobida yana bir yo‘qotish.

8. Xodimlarning amalga oshirilmay qolgan badiiy salohiyatlari natijasidagi yo‘qotish turini qo‘shgan.

Nima?	Cheklovlar nazariyasi	Tejamkor ishlab chiqarish
Mo‘ljal	Tarmoqli kengligida o‘shish	Zararlarni yo‘qotish.
Fokus	Faqat cheklovga qaratilgan (u cheklov bo‘lishni to‘xtatmaguniga qadar)	Ishlab chiqarish jarayonida yo‘qotishlarni bartaraf etishga katta e’tibor qaratiladi
Natijalar	Ishlab chiqarish quvvatlarining ortishi	Ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish
Zaxiralar	Cheklash imkoniyatlarini maksimal darajada oshirish uchun yetarli zaxiralarni saqlab turish	Qimmatbaho qog‘ozlarni butunlay tark etishga intilish.
Balanslash liniyasi	Cheklovning tarmoqli kengligidan maksimal darajada foydalanish uchun muvozanat yaratish	Zararlarni bartaraf etish uchun balansni yaratish (ortiqcha imkoniyatlar).
Stimulatsiya	Cheklash tempni o‘rnatadi (Drum-Buffer-Rope)	Mijoz tempni o‘rnatadi (o‘lchov vaqti)

9.1-rasm. Cheklovlar nazariyasi va tejamkor ishlab chiqarishning mazmuni⁷⁷

Bulardan tashqari adabiyotlarda yana ikki xil: “muri” (yap. befahm) – ishchilarni, xodimlarni yoki ishlab chiqarish quvvatini ortiqcha

⁷⁷ Jeffrey K. Liker – The Toyota Way: 14 Management Principles from the World's Greatest Manufacturer, 2004.

yuklash va mura (yap. ola-chipor, har xil) – operatsiyalarni notekis bajarilishi, masalan, talabning o‘zgarishiga qarab uzuq-yuluq ish grafigini tashkil etish kabi yo‘qotish turlari ajratib ko‘rsatiladi.

Yana boshqa xorijiy adabiyotlarda yo‘qotishlarning boshqa turlari: uskunalarning buzilishi, texnik xizmat ko‘rsatilishi, qisqa to‘xtalishlar natijasidagi yo‘qotishlar singari jami 16 ta yo‘qotish turi ham keltirib o‘tiladi .

9.3. “Lean Production” bosqichlari

“Lean Production” mohiyatan beshta bosqichni o‘z ichiga oladi:

1. Muayyan mahsulotning qiymatini aniqlash.
2. Ushbu tovar qiymati yaratilishi bosqichlarini aniqlash.
3. Mahsulot qiymati yaratilishi bosqichlarining uzluksizligini ta’minlash.
4. Iste’molchini mahsulotga intilishiga undash (sifatga asosiy e’tibor qaratish orqali).
5. Mukammallikka intilish.

Ushbu bosqichlarning har biri mahsulotning qiymati bilan bog‘liq. Shu boisdan ham yuqorida ta’kidlaganimizdek, mazkur konsepsiyaning mohiyati iste’molchi uchun qiymat qo‘shuvchi operatsiyalarnigina bajarish, qolganlaridan esa voz kechish va shu orqali resurslardan samarali foydalanish, ya’ni ulardan tejab foydalanishdan iboratdir.

“Lean Production” konsepsiya bir qator elementlardan tashkil topgan bo‘lib, ular quyidagilardan iborat:

- ✓ Yagona buyum oqimi;
- ✓ Kanban;
- ✓ TPM (Total Productive Maintenance – uskunalariga umumiy g‘amxo‘rlik);
- ✓ 5S tizimi;
- ✓ SMED (Single Minute exchange of Dies – stanoklarni tezkor sozlash);

- ✓ Kaydzen;
- ✓ Poka-yoke (xatolardan himoyalash).

Mazkur elementlar alohida metodlar ham hisoblanadi, hattoki ba'zilar (masalan, kaydzen) mustaqil holda ishlab chiqarish konsepsiyasi maqomiga ham da'vogarlik qiladi. Ularning barchasi resurslardan tejab foydalanish va ishlab chiqarishning uzluksizligini ta'minlashga xizmat qiluvchi elementlar hisoblanadi.

Yagona buyum oqimi – bu tejamkor ishlab chiqarishning fundamental metodologiyasi hisoblanadi. Ushbu metodologiya ommaviy ishlab chiqarishni inkor etib, talabdan kelib chiqqan holda kichik partiyalarda ishlab chiqarishni nazarda tutadi. Bu zaxiralarni kamaytirishga va bu o'z navbatida xarajatlarni pasaytirishga olib keladi.

Kanban – ishlab chiqarishni va ta'minotni tashkil etish tizimi. Uning tarali, kartochkali va dasturiy (elektron) turlari mavjud. Mazkur metodologiya axborot oqimini tezlashtirish va ta'minotni o'z vaqtida ta'minash orqali jarayonni optimallashtirishga xizmat qiladi.

TPM (ingl. Total Productive Maintenance) – texnik uskunalarning samaradorligini oshirishga asoslangan menejment metodologiyasi bo'lib, uskunalariga barcha ishchilar birdek g'amxo'rlik qilishi kerak, degan g'oyani singdirishni nazarda tutadi.

5S tizimi – ish joyini tizimlashtirish va oqilona tashkil etish bo'lib, quyidagi beshta qoidaning bosh harflaridan olingan:

1. Saralash (yap. Seiri, ingl. Sort) — buyumlarni kerakli va keraksizligiga qarab ajratish.

2. Tartib (yap. Seiton, ingl. Set In Order) — zarur buyumlardan foydalanishning osonlashtirish maqsadida ularni tez va oson topishga mo'ljallab saqlashni tashkil etish.

3. Tozalik (yap. Seiso, ingl. Shine) — ish joyini doimo toza va ozoda saqlashni tashkil etish.

4. Standartlash (yap. Seikesu, ingl. Standardize) — dastlabki uchta qoidani bajarish uchun zarur shart-sharoitlarni yaratish, ya'ni har bir jarayon va amalning o'z standarti mavjud bo'lib, shu standartlardan chetga chiqmaslikni ta'minlash.

5. Takomillashtirish (yap. Sitsuke, ingl. Sustain) — ushbu so'zning to'g'ridan to'g'ri tarjimasini tarbiyalash bo'lib, xodimlarni malakasini doimiy oshirib borish hamda muntazam tekshiruvlar va uchrashuvlarni amalga oshirish orqali yuksalishga erishishni nazarda tutadi.

SMED (Single Minute exchange of Dies) – uskunalarni sozlashning tezkor usulini joriy etishni nazarda tutadi. Amaliyotda uskunalarni ichki va tashqi sozlash usuli mavjud. Ichki sozlashda uskunalarni to'liq o'chirib, tashqi sozlashda esa uskunalarni o'chirmasdan sozlash mumkin. Shu sababli SMED ichki sozlash usullarini tashqiga almashtirishga asosiy urg'u beradi.

Kayzen – tejamkor ishlab chiqarishning asosiy metodologiyasi bo'lib, bosqichma-bosqich takomillashib borish va jarayonlarning uzluksizligini ta'minlaydi.

Poka-yoke – tejamkor ishlab chiqarishning alifbosi hisoblanadi va yuzaga kelishi mumkin bo'lgan xatolardan himoyalaniшни nazarda tutadi (sim kartaning kesilgan burchagi bunga eng sodda misol bo'lishi mumkin). Ish joylarida vujudga kelishi mumkin bo'lgan xatoliklarni aniqlash va undan himoyalanişning muhandislik yechimlarini topish (masalan, detallar noto'g'ri o'rnatilganda signal beruvchi chiroqlarni joriy etish) ham sifatning oshishi va vaqt hamda resurslarning tejalişhiga olib keladi.

Korxonada xususiyatidan kelib chiqqan holda ushbu "Lean Production" konsepsiyasi elementlarini ba'zilarini yoki hammasini korxonada faoliyatiga joriy etish mumkin. (Masalan, SMED yoki yagona buyum oqimi metodologiyalari barcha korxonalar uchun ham zarur bo'lmasligi mumkin.)

9.4. Tejamkorlik tizimini joriy etish iqtisodiy oqimlar harakati samaradorligini ta'minlashning ustuvor yo'li

Tejamkorlik doiraviy aylanishlar oqimida iqtisodiy resurslar, pul mablag'lari va tovar (xizmat)lar harakati samaradorligini ta'minlashda bir xil ijobiy ahamiyatga ega.

Iqtisodiy resurslar doiraviy aylanishiga tejamkorlik tizimini joriy qilish ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish orqali uning raqobatbardoshligini oshirishga olib kelsa, pul mablag'larining tejab-tergab sarflanishi iqtisodiyotning turli subyektlar uchun har xil natijalarga olib keladi. Jumladan, uy xo'jaliklari tomonidan pul daromadlaridan tejamkorlik bilan foydalanilsa, ularning tovarlar va xizmatlardan oladigan nafliligi maksimallashtirib boradi. Korxonalarda pul mablag'laridan tejamkorlik bilan foydalanish esa bir tomondan barcha moliyaviy resurslar, shu jumladan investitsion mablag'lari, boshqa tomondan ular iqtisodiy faoliyatining umumiy samaradorligi oshirishiga olib keladi. Umuman iqtisodiyotda pul mablag'laridan oqilona, tejamli tarzda, o'z maqsadi bo'yicha foydalanish ular aylanish tezligini oshirish orqali iqtisodiy resurslarni taqsimlash, ulardan foydalanish va butun iqtisodiy faoliyati samaradorligi o'sishini ta'minlaydi.

Barcha turdagi tovarlar (investitsion va iste'mol tovarlari) va xizmatlardan tejamli hamda unumli tarzda foydalanish ham ishlab chiqarish samaradorligi va aholi turmush farovonligini oshirish nuqtayi nazaridan muhim ahamiyatli yo'nalish hisoblanadi.

Jahon sanoat korxonalarida resurs tejamkorligini oshirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish yuzasidan maqsadli ilmiy izlanishlar amalga oshirilgan. Xususan, Yaponiya korxonalarining muvaffaqiyatiga sabab bo'lgan "Lean production" tejamkor ishlab chiqarish, (SMED (Single Minute Exchange of Dies – dastgohlarni tezkor sozlash), 5 S tizimi, jami ishlab chiqarishning texnik holati tahlili (total productive maintenance, TPM)) tizimini joriy etish, RP (Resource Planning – resurslarni rejalashtirish), ERP (Enterprise Resource

Planning – korxonalar resurslarini rejalashtirish), CSRP (Customer Synchronized Resource Planning – resurslarni mijozlar bilan sinxron rejalashtirish) kabi konsepsiyalarni to‘qimachilik korxonalarida qo‘llash amaliyotini yanada takomillashtirishga bag‘ishlangan ilmiy tadqiqotlarni amalga oshirishga e’tibor qaratilmoqda.

O‘zbekiston iqtisodiyotida sanoat tarmog‘ini sifat jihatidan jadal rivojlantirish yuzasidan keng qamrovli va maqsadli dasturiy chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Bu borada, O‘zbekiston Respublikasining 2035-yilgacha rivojlanish Strategiyasining konsepsiyasiga muvofiq yuqori texnologik to‘qimachilik sanoatini shakllantirish, xomashyolarni chuqur qayta ishlaydigan, tayyor tugal mahsulot ishlab chiqarish tizimini takomillashtirish, noan’anaviy xomashyo va ikkilamchi resursdan yangi materiallarni ishlab chiqarish va mamlakatning tabiiy raqobat afzalliklariga asoslangan va mehnatni taqsimlash ustuvor vazifalar sifatida belgilangan.

Shu maqsadda iqtisodiyotning yetakchi tarmoq va sohalarida xo‘jalik yurituvchi subyektlar mahsulotlari tannarxini kamaytirishga qaratilgan chora-tadbirlar ishlab chiqilgan. Bunda tannarxni pasaytirishning asosiy yo‘nalishlari sifatida quyidagilarga alohida e’tibor qaratilishi ko‘zda tutiladi:

- import qilinadigan resurslar narxlarini qayta ko‘rib chiqish va pasaytirish;
- materiallar sarfi me‘yorlarini pasaytirish. Bu pirovard natijalar qiymatida oraliq mahsulot ulushining pasayib borishi natijasida kutilgan qiymatning o‘shishiga olib keladi;
- mahalliy xomashyo va materiallardan foydalanish darajasini oshirish. Bu lokalizatsiya darajasini kuchaytirish orqali tannarxni pasaytirishga imkon beradi;
- mahsulotlar ishlab chiqarish texnologiyasini takomillashtirish. Mazkur omil iqtisodiy resurslar unumdorligini oshirish orqali tannarxning pasayishiga olib keladi;

- foydalanilmayotgan ishlab chiqarish quvvatlarini konservatsiya qilish. Bu foydalanishda bo‘lmagan quvvatlarga qilinayotgan xarajatlarni kamaytirib, ularni boshqa unumli maqsadlarda ishlatish imkonini beradi;

- ma‘muriy boshqaruv xodimlari sonini qisqartirish. Bu omil korxonalarda ishlovchilar sonini optimallashtirishga olib keladi.

Umuman olganda, tejamkorlik multiplikator samarasini ifodalaydi. Agar uy xo‘jaliklarining doiraviy aylanishlar oqimidan jamg‘armalarini oshirib borishi investitsiyalarning o‘shishi bilan birga bormasa bu YaIM ning sezilarli kamayishiga olib kelishi mumkin. Ularning shaxsiy daromadida iste‘mol sarflarini cheklashga qaratilgan xatti-harakati natijasida tejalgan mablag‘ kelgusi davrda investitsion maqsadlarda ishlatilmasa iqtisodiy o‘shishga qarshi ta‘sir ko‘rsatish kuchiga ega bo‘ladi. Ishlab chiqaruvchilarning investitsion faolligining pasayishi ham uy xo‘jaliklari omili daromadlari kamayishiga va pirovard natijada ular tomonidan YaIMning iste‘mol tovarlardan iborat qismining kamroq sotib olinishi orqali iqtisodiy o‘shishga to‘siq bo‘lishi mumkin. Bunda muqobilidan birini tanlash muammosi yuzaga keladi: joriy iste‘molni nisbatan cheklash orqali kelgusida iqtisodiy o‘shishga erishib borish yoxud iste‘moldagi cheklanishlardan voz kechib, uzoq muddatli iqtisodiy o‘shish sharoitlarini yomonlashtirish.

Shunga asoslanib tejamli ishlab chiqarish konsepsiyasiga asoslanadigan beshta muhim prinsiplarni ajratib ko‘rsatish mumkin.

1. Zaxiralarni eng kam darajaga keltirish. Zaxiralarni qisqartirish nafaqat ularga xizmat ko‘rsatish va saqlashga ketadigan xarajatlarni kamaytiradi, balki ishlab chiqarish siklini qisqartiradi, aylanma vositalar aylanishini tezlashtiradi va sifatsiz mahsulot chiqarishni kamaytiradi.

2. Har bir davrda iste‘molchiga kerakli bo‘lgan tovar (xizmat)larni eng qisqa muddatlarda ishlab chiqarish. Buning uchun ishlab chiqarish kam partiyalarda yetkazib berishga yo‘naltirilgan bo‘lishi zarurki, shundagina ishlab chiqarish va texnologiyalarni har bir davrda

iste'molchi "buyurtmasiga" moslashtirib o'zgartirish imkoniyatiga ega bo'linadi.

3. Tovar (xizmat) qadr qiymatiga hech qanday ta'sir ko'rsatmaydigan unumsiz mehnat sarflarini maksimal darajada qisqartirish. Masalan, uskunalarni o'rnatish, xomashyolarni tayyorlash juda muhim ish hisoblansa-da, ular pirovard natijalar qiymatini umuman ko'paytirmaydi. Shu sababli bunday operatsiyalarga ketadigan vaqt eng minimum darajaga keltirilishi zarur.

4. Mahsulot sifatini to'xtovsiz yaxshilab borishga intilish. Bu qismni yuqorida qayd qilingan prinsiplar bilan o'zaro to'qnash keladi: kam partiyalarda ishlab chiqarish va zaxiralarni kamaytirish, sifatsiz mahsulot miqdorini tez qisqartirish imkonini beradi, ishlab chiqarishning bir me'yorlilik va tanlangan texnologik operatsiyalar esa chiqarilayotgan mahsulot xususiyatining barqarorligini kafolatlaydi.

5. Takror ishlab chiqarishning barcha jarayonlarini doimiy takomillashtirib borish. Bu vaqt omilini qisqartirish orqali, resurslar sarfini kamaytirish imkonini beradi. Albatta, bular tejamli ishlab chiqarishni tavsiflaydigan barcha belgilar emas. Shu bilan birga boshqa belgilar yuqorida qayd qilingan beshta asosiy prinsipdan kelib chiqadi.

X - BOB. SANOAT KORXONALARI STRATEGIYASINI SHAKLLANTIRISH

10.1. Korxonaning strategik rejasini ishlab chiqish va uning mazmuni

Korxonaning tizimini ishlab chiqish turli firmalarda o'ziga xos farqlarga egaki, bu hol bir qator omillarning mavjudligi bilan izohlanadi. Birinchidan, firmani boshqarishning markazlashgan darajasi marketing strategiyasini rejalashtirishda ayrim bo'linmalar mustaqilligi darajasini belgilab beradi. Masalan, mustaqil filiallarga ega bo'lgan yirik xalqaro kompaniyalarga markaziy idora o'z bo'linmalarining faqat joriy qilingan minimumda ortib ketadigan katta mablag' sarflari bilan bog'liq keng miqyosli xarajatlarni rejalashtiradi, xolos.

Boshqarish yanada markazlashtirilgan firmalarda ko'pgina strategik maqsad va dasturlar oliy rahbariyat tomonidan ishlab chiqiladi.

Ikkinchidan, firma rejalashtirish tizimining pishiq-puxtaligi uning bozordagi ahvoriga va faoliyat sohasiga bog'liq. Iste'molchilari, talab strukturasi, raqobat darajasi tayin bo'lgan yetuk bozorlarda firmalar asosan qat'iy ifoda etilgan reja tizimidan foydalanadi. Talabning o'zgarib turish darajasi noma'lum bo'lgan bir necha mustaqil segmentlarda faoliyat olib boradigan firmalar tajovuzkor va dadil o'sayotgan raqiblar mavjudligida aksariyat imkoniy xavfli vaziyatlar vujudga kelishi yoki sotish istiqbollari topilishiga qarab ishlab chiqiladigan "maqsadli" yoki reja va senariylardan foydalangan holda chaqqon boshqarishga intiladi.

Uchinchidan, rejalashtirish tizimini tashkil etish firmaning mahsulotga nisbatan umumiy strategiyasi bilan belgilanadi. Mahsulot modellari va turlarini tabaqalashtirish va ishlab chiqarish sohalari diversifikatsiyasi strategik rejali yechimlarni ishlab chiqishning yanada puxta usullari bilan muqarrar birgalikda qo'llaniladi.

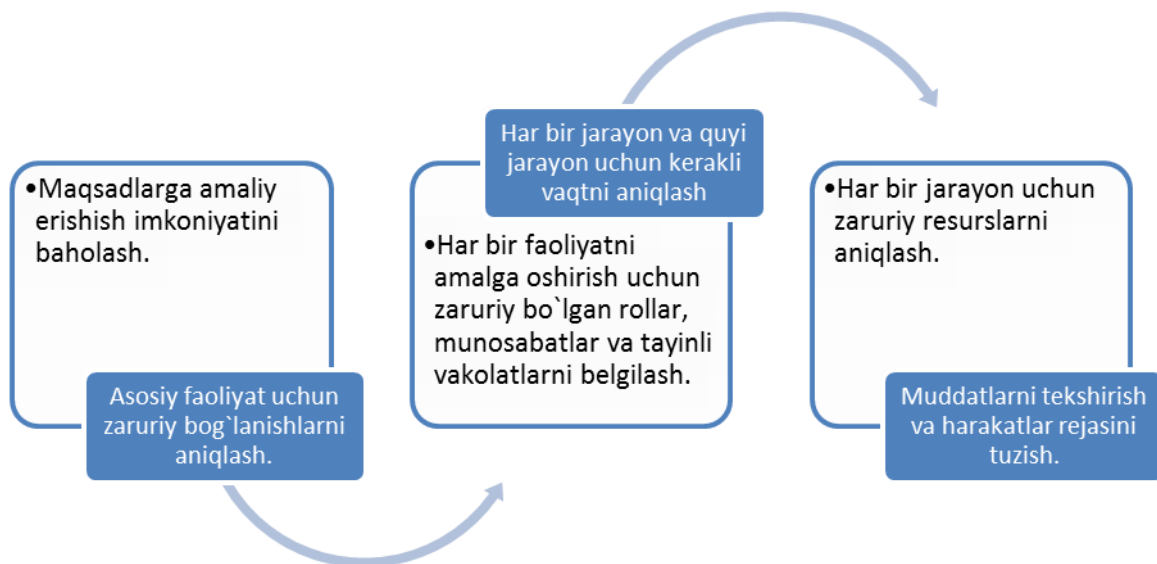
Shunday qilib, rejalashtirish tizimi rasmiy va tadbirkorona, izchil rejalashtirishga bo'linadi. Rejalashtirishning rasmiyatchilik tizimi

rejalarni belgilangan rejalashtirish davrlarida qabul qilish, rejalashtirishning daraja va bo‘linmalari aniq ajratish, reja harakatlari ketma-ketligiga rioya qilishning qat’iy talablariga asoslanadi. Bunday formal rejalashtirish tizimi uzoq muddatlarda turg‘un mezonlar doirasida faoliyat ko‘rsatishda ustunlikka ega. Rejani bajarmaslik firma faoliyatidagi kamchiliklarni ko‘rsatsa, uni oshirib bajarish - mavjud rezervlardan darak beradi. Ammo, ikkinchi tomondan, bunday tizim bozordagi vaziyat o‘zgarishi va firma imkoniyatlarini o‘z vaqtida hisobga olishga qodir emas.

Tadbirkorona rejalashtirish qat’iy rasmiyatchilikka asoslangan tizimdan farq qilgan holda, qaror qabul qilish davrini reja davriga qat’iy bog‘lab qo‘yishni bartaraf etadi, bozorda yoki firmaning o‘zida o‘zgarishlar paydo bo‘lishiga qarab firma faoliyati yo‘nalishlarini o‘zgartiradi. Bunday usul bozor konyunkturasiga chaqqon javob berishdan iborat ustunlikka ega, lekin firmani barqaror maqsadlardan mahrum etadi. Har ikkala tizimda ham muayyan kamchiliklarning borligi tufayli firmalar rejalashtirishning qat’iy muddatlarni, mobodo vaziyat taqozo etsa, rejalarni bajarish jarayonida ularga zarur tuzatishlar kiritish imkoniyati bilan birga qo‘shib olib borishni ma’qul ko‘radi. Bunday rejalashtirish tizimi odatda ikki darajaga ega: besh yillik va bir yillik marketing strategik rejasi. Bundan tashqari, rejalashtirish tizimi 10 - 20 va undan ortiq yillarga mo‘ljallangan, hal qilinishi uzoq muddatni talab etadigan uzoq muddatli rejalarni ham o‘z ichiga olishi mumkin. Keyin besh yilda bir marta ish qurayotgan bozorning katta marketing tadqiqoti o‘tkaziladi va strategiya bo‘yicha besh yil va bir yil uchun takliflar tayyorlanadi. Bu takliflar asosida besh yillik va kelgusi yil uchun marketing rejasi tuziladi.

Besh yillik reja asosiy ish maqsadlari negizini tashkil etadi, binobarin, firma faoliyatining asosiy yo‘nalishlarini belgilaydi. Yillik rejalarda esa ayrim tovar bozorlari va mahsulot turlari bo‘yicha strategiya va maqsadlar yo‘nalishi aniqlab olinadi.

Strategiya amalga oshirishda maqsadlar asosida boshqarish (inglizcha – management by objectives) uslubi ham keng tarqalgan. Ushbu uslub rejalarni bajarishda vazifalarni birlamchi qilib belgilaydi. Jumladan, rejalashtirish va ularni nazorat qilish vazifalari inson resurslarini boshqarish bilan bir yo‘la hal etishga harakat qiladi. Maqsadlar asosida boshqarish o‘z navbatida: maqsadlarni ishlab chiqish, harakatlar rejasini tuzish, tekshirish va baholash, tuzatuvchi choralari kabi ketma-ketlikda amalga oshiriladi. Jumladan, harakatlar rejasi 6 quyi bosqichga bo‘linadi.



Maqsadlar asosida boshqarish uslubi o‘zining ijobiy va salbiy jihatlariga ega va u ko‘proq boshqarish muammolari sifatida tahlil etiladi. Lekin, bevosita tanlash, amalga oshirish va nazorat qilish, qolaversa, uning samaradorligi, boshqaruv tizimining izchilligiga bog‘liqdir. Shu sababli har bir belgilanayotgan strategiya boshqaruv subyektlari tomonidan tanlanishi va amalga oshirilishi oqibatida, ularga quyidagi tafovutlar mavjud bo‘lishi tabiiydir. Jumladan, strategiyaga:

- baho berishda;
- qaror qabul qilishda;
- obrazlarni turli-tumanligida;
- strategiyalarni amalga oshirishni qo‘llab-quvvatlashda;

– strategik nazoratda va sifatda namoyon bo‘ladi. Ushbu muammolar boshqarish muammolari sifatida qaralsa ham firma mavqeini, tarzini (imidjini) shakllanishida, raqobat kurashidagi tavakkalchilik siyosatida, firma xodimlarining o‘zaro hamkorligida, rejalarning o‘z vaqtida va samarali bajarilishida yaqqol namoyon bo‘ladi.

Demak, strategiya amalga oshirishda, uning samarali va izchil bajarilishida boshqarish tizimining xususiyatlari va erishgan salohiyati muhim ahamiyat kasb etadi.

Strategik rejalar korxonada faoliyati, bozor, raqobat va boshqa omillar to‘g‘risida haqiqiy ma‘lumotlarni chuqur izlanishlar va o‘rganishlar asosida ishlab chiqariladi. Strategik rejalar korxonaning muammolari va imkoniyatlarni kelajakda bashoratlash uchun qo‘llaniladi. Rejalar sifatining asosiy omillaridan biri bo‘lib, rejalashtirishda menejment yo‘nalishi bo‘yicha ilmiy yondashishlar va rejalashtirish hisoblanadi. Strategik rejalar 2 – 3 yilga yoki 5 va undan ortiq yilga tuzilishi mumkin. Kompleks reja hujjat tariqasida “korxonada yoki firma strategiyasi“ tartibi quyidagicha taklif qilinadi.

1. Mundarija
2. So‘z boshi muqaddima
3. Korxonada yoki firmaning qisqacha ma‘lumoti
4. Marketing strategiyasi
5. Korxonada raqobat ustuvorligidan foydalanish strategiyasi
6. Ishlab chiqariladigan mahsulotni yangilash strategiyasi
7. Ishlab chiqarish strategiyasi
8. Ishlab chiqarishni ta‘minlash strategiyasi
9. Korxonada yoki firmaning strategik moliyaviy rejasi
10. Korxonaning xalqaro faoliyati strategiyasi
11. Menejment sistemasini rivojlantirish strategiyasi
12. Korxonada strategiyasini amalga oshirishni tashkil qilish
13. Ilovalar.

Strategik rejaning muqaddimasida quyidagi savollar yoritilishi kerak:

a) xalqaro miqyosida korxonaning ishlab chiqarish mahsulotining ahamiyatliligi va raqobatbardoshligi nuqtayi nazaridan mahsulot sifati resurslardan tejimli foydalanish bo'yicha korxonaning mamlakat yoki hudud miqyosidagi o'rni;

b) korxonaning xalqaro ko'rik va tanlovlarda qo'lga kiritilgan diplomlari, mukofotlari, ixtiro va kashfiyotlari uchun patentlar soni shu korxonaga nufuzi;

d) rejalashtirilgan yilda va o'tgan 5 yil ichida korxonaning asosiy texnik-iqtisodiy ko'rsatkichlari, fondlar, kapital (sarmoya), firma xodimlari to'g'risida qisqacha tavsifnoma;

e) aniq bozorlar bo'yicha tovarlar raqobatbardoshligi ko'rsatkichlari, sertifikatlar nomeri va ularni olgan sanalari;

f) o'tgan yillar kelajak istiqboli dinamikasida korxonaga yoki firma menejmenti texnologiyasi, tashkil qilish asosiy ko'rsatkichlari;

g) korxonaga faoliyatining ishonchliligini tasdiqlovchi faktlar va huquqiy hamda iqtisodiy kafolatlar.

Muqaddima "korxonaga strategiyasi"ning hamma bo'limlari ishlab chiqilgandan keyin tuziladi.

3. Korxonaga yoki firma to'g'risida qisqacha ma'lumot bo'limida quyidagi savollar yoritilishi kerak:

- firmaning maqsadi;
- korxonaga, firma tashkiliy, huquqiy shakli;
- korxonaga ustavi, xususiyatlari;
- nufuzli hamkorlar va tashqi muhit bilan aloqalar;
- korxonaga yoki firma tashkiliy tuzilmasi;
- bozorda mahsulot yoki tovar ishlab chiqarish tavsifnomasi va uning aniq bozorlarda raqobatbardoshligi;
- korxonaga yoki firmaning o'tgan davr va kelgusidagi faoliyatining texnik-iqtisodiy ko'rsatkichlari va tijorat sirini ko'rsatmaydigan boshqa ma'lumotlar.

4. Marketing strategiyasi bo'limida quyidagi savollarga javob berishi kerak:

- korxonalarda qo‘llaniladigan strategik marketing konsepsiyasi;
- marketing bo‘limlari vazifalari va funksiyalari;
- bozor strategik segmentatsiyasi (tabaqalanishi) natijalari va texnologiyasi;
- narx shakllanishi strategiyasi, korxonada yoki firma mahsuloti yoki tovarlari bahosini bashoratlash;
- bozorni egallash strategiyasi;
- yangi tovarlar ishlab chiqarish strategiyasi;
- tovarlarni tarqatish usul va uslublarini tanlash;
- korxonani kelajakda rivojlantirish strategiyasini tanlash;
- mahsulot raqobatbardoshligi me‘yoriy ko‘rsatkichlari.

5. Raqobat ustuvorligi strategiyasi bo‘limida quyidagi savollar yoritilishi kerak:

- firma yoki korxonada mikromuhiti, hudud infratuzilmasi va makromuhitning omillarini tahlil qilish;
- korxonada yoki firma menejment sistemasi, tashkil qilish, xodimlar texnologiya, texnika holatini tahlil qilish;
- marketing strategiyasi bo‘limini tahlil qilish;
- korxonada raqobat ustuvorligini aniqlash;
- korxonada yoki firma strategik omillarini tanlash va asoslash;
- korxonada yoki firma strategiyasiga ustuvorlik strategik omillarining mosligini tahlil qilish.

6. Ishlab chiqarilgan mahsulotni yangilash strategiyasi bo‘limida

- marketing strategiyasi bo‘limi tahlili natijalari;
- mahsulot sifatini oshirish strategiyasi;
- korxonada resurslarni tejash strategiyasi;
- firma va asosiy raqobatchilar tovarlari raqobatbardoshligi ko‘rsatkichlarining bashorati;
- ishlab chiqarilgan mahsulotni yangilash strategiyasini ishlab chiqishda qo‘llanilgan texnologiyalar, uslublar, prinsiplar, ilmiy yondashishlarni izohlash;

– innovatsion loyihalarni texnik iqtisodiy asoslash.

7. Ishlab chiqarishning rivojlantirish strategiyasi bo‘limida quyidagi savollar yoritilishi kerak;

– ishlab chiqarishni tashkiliy texnik darajasi tahlili;

– jamoa ijtimoiy rivojlanishining tahlili;

– atrof tabiiy muhitni muhofaza qilish bo‘yicha korxonada faoliyatini tahlil qilish;

– ishlab chiqarishni rivojlantirish strategiyasini tahlil qilish;

– firma yoki korxonada tashkiliy tuzilmasini tahlil qilish;

– ishlab chiqarishni rivojlantirish strategiyasining sanab o‘tilgan aspektlarini bashorat qilish;

– bashoratlarni texnik-iqtisodiy asoslash;

8. Ishlab chiqarishni ta‘minlash strategiyasida quyidagi savollar yoritilishi kerak:

– ishlab chiqarishni uslubiy axborotli, resurs bilan va huquqiy ta‘minlash sifatini tahlil qilish;

– hujjatlar, axborotlar, resurslar, ta‘minotchilar bilan optimal aloqalarni yo‘lga qo‘yish;

– axborotlar, turli ko‘rinishdagi resurslar, normativ uslubiy hujjatlar bilan ishlab chiqarishni ta‘minlash yangi strategiyasi ishlab chiqish.

9. Korxonada yoki firmaning strategik moliyaviy rejasi bo‘limida quyidagi savollar yoritilishi kerak:

– aniq bozorlarda aniq tovarlarning iqtisodiy ko‘rsatkichlari (baho, rentabellik, samaradorlik) – faoliyat ko‘rsatgan korxonaning iqtisodiy ko‘rsatkichlari (sotish hajmi, foyda) resurslar turli xilidan foydalanish ko‘rsatkichlari;

– korxonada, bozor, tovarlar bo‘yicha moliyaviy ko‘rsatkichlarning o‘zgarishini bashoratlash.

10. Korxonaning xalqaro faoliyat strategiyasida:

– eksport qiluvchining strategik maqsadi;

– import qiluvchining strategik maqsadi;

– korxonalar yoki firma xalqaro faoliyat strategiyasini tanlash va bashoratlash.

11. Menejment sistemasi rivojlanishi “strategiyasida” quyidagi savollar yoritilishi kerak:

– o‘tgan 5 yil ichida firma menejment sistemasi faoliyati sifati va samaradorligini tahlil qilish;

– firma menejment sistemasi komponentlarining strukturasi, mazmuni va o‘zaro bog‘liqligida “tor” joylarini aniqlash;

– menejment sistemasini rivojlantirishning strategiyasini asoslash va muvofiqlashtirish.

12. Korxonalar strategiyasini amalga oshirishni “tashkil qilish” savollari yoritilishi kerak:

– o‘tgan 5 yil ichida korxonalar strategiyasini amalga oshirishni tashkil qilish tahlili;

– strategik rejalarni nazorat va hisobida motivatsiya, tartibga keltirish sistemasida, jarayonlarni tashkil qilishda (ritmlik, uzluksizlik, to‘g‘ri aniqlilik proporsionallik prinsiplarini bajarishda) “tor” joylarni aniqlash;

– korxonalar strategiyasini amalga oshirishni tashkil qilish bo‘limiga asoslash va muvofiqlashtirishi.

13. “Korxonalar” strategiyasi ilovalarida quyidagi materiallar kiritilishi taklif qilinadi.

– raqobatchilar xarakteristikasi;

– ko‘rsatmalar, uslubiyotlar, standartlar, texnologiyalarni yoritish, dasturlar va boshqa yordamchi materiallar;

– hisob-kitoblar uchun berilgan materiallar;

– tushuntirish xati va boshqalar.

10.2. Korxonalar bozor strategiyasining shakllanishi

Korxonalar bozor strategiyasi shakllanishi konyunkturani tahlil qilishdan boshlanadi. Konyunktura – bu talab va taklif orasidagi

munosabatlar tovar zaxiralari va baholar harakati va boshqa iqtisodiy ko'rsatkichlarni o'z ichiga oluvchi iqtisodiy holatdir.

	Mavjud tovarlar	Yangi tovarlar
Mavjud bozorlar	1. Bozorga chuqur kirib borish	3. Yangi tovarlarni ishlab chiqarish
Yangi bozorlar	2. Bozor chegaralarini kamaytirish	4. Diversifikatsiya (bozorda yangi tovar)

10.1.rasm. Tovarlar va bozorlar rivojlanishi yordamida yangi bozorlarni aniqlash sxemasi⁷⁸

Korxonada konyunkturani o'rganish va bashorat qilish lozimdir. Bu bilan marketing shug'ullanadi. Qisqa muddatli bashoratlar natijasi va joriy konyunkturadan foydalangan holda marketing perspektivali tendensiyalarni qabul qilib, jahon bozoriga yo'naltiriladi. Bozorda firma harakati strategiyasi tovarlar raqobatbardoshligi, firma ilmiy-texnik va resurslar potentsiali darajasi va bozor hamda tovarning rivojlanishi asosida aniqlanadi. Bozorni o'rganish strategiyasi quyidagi strategiyalardan birini tanlashga asoslanadi:

a) differensiyalanmagan marketing - korxonada yoki firma barcha iste'molchilarga, bozorga bir xil tovar bilan murojaat qiladi;

b) differentsiyalangan marketing – aniq segment asosida aniq tovar ishlab chiqish;

e) kompleks marketing tovarlari va xizmatlari bo'yicha korxonaning aniq segment bo'yicha mahsulot ishlab chiqarilishi.

I. Maqsadli segmentni tanlash – ko'pgina firmalar bir segment bo'yicha xizmat qilishni boshlab, bu segment asosida boshlangan ish muvaffaqiyatli tugallansa, navbat bilan boshqa segmentlarni o'rganib va asosiysini tanlashda o'z ifodasini topadi.

⁷⁸ Mualliflar tomonidan tuzilgan.

II. Yangi tovarlar ishlab chiqish strategiyasining shakllanishi – bu iste'molchilar talabi, tovar tayyorlash texnologiyalari, tovarlarni qo'l-lash, bozorda raqobat qonunlari asosida raqobat holatlarning o'zgari-shiga asoslanadi.

III. Resurs strategiyasini tanlash quyidagi ishlarni bajarishni o'z ichiga oladi:

1. Tovar minimal bahosini aniqlovchi xarajatlarni tahlil qilish va baholash.

2. Xarajatlarni qoplash imkoniyatlarini tahlil qilish.

3. Xomashyo, materiallar, energiya, ishchi kuchi qabul qilish manbalarini o'rganish.

IV. Narx shakllanishi strategiyasini tanlash quyidagi muammolarni yechish bilan bog'liq:

1. Yangi tovarlarga bahoni o'rnatish.

2. Tovar nomenklaturasi darajasida narxning shakllanishi.

3. Geografik prinsip bo'yicha bahoning o'rnatilishi.

4. Chegirmalar bilan narxni o'rnatish.

5. Rag'batlantirish bo'yicha bahoni o'rnatish.

6. Diskriminatsion baholarni o'rnatish

V. Tovarni tarqatish yo'llari va metodlarini tanlash 2 xil bo'ladi:

1. Tovarni tarqatish kanallari bilan bog'liq bo'lgan tanlash:

a) 0 - darajadagi tanlash: to'g'ridan to'g'ri ishlab chiqaruvchi bilan iste'molchi orasidagi tanlash;

1 - darajali tanlash: iste'molchi, vositachi va ishlab chiqaruvchi;

2 - va 3 - darajali tanlash: iste'molchilar, ishlab chiqaruvchilar va ulgurji savdo qiluvchilar orasidagi tanlash;

b) tovar harakati muammolarini yechishni tanlash – tovarni topish, saqlash muammolari.

VI. Sotishni rag'batlantirish strategiyasining shakllanishi quyidagi ishlarni bajarishga asoslanadi:

a) uslublardagi biri bo'yicha rag'batlantirish uchun umumiy budjetdan hisob-kitob qilish naqd vositalarni hisoblash, sotish hajmiga

protsentlarda hisoblash, vazifalar va maqsadlardan raqobatchilar mahsulot sotish bo'yicha hisob-kitoblarni bajarish;

b) rag'batlantirish kompleksining shakllanishi: reklama uchun xarajatlar strukturasi aniqlash, shaxsiy sotuvlar, tashviqotlar olib borish (yoki targ'ibot va tashviqot ishlarini olib borish).

VII. Tovar reklamasi strategiyasining shakllanishi quyidagilarni o'z ichiga oladi:

1. Maqsadlar kommunikatsiyasi va tovarni sotishni aniqlash.

2. Reklama uchun budget hisoblari uslublari va ularni qoplash manbalarini aniqlash.

3. Reklama murojaati bo'yicha qarorlarni ishlab chiqish.

4. Reklama axboroti uchun pul vositalarini aniqlash va bu axborotlarni tarqatishni tashkil qilish.

5. Reklama strategiyasini amalga oshirish samaradorligini baholash.

VIII. Firma o'sishi strategiyasining shakllanishi quyidagilarni o'z ichiga oladi:

1. Korxonada kelajakda o'z faoliyatini davom ettirishi uchun ishlab chiqish turlarini aniqlash.

2. Quyidagi o'sish darajalari variantlari korxonada yo'nalishlarini aniqlash:

– birinchi darajada korxonada faoliyatida foydalanib bo'ladigan imkoniyatlarini aniqlash (intensiv o'sish imkoniyatlari);

– ikkinchi darajada tarmoq marketing sistemasi boshqa elementlari bilan integratsiya imkoniyatlarini aniqlash (integratsion o'sish imkoniyatlari);

– uchinchi darajada tarmoq chegarasidan tashqarida bo'ladigan imkoniyatlarni aniqlash (diversifikatsion o'sish imkoniyatlari).

Variantlarning birinchi guruhida korxonani ishlab chiqarish – bozor faoliyatining mavjud miqyosi va yo'nalishlari darajasida rivojlantirish imkoniyatlari aniqlanadi. Ular korxonaning o'ziga taalluqli intensiv rivojlanish qiyofasiga ega. Variantlarning ikkinchi guruhi integratsiya

(birlashuv) orqali marketing tizimining qismlari bilan bog‘liq bo‘lgan imkoniyatlarni, uchinchi guruhi marketing tizimiga kirmagan, ya’ni diversifikatsiya (har tomonlama kengayish) natijasida paydo bo‘ladigan imkoniyatlarni qamraydi.

Darajalar bo‘yicha o‘shish imkoniyat yo‘nalishlari		
Intensiv	Integratsion	Diversifikatsion
1. Eski bozorni eski tovar bilan chuqurroq tatbiq qilish	1. Ta’minotchilar bilan qattiq siyosat ostida regressiv integratsiya olib borish	1. Bozorni o‘xshash tovarlar bilan to‘ldirish konsentrik diversifikatsiyasi
2. Eski tovar bilan bozor chegaralarini kengaytirish	2. Tovarni taqsimlash progressiv integratsiyasi	2. Yangi tovarlar assortimentlari bilan to‘ldirish gorizontallik diversifikatsiyasi
3. Eski bozor uchun tovarlarni takomillash-tirish	3. Raqobatchilar bilan gorizontallik integratsiya	3. Yangi tovarlarni o‘zlashtirish konglomerat diversifikatsiyasi

10.2-rasm. Korxonalar yoki firma o‘shish imkoniyatlari asosiy yo‘nalishlari⁷⁹

10.3. Biznes rejalashtirish – strategik rejalashtirishning quroli sifatida

Biznes reja korxonalar (firma)ning rivojlanish strategiyasini belgilab beradigan asosiy hujjatlardan biri hisoblanadi. Shu bilan birga u:

A) korxonalar rahbarlariga strategiya holatini aniq bilishga yordam berib samarali boshqarishga olib keladi;

B) bozor iqtisodiyoti sharoitida biznesni qanday rejalashtirish va amalga oshirishni o‘rgatadi;

⁷⁹ Mualliflar tomonidan tuzilgan.

D) hamda o‘z vaqtida ularga o‘zgartirishlar kiritishga yordam beradi.

E) korxonada faoliyati bo‘yicha kerakli axborotlarni banklarga, investorlarga va kreditorlarga taklif etadi. Yaxshi ishlab chiqilgan biznes reja korxonaning o‘tib borishiga, bozorga yangi mavzularni qo‘lga kiritishga, o‘z taraqqiyotining istiqbollarni belgilashda, yangi tovarlar ishlab chikarish va yangi xizmat turlarini yaratishga mo‘ljallarni amalga oshirishning maqsadga muvofiq usullarini tanlab olishga yordam beradi. Biznes rejani menejer, tadbirkor, firma, firmalar guruhi, konsalting tashkiloti tayyorlashi mumkin. Uni tuzishda rahbarning shaxsiy ishtiroki juda zarurdir. Shuning uchun ham ko‘pgina xorijiy mamlakatlar banklari va investorlari, agar biznes rejani boshidan oxirigacha chetdan maslahatchi yollab bajarilganini va rahbar faqat qo‘l qo‘yganini bilib qolsalar bunday loyihaga mablag‘ berishdan bosh tortadilar. Bu degani biznes rejani ishlab chiqishda maslahatchilar xizmatidan foydalanmaslik kerak degani emas, aksincha, investorlar tomonidan ekspert maslahatchilarning xizmatidan foydalanish mumkinligi qo‘llab-quvvatlanadi. Shu bilan birga biznes rejani ishlab chiqishda korxonada rahbarining yoki tadbirkorning shaxsan o‘zi ishtirok etishi shart.

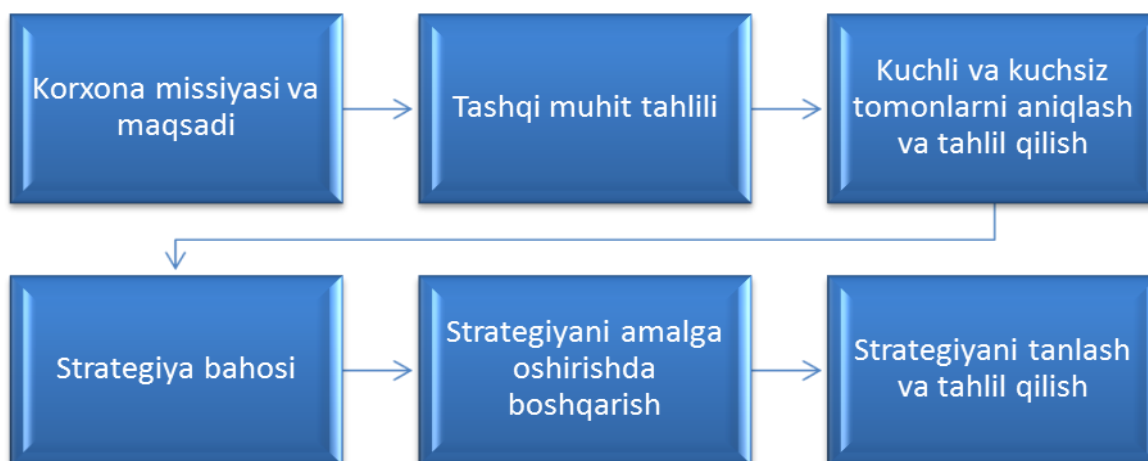
Biznes reja korxonaning rivojlanishini yaqin yillarda ko‘rsatuvchi hujjat hisoblanadi. Biznes reja 4 asosiy funksiyani bajaradi:

1. Ma’lum vaqt ichida korxonada faoliyati natijalarini ko‘rsatuvchi manba hisoblanadi.

2. Biznes reja kelajakda biznesni olib borish uchun konsepsiyalar ishlab chiqarishga asos bo‘ladi.

3. Mablag‘ jamg‘arishga asosiy manba.

4. Korxonada strategiyasini amalga oshirishga vosita hisoblanadi.



10.3-rasm. Strategik rejalashtirish jarayoni⁸⁰

Strategik rejalashtirish bosqichlari

Bu bosqichlarning alohida mazmunlarini ko‘rib o‘tamiz:

1. Korxonada missiya va maqsadlari.

Missiya – bu hozirgi vaqtda va istiqbolda iste‘molchilar manfaati birinchi o‘rinda turuvchi maqsadlaridir. Korxonaning, tashkilotning umumiy maqsadi rivojlanish strategiyasini ishlab chiqish va marketing ilmiy izlanish ishlari, personal, menejment moliya, ishlab chiqarish kabi muhim funksional kichik sistemalar bo‘yicha maqsadlar o‘rnatish poydevoridir.

Har bir kichik sistema o‘z maqsadini tashkilot missiyasidan kelib chiqadigan umumiy maqsadda amalga oshiradi.

Strategik rejalashtirishda tashkilot missiyasi va maqsadlarini tanlash birinchi va eng javobgar qaror hisoblanadi. Tashkilot o‘z missiyasini tashqi atrof-olamda izlashi kerak, chunki korxonada mahsulotini xalqning turli jamiyat qatlamlari tomonidagi agar ular bevosita xaridor bo‘lmasa ham, baholash omili kam ahamiyatga ega bo‘lmaydi. Foyda, daromad olish hech qachon korxonaning bosh maqsadi bo‘lolmaydi, chunki daromad olish bu korxonaning ichki muammosidir.

Xo‘jalik maqsadlari missiya ramkasida uning rivojlanishida shakllanadi va o‘rnatiladi. Bunda yuqori rahbariyat yondashuvchi

⁸⁰ Mualliflar tomonidan tuzilgan.

maqsadlar e'tiborga olinadi. Maqsadlar to'g'ri shakllangan, samarali tasvirlangan, ular strategik boshqarish jarayonining muhim qismi bo'ladiki, rahbariyat ular haqida axborot beradi va tashkilotlarda uni amalga oshirishni rag'batlantiradi.

2. Tashqi muhit tahlili

Tashqi muhit tahlili yangi imkoniyatlar va xavf-xatarni oldindan ko'rish maqsadida tashqi omillarni tahlil qilish, strategiyalarni ishlab chiqish uchun qurol hisoblanadi, firma faoliyati uchun imkoniyatni va xavf-xatarni aniqlashdir. Tashqi muhitni tahlil qilish – bu tahlilni uchta guruh omili bo'yicha izlanish deb faraz qilish mumkin: iqtisodiy, siyosiy va ijtimoiy.

Birinchi guruh – firmaga bir necha tashqi muhit sohasining ta'sirini o'z ichiga oladi, iqtisodning umumiy holati, bozor, iste'molchilar, raqobat. Firma faoliyatida strategik rejalashtirishni iqtisodiy muhitini joriy va prognozli holati birinchi darajali ahamiyatga ega. Umumiy omillar bo'lmish – inflatsiyaning jadvalligi, aholining bandlik saviyasi, xalqaro to'lov balanslari, valuta kurslari, korxonalar to'lov qobiliyati va h.k. doimo nazorat qilish va baholab borish zarur.

Siyosiy omillarni hisoblash va tahlil qilish samarali strategik rejalashtirishning muhim sharti hisoblanadi. Bu mohiyati bo'yicha davlat va biznes orasidagi munosabatdir. Ular davlatni katta va kichik biznesga qonunlar, kodekslar, qarorlar chiqarish orqali ta'sir ko'rsatishi bilan namoyon bo'ladi, shuningdek, davlatlar orasida savdo bo'yicha kelishuvchanlik, bojxona siyosati, mahalliy hukumatning kredit siyosati va boshqalarda o'z ifodasini topadi.

Bozor omillari tashkilot ishi samaradorligiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Uning tahlili firma rahbariyatiga korxonalar strategiyasini aniqlash va bozorda uni tashkil qilish pozitsiyalarini mustahkamlashga undaydi. Bu – demografik sharoitlarning o'zgarishi, aholi daromadi darajasi va uni taqsimlash, tovar va xizmatlarning hayotiy tarmoqlarda raqobat darajasi, korxonaning bozorda egallagan ulushi, bozor hajmi va hokazolar.

Tashqi muhit texnologik tahlili ishlab chiqarish texnologiyasida o'zgarishlar, boshqarishda va yangi tovar yoki xizmatlarni loyihalashda hisoblash texnikasini qo'llash, aloqa vositalarida axborotni uzatish va uni tahlil qilishni uqtirib o'tadi.

Raqobat omillari tahlili tashkilot rahbariyati tomonidan raqobatchilar harakatini doimiy nazorat qilishni taqozo qiladi. Tahlilda 4 ta zona belgilanadi: raqobatchilarning kelajak maqsadlarining tahlili, ularning joriy strategiyasi bahosi, raqobatchilarga nisbatan shart-sharoitlar bahosi va tarmoqlar rivojlanishi istiqboli, raqobatchining kuchli va kuchsiz tomonlarini aniqlash.

Tashqi muhit ijtimoiy omillari ijtimoiy boyliklar, axloqiy o'zgarishlarni o'z ichiga oladi. Bunga: yuksalgan milliy hissiyot tadbirkorlikka aholi asosiy qismining munosabati, jamoa harakatlarining rivojlanishi, ishlab chiqarishda boshqaruvchilar rolining o'zgarishi va boshqalar.

Xalqaro omillar tahlili o'z mamlakati va boshqa mamlakatlar hukumati milliy bozorni kengaytirish borasida undan himoyalash siyosatini o'rganish ichki bozorni mustahkamlash, xalqaro faollikni oshirishni, kengaytirishni taqozo qiladi.

Tashqi muhit tahlili tashqi xavf-xatarlar sonini aniqlash, shuningdek, korxonada bu muhitda ta'sir qiladigan imkoniyatlarni o'rganish bilan tugallanadi.

Bu yerda tashqi xavf-xatarlar bilan bog'liq bo'lgan kelajak muammolarni qiyinlashtiradigan qanday ichki kuchsizliklar borligini va imkoniyatlardan foydalanish uchun korxonada ichki kuchlarini baholash zarurdir. Buning uchun tashkilot kuchli va kuchsiz tomonlarining tahlili xizmat qiladi. Ichki muammolar diagnostikasi asosiy metodi bo'lib, korxonada turli funksional zonalarini kompleks izlanishiga asoslangan boshqaruv ko'rik-nazorati hisoblanadi.



10.4-rasm. Strategik rejalashtirish maqsadlari⁸¹

Moliya (buxgalteriya hisobi) – tashkilot moliyaviy ahvoli kelajakda rahbariyat qaysi strategiyani tanlaydi, uning kuchsizlik potentsiallari nimadan iborat ekanligini aniqlaydi.

Tashkilot ishlab chiqarish tahlilida raqobat muhitida, tashqi muhit o'zgarishlariga tashkilot ichki strukturasi ko'nikishi katta ahamiyatga ega.

Personal – zamonaviy tashkilotning ko'p muammolari yechimlari ishlab chiqarish va boshqarishda malakali mutaxassislar bilan ta'minlanganligiga bog'liqdir. Ishchi kuchi omili tashqi iqtisodiy sharoitning asosi deb hisoblanib, tashkilot strategiyasiga ta'sir ko'rsatadi. Uning tahliliga katta ahamiyat beriladi. U o'z ichiga hozirgi davlatdagi ishchi kuchi ahvolini o'rganishni va eng keraklisi kelajakni oldindan ko'rishni oladi. Xalq bandligini qaysi sohalarda oshirish va qaysi sohalarda uni kamaytirishni oldindan ko'ra olishi firmaning taraqqiy topish imkoniyatiga bog'liq.

Tashkiliy madaniyat tashkiliy muhitda kishilarning tartib- intizomidan yaraladi. Madaniyat – ijtimoiy o'zaro harakat natijasidir.

⁸¹ Mualliflar tomonidan tuzilgan.

Tashkilot obro‘yi ichki va tashqi sharoitda hamkasabalar mijozlar va ijtimoiy fikrlashlar asosida yaralgan taassurotlar orqali aniqlanadi.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Korxonaning strategik rejasini ishlab chiqish vazifalari nimalardan iborat?
2. Strategik rejalashtirish jarayoni qanday tashkil qilinadi?
3. Korxonada bozor strategiyasining shakllanishi qanday?
4. Korxonaning strategik rejasiga ta’rif bering.
5. Korxonada bozor strategiyasining shakllanishi tamoyillariga tasnif bering.
6. Strategik rejalashtirish jarayoni va uning asosiy bosqichlaridan foydalanish ko‘nikmalariga tasnif bering.

Mustaqil ishlash uchun adabiyotlar ro‘yxati:

1. O‘zbekiston Respublikasining Qonuni “Tijorat siri to‘g‘risida”. Qonunchilik palatasi tomonidan 2014-yil 18-iyunda qabul qilingan, Senat tomonidan 2014-yil 28-avgustda ma’qullangan. 2014-yil 11-sentabr, O‘RQ-374-son. (O‘zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to‘plami, 2014-y., 37-son, 463-modda).

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha xarakteristik strategiyasi to‘g‘risida» gi №PF-4947-sonli Farmoni. //Xalq so‘zi. 2017-yil 8-fevral.

3. Sh. M.Mirziyoyev. Tanqidiy tahlil, qat’iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo‘lishi kerak. Tashkent: O‘zbekiston, 2017.-104 b.

4. Abdulkarimov B.A. va boshqalar. “Korxonada iqtisodiyoti”. Darslik – 2-qayta ishlangan va to‘ldirilgan nashri. – T.: “Fan”, 2012. – 371bet.

5. Maxmudov E.X. Korxonalar iqtisodiyoti. O‘quv qo‘llanma. –T.: O‘zbekiston yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg‘armasi nashriyoti, 2006. – 208 bet.

6. Магомедов Ш.Ш, Беспалова Г.Е. Управление качеством продукции. Учебник. – М.: «Дашков и К», 2010. – 336 стр.

7. Конкурентная разведка: учеб. пособие: [в 2 ч.] / под ред. Е.Л.Ющука, А.А.Мальцева; [авт.кол.: Е.Л.Ющук, Д.В.Петряшов, А.В.Кузин и др.] ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. – Екатеринбург: [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2015. – Ч. 1. – 210 с.

8. www.webofscience.com – Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi.

9. www.searchebscohost.com – Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi.
www.lex.uz – Qonun hujjatlari milliy bazasi

XI - BOB. SANOAT ISHLAB CHIQRISHNING ASOSIY FONDRLARI VA ISHLAB CHIQRISH QUVVATLARI

11.1. Asosiy fondlarning iqtisodiy mohiyati va ahamiyati, tarkibi va tuzilishi

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, korxonalari 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.

Iqtisodiyotning globallashuvi hamda hisob va hisobotlarning mukammallashuvi, jumladan, milliy hisob standartlarining jahon standartlari talablari darajasiga keltirilishi tufayli, garchi asosiy vositalar, asosiy vositalarning pul ko'rinishidagi ifodasi sifatida avvaldan qo'llanib kelgan bo'lsa-da, hayotimizga "asosiy kapital", "asosiy vositalar" kabi atamalar endilikda keng ravishda kirib kelmoqda.

Zamonaviy iqtisodiyot fani **asosiy vositalarni** ma'lum bir iste'mol qiymati ko'rinishida ijtimoiy mehnat asosida yaratiluvchi, ishlab chiqarishning moddiy-buyumlashgan material omillari qatoriga kiritadi. Hozirgi bozor sharoitlarida korxonalar kuchi va vositalari yordamida yaratilgan (fond)lar ishlab chiqarish quvvatlarini shakllantirish va ulardan foydalanishga faol ravishda ta'sir ko'rsatuvchi mulk hisoblanadi. Butun iqtisodiyot miqyosida asosiy vosita (fond)lar mamlakatning milliy boyligini tashkil qiladi. Korxonaning asosiy vositalari atamasi amaliyotda va ko'plab adabiyotlarda "asosiy vositalar" yoki "asosiy kapital" atamasi bilan ham qo'llanilishi mumkin.

Asosiy vositalar korxonada ishlab chiqarish vositalarining bir qismi bo'lib, ishlab chiqarish jarayonida uzoq vaqt ishtirok etadi va o'zining natural-moddiy holatini yo'qotmaydi hamda o'z qiymatini tayyorlanayotgan mahsulotlarga qismlab o'tkazib beradi. Asosiy vositalar qiymatini tayyorlanayotgan mahsulotga o'tkazish jarayoni amortizatsiya deb, ushbu jarayonda to'plangan mablag'lar esa *amortizatsiya ajratmalari* deb ataladi.

O'zbekiston Respublikasi buxgalteriya hisobining milliy standartiga (5-son BHMS "Asosiy vositalar") ko'ra asosiy vositalar tarkibiga quyidagi mezonlarga javob beradigan moddiy aktivlar kiritiladi:

- a) bir yildan ortiq xizmat qilish muddati;
- b) bir birlik (to'plam) uchun qiymati O'zbekiston Respublikasi (xarid paytida) belgilangan eng kam oylik ish haqi miqdorining ellik baravaridan ortiq bo'lgan buyumlar.

Korxonada rahbari hisobot yilida buyumlarni asosiy vositalar tarkibida hisobga olish uchun ular qiymatining eng kam chegarasini belgilashga haqli.

Xizmat muddati va qiymatidan qat'i nazar, quyidagilar asosiy vositalar tarkibiga kiritilmaydi:

- a) maxsus asboblardan va moslamalardan (muayyan buyumlarni turkumlab va yoppasiga ishlab chiqarish uchun yoki yakka tartibdagi buyurtmalarni tayyorlash uchun mo'ljallangan, maqsadli yo'naltirilgan asboblardan va moslamalardan);
- b) maxsus va sanitariya kiyim-kechaklari, maxsus poyabzallar;
- d) ko'rpa-to'shak anjomlari;
- e) yozuv-chizuv anjomlari (kalkulatorlar, stol ustiga qo'yiladigan asboblardan va boshqalar);
- f) oshxonada anjomlari, shuningdek, oshxonada uchun dasturxon-sochiqlar;
- g) tiklanishi bo'yicha xarajatlar qurilish-montaj ishlari tannarxiga kiritiladigan vaqtinchalik (notitul inshootlar) moslamalardan va qurilmalardan;

h) kamida bir yillik foydalanish muddatiga ega bo'lgan almash-tiriladigan uskunalari;

i) ov qurollari (trallar, to'rlar, qarmoqlar, matraplar, merejalar va boshqalar).

Asosiy vositalar tarkibida qonun hujjatlariga muvofiq korxonalar mulkiga o'tkazilgan yer uchastkalari ham hisobga olinadi.

Iqtisodiy maqsadlariga ko'ra, asosiy vositalar ishlab chiqarish va noishlab chiqarish fondlariga taqsimlanadi. Ishlab chiqarish asosiy vositalari o'z mohiyatiga ko'ra, korxonaning ishlab chiqarish potensialini tashkil qilib, ularning tarkibiga quyidagilar kiradi:

- ishlab chiqarish binolari va inshootlari;
- uzatish qurilmalari;
- quvvat mashinalari va uskunalari;
- ishchi mashinalar va uskunalari;
- transport vositalari;
- o'lchov va tartibga solish asboblari va qurilmalari;
- foydalanish muddati bir yildan kam bo'lmagan va qonunchilikda

belgilab qo'yilgan qiymatlardagi asboblari va ishlab chiqarish inventari.

Asosiy vositalar ishlab chiqarishda band bo'lgan barcha mutaxassis va xodimlar soni bilan birgalikda, sanoat korxonasining ishlab chiqarish apparati deb ataladi.

Noishlab chiqarish asosiy vositalari *korxonalar asosiy vositalarining ishlab chiqarishda bevosita ishtirok etmaydigan qismi bo'lib, shu sababli o'z qiymatini tayyor mahsulotga o'tkazmaydi*. Bular qatoriga asosan korxonalar balansida turuvchi turarjoy (uy-joy fondi), oshxona, profilaktoriya, klub, bolalar bog'chasi va yaslilar, sport-sog'lomlash-tirish va boshqa obyektlar kiritiladi. Madaniy-maishiy va sog'lomlash-tirish yo'nalishidagi noishlab chiqarish asosiy vositalari ishlab chiqarish asosiy vositalari bilan foydalanish muddati, natural shaklning saqlanishi, o'z qiymatini sekin-asta yo'qotishi kabi ko'p jihatlari bilan o'xshashdir.

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 uskunalari, ishchi mashina va uskunalari, transport vositalari, texnologik liniyalar, ya‘ni biron-bir turdagi mahsulot yaratishda foydalaniluvchi mehnat qurollari kiritiladi.

Sanoat korxonasiining aktiv asosiy ishlab chiqarish fondlari eng harakatchan va ahamiyatli hisoblanadi. Fan-texnika taraqqiyoti davomida ko‘plab korxonalarda aktiv ishlab chiqarish fondlarining salmog‘i ortadi, ularning tarkibi va ko‘rinishi o‘zgaradi, asosiy vositalar guruh va turlarining ma‘naviy eskirishi tufayli almashinish sur‘ati tezlashadi.

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

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

Sanoat korxonasi asosiy vositalarining turlar bo‘yicha tuzilmasi, ko‘p jihatdan kapital qo‘yilmalarning texnologik tuzilmasi orqali, jumladan, ularning yangi qurilish va qayta ta‘mirlash, amaldagi ishlab chiqarishni kengaytirish va qayta qurollantirish bilan avvaldan belgilab

qo'yilgan bo'ladi. Asosiy vositalarning turlar bo'yicha tuzilmasiga ishlab chiqarishni ixtisoslashtirish va konsentratsiya qilish darajasi ham katta ta'sir o'tkazadi. Yirik korxonalar, ishlab chiqarishni fondlar bilan ta'minlashda va fan-texnika taraqqiyoti yutuqlaridan keng foydalanishda kichik va o'rta korxonalarga qaraganda ko'proq imkoniyatga ega. Biroq kichik korxonalar harakatchanroq, ularning boshqaruvi moslashuvchanroq bo'lib, natijada ishlab chiqarishni texnik jihatdan qayta qurollantirish osonroq kechadi.

Korxonada iqtisodiyotiga **ekspluatatsiya qilinayotgan asosiy vositalarning yoshi**, birinchi o'rinda mashina va asbob-uskunalarining yoshi katta ta'sir ko'rsatadi. Hozirgi paytda mashina va sanoat uskunalarini yosh bo'yicha guruhlashda taxminan quyidagi muddatlardan kelib chiqiladi: 5 yilgacha, 5 yildan 10 yilgacha, 10 yildan 15 yilgacha, 15 yildan 20 yilgacha, 20 yildan 25 yilgacha va hokazo. Mashina va uskunalarining ekspluatatsiya muddati qanchalik yuqori bo'lsa, korxonaning ishlab chiqarish quvvatlari shunchalik past bo'ladi, mahsulotlar sifati pasayadi, bekor turib qolish va talafotlar ko'payadi hamda aksincha. Bundan tashqari, korxonada asbob-uskunalaridan uzoq vaqt mobaynida foydalanilganida ta'mirlash uchun ham ko'p xarajatlar sarflanadi.

11.2. Sanoat korxonalarida asosiy vositalarni baholash, ularning eskirishi

Xo'jalik amaliyotida asosiy vositalar natural va qiymat ko'rinishida hisobga olinadi. Agar asosiy vositalarni *natural baholash* – ishlab chiqarishni texnik jihatdan qayta qurollantirish va zamonaviylashtirish masalalarini hal qilish, asbob-uskunalarini 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 vositalarni qayta ishlab chiqarishni rejalashtirish, ularning mavjud hajmini aniqlash, amortizatsiya hajmini belgilash,

asosiy vositalar va ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalanish darajasini tahlil qilish va hokazolarda muhim ahamiyat kasb etadi.

Asosiy vositalarni baholashning quyidagi usullari mavjud: **boshlang‘ich qiymat bo‘yicha** – asosiy vositalarni yaratish yoki sotib olish uchun sarflangan xarajatlar majmuidan iborat bo‘lib, asosiy vositalar 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.

Haq evaziga sotib olingan asosiy vositalar obyektining boshlang‘ich qiymati quyidagi xarajatlardan tashkil topadi:

a) aktivlarni yetkazib beruvchilarga hamda shartnoma bo‘yicha qurilish-montaj ishlarini bajarganlik uchun pudratchilarga to‘lanadigan summalar;

b) asosiy vositalar obyektiga doir huquqni sotib olish (olish) munosabati bilan amalga oshirilgan ro‘yxatdan o‘tkazish yig‘imlari, davlat bojlari va boshqa shunga o‘xshash to‘lovlar;

d) bojxona bojlari va yig‘imlari;

e) asosiy vositalar obyektlarini sotib olish (barpo qilish) munosabati bilan soliqlar va yig‘imlar summolari (agar ular qoplanmasa);

f) asosiy vositalar obyektlarini sotib olish (barpo qilish) bilan bog‘liq axboriy va maslahat xizmatlari uchun to‘langan summalar;

g) asosiy vositalar obyektlarini yetkazib berish (barpo qilish) xatarini sug‘urtalash bo‘yicha xarajatlar;

h) asosiy vositalar obyektini sotgan vositachilarga to‘lanadigan haqlar;

i) asosiy vositalarni o‘rnatish, montaj qilish, sozlash va ishga tushirishga oid xarajatlar;

j) aktivdan mo'ljal bo'yicha foydalanish uchun uni ishchi holatga keltirish bilan bevosita bog'liq boshqa xarajatlar.

Kreditdan foydalanganlik uchun foizlarni to'lashga doir xarajatlar qarzga olingan sarmoya hisobidan butkul yoki qisman sotib olingan asosiy vositalarning boshlang'ich qiymatiga kiritilmaydi.

Korxonaning o'zida tayyorlangan asosiy vositalarning boshlang'ich qiymati deb asosiy vositalarning mazkur obyektlarini tiklash (qurish, qurib bitkazish) bo'yicha haqiqiy xarajatlar summasi tan olinadi.

Tiklanish qiymati bo'yicha – asosiy vositalar yoki ularning biron-bir qismini (binolar, qurilmalar, mashinalar, ishlab chiqarish uskunalari va hokazo) hozirgi paytdagi inflatsiya va boshqa omillarni hisobga olgan holda baholash. Baholashning bu usuli obyektning hozirgi paytdagi qayta ishlab chiqarish davrida qancha turishini ko'rsatadi. Korxonada asosiy vositalarining tiklanish qiymati, taftish va inventarizatsiya paytida, mamlakat miqyosida va davlat chora-tadbiri sifatida esa, asosiy vositalarni qayta baholash paytida amalga oshiriladi.

Asosiy vositalar qiymatini qayta baholash har yili 1-yanvar holati bo'yicha qayta baholashni o'tkazish davrida narxlar darajasidan kelib chiqib o'tkaziladi.

Qayta baholash chog'ida asosiy vositalarning to'liq tiklanish qiymati, ya'ni ular xuddi shunday yangi obyektlarga to'liq almashirilgan taqdirda tashkilot amalga oshirishi kerak bo'lgan xarajatlarning to'liq qiymati qayta baholash sanasida mavjud bo'lgan bozor narxlari (tariflari) bo'yicha aniqlanadi, bunga obyektlarni xarid qilish (qurilish), tashish, o'rnatish (montaj qilish) xarajatlari, import qilinadigan obyektlar uchun esa, shuningdek, bojxona to'lovlari va hokazolar kiritiladi.

Ma'nan eskirgan obyektlarning to'liq tiklanish qiymati, shuningdek, obyektlarning ma'nan eskirishi tegishli narxlar (tariflar)ning o'zgarish darajalari va sur'atlarida aks etishidan kelib chiqib, qayta

hisoblash sanasida mavjud bo‘lgan narxlar (tariflar) bo‘yicha ularni tayyorlashga doir mavjud xarajatlar asosida aniqlanadi.

Tashkilotlar mulkida, ularning xo‘jalik yuritishida, tezkor boshqaruvida va uzoq muddatli ijarada (lizingda) bo‘lgan, ularning texnik holatidan qat’i nazar, ishlab turgan va foydalanilmaydigan, konservatsiyada bo‘lgan, hisobdan chiqarishga tayyorlangan, lekin belgilangan tartibda tegishli hujjatlar bilan rasmiylashtirilmagan barcha asosiy vositalar, shuningdek, tugallanmagan qurilish obyektlari va o‘rnatish uchun mo‘ljallangan uskunalar qayta baholanishi kerak.

1-yanvar holati bo‘yicha asosiy vositalarni har yili qayta baholash oldingi qayta baholash natijasida olingan obyektlarning boshlang‘ich (tiklanish) qiymatidan, yil davomida kelib tushgan asosiy vositalar bo‘yicha esa – xarid qilish qiymatidan amalga oshiriladi.

Asosiy vositalarning to‘liq tiklanish qiymati tashkilotning xohishiga qarab qayta baholashni o‘tkazish davrida 1-yanvarga shakllangan, baholanayotganlariga aynan o‘xshash bo‘lgan yangi obyektlarga hujjatlar asosida tasdiqlangan bozor narxlari bo‘yicha alohida obyektlar qiymatini bevosita hisoblash yo‘li (“bevosita qayta baholash usuli”) bilan yoki asosiy vositalar turlari bo‘yicha va ularni xarid qilish davrlariga bog‘liqlikda tabaqalangan asosiy vositalar qiymatini o‘zgartirish indekslarini qo‘llagan holda ayrim obyektlarning boshlang‘ich (tiklanish) qiymatini indekslash yo‘li (“indeks usuli”) bilan aniqlanadi.

Bunda asosiy vositalarning bir turdagi obyektlari (markalari, xillari va hokazo) bo‘yicha yagona usul qo‘llaniladi.

Qayta baholashni tashkilot mustaqil ravishda yoki baholash faoliyati bilan shug‘ullanish huquqiga ega bo‘lgan mutaxassislar – ekspertlarni jalb etgan holda amalga oshiriladi.

Bevosita qayta baholash usuli qo‘llanilganda obyektlarning to‘liq tiklanish qiymatini hujjatlar asosida tasdiqlash uchun tashkilotning xohishiga ko‘ra quyidagilardan foydalanilishi mumkin:

a) tayyorlovchi tashkilotlar va ularning rasmiy dilerlari, tovar-xomashyo birjalari, ko'chmas mulk birjalaridan yozma shaklda olingan xuddi shunday mahsulotga doir narxlar to'g'risidagi ma'lumotlar;

b) qayta baholashni o'tkazish sanasiga va asosiy vositalarni xarid qilish sanasiga MB kurslarining nisbati sifatida belgilanadigan hisob-kitob koeffitsiyentini qo'llagan holda xarid qilish sanasiga EAVda asosiy vositalarning qiymati to'g'risidagi ma'lumotlar;

d) tegishli davlat organlarida mavjud bo'lgan narxlar darajasi to'g'risidagi ma'lumotlar;

e) qayta baholashni o'tkazish davrida ommaviy axborot vositalari va maxsus adabiyotlarda e'lon qilingan narxlar darajasi to'g'risidagi ma'lumotlar;

f) asosiy vositalar qiymati to'g'risida baholovchining hisoboti.

O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi tomonidan asosiy vositalarni qayta baholash chog'ida indeks usulini qo'llash uchun 31-dekabrga qadar navbatdagi qayta baholash bo'yicha tegishli indekslar ishlab chiqiladi va rasmiy ravishda ommaviy axborot vositalarida e'lon qilinadi.

Qoldiq qiymati bo'yicha – jamlangan amortizatsiya summasini chegirgan holda asosiy vositalarning boshlang'ich (tiklash) qiymati. Boshqacha qilib aytganda, bu asosiy vositalarning ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarga hali o'tkazilmagan qismidir. Korxonalar tomonidan foydalanilmaydigan hamda hisobdan chiqarish yoki sotib yuborish mo'ljallangan asosiy vositalar ham, ko'pincha qoldiq qiymati bo'yicha, mazkur xo'jalik yilidagi narxlarda baholanadi.

Tugatish qiymati – asosiy vositalarning chiqib ketishi bo'yicha kutilayotgan xarajatlarni chegirgan holda kutilayotgan foydali xizmat muddati oxirida asosiy vositalarni tugatish chog'ida olinadigan aktivlarning faraz qilinayotgan summasi.

Amortizatsiyalanadigan qiymat – moliyaviy hisobotlarda faraz qilinayotgan (baholangan) tugatish qiymatini chegirgan holda ko'rsatilgan asosiy vositaning boshlang'ich (tiklash) qiymati summasi.

Foydali xizmat muddati – korxonada asosiy vositalardan foydalanadigan vaqt davri yoki korxonadan foydalanishdan olishni mo'ljallayotgan mahsulot (ishlar va xizmatlar) miqdori.

Hozirgi kunda amaliyotda asosiy vositalarning korxonada balans va hisobotlarida aks ettiriluvchi (ya'ni, boshlang'ich, belgilangan tartibda o'tkaziluvchi qayta baholashdan keyin esa tiklanish), hisobga olish qiymati balans qiymati deb ataladi. Bundan asosiy vositalarning qoldiq qiymatini asosiy vositalarning balans qiymatidan eskirish summasini ayirib tashlash yordamida topish mumkinligi anglashiladi.

Qabul qilingan baholash usuli va korxonada balansida aks ettiriluvchi buxgalteriya hisoboti ma'lumotlari asosida, korxonada asosiy ishlab chiqarish fondlarining o'rtacha yillik qiymati (F_{sr}) belgilanib, u quyidagi formula asosida aniqlanadi:

$$A_{v_{o'r.y}} = A_{v_{yb}} + (A_{v_{kir}} * T_1 - A_{v_{chiq}} * T_2) / 12;$$

Bu yerda:

$A_{v_{yb}}$ – asosiy ishlab chiqarish fondlarining yil boshidagi qiymati;

$A_{v_{kir}}$ – yil davomida kelib tushgan (foydalanishga topshirilgan) asosiy ishlab chiqarish fondlari qiymati;

$A_{v_{chiq}}$ – yil davomida ishlab chiqarishdan chiqarilgan (yo'q qilingan) asosiy vositalar qiymati;

T_1 – foydalanishga topshiriluvchi asosiy ishlab chiqarish fondlari amalda bo'luvchi o'rtacha muddati (oylarda), qabul qilingandan keyingi oydan boshlab;

T_2 – ishlab chiqarishdan chiqarilgan (yo'q qilingan) asosiy ishlab chiqarish fondlari foydalanilmaydigan o'rtacha muddat (oylar) chiqarilgan oydan to yil oxirigacha).

Asosiy vositalarni boshlang'ich yoki tiklanish qiymati bo'yicha baholashdan tashqari eskirish summasi ham hisobga olinadi. Asosiy vositalar jismoniy va ma'naviy jihatdan eskirishi mumkin.

Jismoniy (moddiy) eskirish asosiy vositalarning birlamchi xislatlarini ishlab chiqarishda foydalanish va tabiiy eskirish natijasida

yo‘qotishdan yuzaga keladi. U asosan bir xilda kechmaydi hamda ko‘p jihatdan iqlimning ta’siri, asosiy vositalardan foydalanish qoidalariga rioya qilish, jumladan, xodimlarning malakasiga ham bog‘liq bo‘ladi.

Jismoniy eskirishni (J_e) quyidagi formula asosida hisoblab topish mumkin:

$$J_e = T_{\text{haq}} / T_{\text{me'yor}} \text{ yoki } J_e = E / A_{v_b}$$

Bu yerda: T_{haq} – asosiy vositalarning haqiqiy xizmat qiluvchi muddati;

$T_{\text{me'yor}}$ – asosiy vositalar xizmat qilishi kerak bo‘lgan normativ muddat;

E – hisoblangan amortizatsiya summasi (eskirish summasi);

A_{v_b} – asosiy vositalarning boshlang‘ich (qayta tashkil qilish) qiymati.

Ma’naviy eskirish – asosiy vositalarning qadrsizlanishi yoki texnik jihatdan muddatidan avval ish qobiliyatining yo‘qotilishidir. U ikki shaklda yuzaga keladi: birinchi shaklda asosiy vositalar ularning ishlab chiqarish qiymatlari pasayishi natijasida qadrsizlansa, ikkinchi shaklda asosiy vositalarning qadrsizlanishi yangi, fan-texnika taraqqiyoti ta’siri ostida, yanada samaraliroq fondlarning paydo bo‘lishi natijasida ro‘y beradi.

Asosiy vositalar ma’naviy eskirishining yuqorida keltirilgan shakllarini quyidagi tarzda aniqlash mumkin:

$$Me_1 = (A_{v_b} - A_{v_{tq}}) / A_{v_b}$$

$$Me_2 = (U_{\text{yangi}} - U_{\text{eski}}) / U_{\text{yangi}}$$

Bu yerda: A_{v_b} – asosiy vositalarning to‘liq boshlang‘ich qiymati;

$A_{v_{tq}}$ – asosiy vositalarning tiklanish qiymati;

U_{yangi} – yangi texnikaning unumdorligi;

U_{eski} – eski texnikaning unumdorligi.

Asosiy vositalarni qayta ishlab chiqarish, ya'ni jismoniy va ma'naviy jihatdan eskirgan asosiy vositalarning o'rnini iqtisodiy to'ldirish uchun korxonalar bu vositalar qiymatidan *amortizatsiya ajratmalarini* ayirib tashlaydi hamda bu ajratmalar xarajatlar sifatida mahsulot tannarxiga kiritiladi.

Amortizatsiya bu – foydali xizmat muddati mobaynida aktivning amortizatsiyalanadigan qiymatini asosiy vositalarning vazifasidan kelib chiqqan holda mahsulot (ishlar, xizmatlar) tannarxiga yoki davr xarajatlariga muntazam taqsimlash va o'tkazish ko'rinishida eskirishning qiymat shaklidagi ifodasidir.

Asosiy vositalar obyekti bo'yicha amortizatsiya ajratmalarini hisoblash mazkur obyekt asosiy vositalar tarkibiga qabul qilingan oydan keyingi oyning dastlabki sanasidan boshlanadi hamda mazkur obyektning amortizatsiyalanadigan qiymati to'liq so'ndirilgunga qadar yoki bu obyektning balansdan hisobdan chiqarilguncha amalga oshiriladi.

Yer uchastkalariga amortizatsiya hisoblanmaydi. Shuningdek, quyidagi asosiy vositalar bo'yicha amortizatsiya hisoblanmaydi:

- a) mahsuldor qoramollar;
- b) kutubxona fondlari;
- d) hokimiyatlarga bo'ysunadigan obodonlashtirish inshootlari;
- e) qonun hujjatlarida belgilangan tartibda konservatsiyalashga o'tkazilgan fondlar;
- f) muzey qimmatliklari;
- g) arxitektura va san'at yodgorliklari;
- h) umumiy foydalanishdagi avtomobil yo'llari;
- i) to'liq amortizatsiyalangan asosiy vositalar.

Amortizatsiya ajratmalari asosiy vositalarning balans qiymati va foydali xizmat muddatini hisobga olgan holda belgilanadigan yillik amortizatsiya me'yoriga nisbatan hisoblanadi. Amortizatsiya miqdorini hisoblashga quyidagi omillar hisobga olinadi:

- asosiy vositaning boshlang'ich balans qiymati;
- asosiy vositaning qoldiq qiymati;

- asosiy vositaning xizmat muddati;
- o‘rnatilgan amortizatsiya me‘yori.

Amortizatsiya quyidagi usullarni qo‘llash orqali hisoblanadi:

1. Amortizatsiyani teng maromli (to‘g‘ri chiziqli) hisoblash.
2. Bajarilgan ishlar hajmiga mutanosib ravishda amortizatsiyani hisoblash (ishlab chiqarish usuli).

3. Jadallashtirilgan usulda amortizatsiya hisoblash:

a) ikki baravar amortizatsiya me‘yori bilan qoldiqni kamaytirish usuli;

b) yillar summasi usuli (kumulyativ usul).

1. Amortizatsiyani teng maromli (to‘g‘ri chiziqli) hisoblash.

Amortizatsiyani teng maromli (to‘g‘ri chiziqli) hisoblash usulida amortizatsiya teng maromda, asosiy vositalarni foydali ishlatish muddati mobaynida ularning amortizatsiyalanadigan qiymatidan kelib chiqqan holda teng ulushlarda hisoblanadi.

Mazkur usulga ko‘ra asosiy vositalar obyektining amortizatsiyalanadigan qiymati uning xizmat muddati davomida tegishli xarajatlarga teng maromda hisobdan chiqariladi (taqsimlanadi). Usul amortizatsiya me‘yori foydali xizmat muddatining faoliyatiga bog‘liqligiga asoslangan. Har bir davr uchun amortizatsiya ajratmalari summasi amortizatsiyalanadigan qiymatni obyektidan foydalanilgan hisobot davrlaridagi soniga bo‘lish yo‘li bilan hisoblanadi.

Amortizatsiyani teng maromli (to‘g‘ri chiziqli) hisoblash usulida amortizatsiya ajratmalarining yillik summasi asosiy vositalar obyektining boshlang‘ich (tiklash) qiymatidan kelib chiqib, mazkur obyektning tugatish qiymatini va foydali ishlatish muddatini ayirgan holda, belgilanadi;

Misol:

Yuk avtomobili boshlang‘ich qiymati 10 000 000 so‘m

5 yillik foydali xizmat muddatidan so‘ng qoldiq qiymati –1 000 000.

(Boshlang‘ich qiymat – qoldiq qiymat)/ Xizmat muddati = (10 000 000 - 1 000 000)/5 = 1 800 000 so‘m

Amortizatsiya summasi – 1 800 000 so‘m

Yillik amortizatsiya me‘yori (amortizatsiyalanadigan qiymatdan) – 20%

Amortizatsiya qilinadigan summa = Boshlang‘ich qiymat – Qoldiq qiymat

2. Bajarilgan ishlar hajmiga mutanosib ravishda amortizatsiyani hisoblash (ishlab chiqarish usuli).

Amortizatsiyani hisoblashning ishlab chiqarish usuli har bir muayyan yildagi asosiy vositalar obyektining mahsulotlarini hisobga olishga asoslangan.

Mazkur usul bo‘yicha har yillik amortizatsiya hajmini hisob-kitob qilish uchun butun foydali ishlatish muddatidagi umumiy baholangan mahsulotlar yig‘indisini va mazkur muayyan yildagi mahsulotlarni aniqlash lozim. Mahsulot sifatida ishlab chiqariladigan mahsulot birliklari soni, ishlangan soatlar soni, o‘tib bo‘lingan tonna-kilometrlar soni va boshqalar olinishi mumkin.

Amortizatsiyani hisoblashning ishlab chiqarish usulida yillik amortizatsiya ajratmalari summasi hisobot davridagi mahsulot (ishlar, xizmatlar) hajmining natural ko‘rsatkichidan hamda tugatish qiymatini ayirgan holdagi asosiy vositalar obyektining boshlang‘ich (tiklash) qiymatining asosiy vositalar obyektini butun foydali ishlatish muddatidagi nazarda tutilayotgan mahsulot (ishlar, xizmatlar) hajmiga nisbatan mutanosibliigidan kelib chiqqan holda aniqlanadi.

Misol. Faraz qilaylik yuk avtomobili butun xizmat muddati davomida 90 000 km masofani bosib o‘tadi. Amortizatsiya xarajatlari quyidagicha hisoblanadi:

$(\text{Boshlang‘ich qiymati} - \text{Qoldiq qiymati}) / \text{Bajariladigan ish hajmi} = (10\,000\,000 - 1\,000\,000) / 90\,000 = 100 \text{ so‘m/km.}$

Amortizatsiya hisoblashning ishlab chiqarish usuli
(ming so‘mda)

	<i>Boshlang‘ich qiymati</i>	<i>Bosib o‘tadigan masofa, km</i>	<i>Yillik amortizatsiya summasi</i>	<i>Jamg‘arilgan amortizatsiya</i>	<i>Balans qiymati</i>
<i>Sotib olish sanasi</i>	10 000	-	-	-	10 000
<i>1-yil oxirida</i>	10 000	20 000	2 000	2 000	8 000
<i>2-yil oxirida</i>	10 000	30 000	3 000	5 000	5 000
<i>3 -yil oxirida</i>	10 000	10 000	1 000	6 000	4 000
<i>4 -yil oxirida</i>	10 000	20 000	2 000	8 000	2 000
<i>5 -yil oxirida</i>	10 000	10 000	1 000	9 000	1 000

3. Jadallashtirilgan usulda amortizatsiya hisoblash. Asosiy vositalardan intensiv foydalanilganda, shuningdek, ilmiy-texnikaviy jarayonning katta ta’sirida asosiy vositalar amortizatsiyasi quyidagi usullarda hisoblanadigan jadallashtirilgan amortizatsiya yo‘li bilan ifodalanadi:

a) ikki baravar amortizatsiya me’yori bilan qoldiqni kamaytirish usuli.

Ikki baravar amortizatsiya me’yori bilan qoldiqni kamaytirish usuli amortizatsiyani hisoblash davrida amortizatsiyalanadigan aktiv qiymatining kamayishini anglatadi.

Mazkur usulga ko‘ra, teng maromli (to‘g‘ri chiziqli) hisoblash usulidan ikki baravar amortizatsiya me’yori mazkur hisobot davridagi asosiy vositaning tegishli qoldiq qiymatiga ko‘paytiriladi. Ikki baravar amortizatsiya me’yori bilan qoldiqni kamaytirish usuli bo‘yicha amortizatsiyani hisoblashda faraz qilinayotgan tugatish qiymati boshlang‘ich (tiklash) qiymatidan chegirilmaydi.

Ikki baravar amortizatsiya me’yori bilan qoldiqni kamaytirish usulida yillik amortizatsiya ajratmalari summasi hisobot yili boshidagi asosiy vositalar obyektining qoldiq qiymatidan va mazkur obyektini

foydali ishlatish muddatiga bog‘liq holda hisoblangan amortizatsiyaning ikki baravar me‘yoridan kelib chiqqan holda aniqlanadi.

Misol. Yuk avtomobilining foydali xizmat muddati 5 yil.

Qiymatni bir tekisda taqsimlash (to‘g‘ri chiziqli) usulda hisoblangan amortizatsiya me‘yori 20% (100% / 5).

Ikki baravar stavka bilan qoldiqni kamaytirish usulida amortizatsiya normasi 40% ga teng bo‘ladi ($2 \times 20\%$).

So‘ngra bu stavka har yilning oxirida obyektning balans qiymatiga ko‘paytirilib amortizatsiya summasi topiladi. Bu usulda amortizatsiya hisoblashda obyektning qoldiq qiymati hisoblashda e‘tiborga olinmaydi. Ammo, oxirgi yilda uning balans qiymatini qoldiq qiymatigacha yetkazish davrida hisobga olinadi.

11.2-jadval

**Amortizatsiya hisoblashning qoldiqni kamaytirish usuli
(ming so‘mda)**

	<i>Boshlang‘ich qiymat</i>	<i>Yillik amortizatsiya summasi</i>	<i>Amortizatsiya summasi</i>	<i>Balans qiymati</i>
<i>Sotib olish sanasi</i>	<i>10 000</i>	-	-	<i>10 000</i>
<i>1-yil oxirida</i>	<i>10 000</i>	$(40\% \times 10\,000) = 4\,000$	<i>4 000</i>	<i>6 000</i>
<i>2-yil oxirida</i>	<i>10 000</i>	$(40\% \times 6\,000) = 2\,400$	<i>6 400</i>	<i>3 600</i>
<i>3 -yil oxirida</i>	<i>10 000</i>	$(40\% \times 3\,600) = 1\,440$	<i>7 840</i>	<i>2 160</i>
<i>4 -yil oxirida</i>	<i>10 000</i>	$(40\% \times 2\,160) = 864$	<i>8 704</i>	<i>1 296</i>
<i>5 -yil oxirida</i>	<i>10 000</i>	<i>296</i>	<i>9 000</i>	<i>1 000</i>

b) yillar summasi usuli (kumulyativ usul).

Yillar summasi usuliga (kumulyativ usulga) ko‘ra har yili amortizatsiya me‘yori amortizatsiya muddati oxiriga qadar qoladigan amortizatsiyalanadigan qiymatga ulush sifatida aniqlanadi. Ulush amortizatsiya ajratmalari tugaguniga qadar qoladigan to‘liq yillar sonini amortizatsiya muddatini tashkil qiladigan yillar tartib sonlari summasiga bo‘lish orqali aniqlanadi.

Yillar summasi usulida (kumulyativ usulda) amortizatsiya ajratmalarining yillik summasi asosiy vositalar obyektining tugatish qiymati ayirilgan holda boshlang'ich (tiklash) qiymatidan hamda suratida obyektни foydali ishlatish muddatining oxiriga qadar qoladigan yillar soni, maxrajida esa obyektни foydali ishlatish muddati yillari soni summasining nisbatidan kelib chiqqan holda aniqlanadi.

Masalan, yuk avtomobilining kutilayotgan xizmat ko'rsatish muddati 5 yilga teng. Eksplyuatatsiya muddatida yil sonlari yig'indisi – 15 ga teng (kumulyativ son):

$$1 + 2 + 3 + 4 + 5 = 15$$

So'ngra teskari tartibda har bir xizmat yilini kumulyativ songa bo'lish orqali hisoblash koeffitsiyentlari topiladi:

$$5/15, 4/15, 3/15, 2/15, 1/15.$$

Bu koeffitsiyentlarni obyektning har yillik qoldiq qiymatiga bo'lish orqali amortizatsiya summasi topiladi:

$$9\ 000\ 000 (10\ 000\ 000 - 1\ 000\ 000).$$

11.3-jadval

**Amortizatsiya hisoblashning sonlar yig'indisi-kumulyativ usul
(ming so'mda)**

	<i>Boshlang'ich qiymat</i>	<i>Yillik amortizatsiya summasi</i>	<i>Amortizatsiya summasi</i>	<i>Balans qiymati</i>
<i>Sotib olish sanasi</i>	10 000	-	-	10 000
<i>1-yil oxirida</i>	10 000	$(5/15 \times 9\ 000) = 3\ 000$	3 000	7 000
<i>2-yil oxirida</i>	10 000	$(4/15 \times 9\ 000) = 2\ 400$	5 400	4 600
<i>3 -yil oxirida</i>	10 000	$(3/15 \times 9\ 000) = 1\ 800$	7 200	2 800
<i>4 -yil oxirida</i>	10 000	$(2/15 \times 9\ 000) = 1\ 200$	8 400	1 600
<i>5 -yil oxirida</i>	10 000	$(1/15 \times 9\ 000) = 600$	9 000	1 000

Jadvaldan ko'rinib turibdiki, birinchi yilda amortizatsiya summasining eng katta qismi hisoblanadi va keyingi yillarda bu miqdor kamayib borish xususiyatiga ega.

Soliq solish maqsadida O‘zbekiston Respublikasining Soliq kodeksida (144-modda) har yillik amortizatsiya me‘yorlari xarajatlarga teng maromda hisobdan chiqariladigan asosiy vositalarning boshlang‘ich (tiklash) qiymatiga nisbatan foizlarda belgilangan (11.4-jadval).

Ishlab chiqarish jarayonida asosiy vositalar asta-sekinlik bilan eskirishi sababli, ularning ish qobiliyatini ta‘mirlash orqali tiklash zaruriyati tug‘iladi. O‘z vaqtida ta‘mirlash asosiy vositalar muddatidan oldin ishdan chiqishining oldini oladi hamda ularning xizmat qilish muddati va unumdorligini oshiradi. Asosiy vositalarni ta‘mirlash kapital, o‘rta va joriy turlarga bo‘linadi. Bino va inshootlarni ta‘mirlash o‘z mazmuni, talab qilinuvchi muddat va mablag‘larga ko‘ra, mashina va uskunalarni ta‘mirlashdan farq qiladi.

11.4-jadval

Asosiy vositalarning amortizatsiya me‘yorlari

Guruhlar tartib raqami	Asosiy vositalarning nomi	Amortizatsiyaning yillik eng yuqori normasi, foizlarda
I	Binolar, imoratlar va inshootlar	
	Binolar, imoratlar	3
	Neft va gaz quduqlari; Neft-gaz omborlari; Kema qatnaydigan kanallar, suv kanallari; Dambalar, to‘g‘onlar; Daryo va dengiz prichal inshootlari; Korxonalarining temir yo‘llari; Qirg‘oqni mustahkamlovchi, qirg‘oqni himoyalovchi inshootlar; Rezervuarlar, sisternalar, baklar va boshqa sig‘imlar; Yopiq kollektor-drenaj tarmog‘i; Havo kemalarining uchish-qo‘nish yo‘llari, yo‘laklari, to‘xtash joylari; Bog‘larning va hayvonot bog‘larining inshootlari; Sport-sog‘lomlashtirish inshootlari; Issiqxonalar va parniklar; Boshqa inshootlar.	5

II	Uzatish qurilmalari: Elektr uzatish hamda aloqa qurilmalari va liniyalari; Ichki gaz quvurlari va quvurlar; Vodoprovod, kanalizatsiya va issiqlik tarmoqlari; Magistral quvurlar; Boshqalar.	8
III	Kuch-quvvat beradigan mashinalar va uskunalari: Issiqlik texnika uskunalari; Turbina uskunalari va gaz turbinalari qurilmalari; Elektr dvigatellari va dizel-generatorlar; Kompleks qurilmalar; Boshqa kuch-quvvat beradigan mashinalar va uskunalari (harakatlanuvchi transportdan tashqari).	8
IV	Faoliyat turlari bo'yicha ish mashinalari va uskunalari (harakatlanuvchi transportdan tashqari)	15
V	Harakatlanuvchan transport: Temir yo'lining harakatdagi tarkibi; Dengiz, daryo kemalari, baliqchilik sanoati kemalari; Havo transporti.	4
	Harakatlanuvchan transport: Avtomobil transportining harakatdagi tarkibi, ishlab chiqarish transporti; Yengil avtomobillar; Sanoat traktorlari.	20
	Harakatlanuvchan transport: Kommunal transport; Maxsus vaxta vagonlari.	10
	Harakatlanuvchan transport: Boshqa transport vositalari	20
VI	Kompyuter, periferiya qurilmalari, ma'lumotlarni qayta ishlash uskunalari	20
VII	Boshqa guruhlariga kiritilmagan asosiy vositalar	
	Ko'p yillik dov-daraxtlar	10
	Boshqalar	15

Uskunalar va transport vositalarini kapital ta'mirlash – agregatni to'liq ajratib yig'ish amalga oshiriladigan ta'mirlashdir, bazaviy va korpus detallari va uzellarini ta'mirlash, barcha eskirgan detallar va

uzellarni almashtirish yoki tiklash hamda agregatni yig'ish, sozlash va sinab ko'rishdir.

Binolar va inshootlarni kapital ta'mirlash – bazaviy va korpus detallari va uzellarini ta'mirlash, barcha eskirgan konstruksiyalarning detallari va uzellarini almashtirish yoki tiklash amalga oshiriladigan ta'mirlashdir.

Uskunalarni ikki marta kapital ta'mirlash orasidagi muddat *ta'mirlash sikli* deb ataladi. Mashina va uskunalar, qoidaga ko'ra, maxsus zavodlarda ta'mirlanadi.

O'rtacha ta'mirlash texnik mazmuni, murakkabligi, bajariladigan ish hajmi va davriyligiga ko'ra, kapital ta'mirlashdan farq qiladi hamda sarflanuvchi mablag', vaqt va kuchni nisbatan kamroq talab etadi. Joriy ta'mirlash kabi u ham mashina yoki uskunadan foydalanuvchi korxonaning o'zida amalga oshirilishi mumkin. O'rtacha ta'mirlashda ta'mirlanayotgan agregatni qisman ajratish va detallarning qismlarini tiklash yoki almashtirish amalga oshiriladi.

Joriy ta'mirlash – asosiy vositalar obyektini ishchi holatida saqlab turish maqsadida amalga oshiriladigan ta'mirlashdir.

Joriy ta'mirlashda asosan asbob-uskunalar tozalanadi, moylanadi, tekshiriladi, mayda kamchiliklari bartaraf qilinadi, ya'ni uskunalarning foydalanishga doimiy tayyorligi ta'minlanadi.

Asosiy vositalarni ta'mirlash va ularga xizmat ko'rsatish majmuasi *rejali-oldini oluvchi ta'mirlash tizimiga* (ROOT) birlashtiriladi va korxonada bosh mexanigi tomonidan boshqariladi. Deyarli har bir korxonada ROOT o'tkazilishini qayd qilish jurnallari mavjud bo'lib, ularda profilaktika va ta'mirlash tadbirlarini o'tkazish tartibi va grafigi belgilab qo'yiladi.

Ta'mirlash ishlari tufayli korxonada asosiy vositalarning joriy ekspluatatsiyaga tayyorligini ta'minlaydi. Biroq shu bilan bir qatorda korxonada asosiy vositalarni yaratish, foydalanish, amortizatsiya, qayta tiklash kabi bosqichlarni o'z ichiga oluvchi takror ishlab chiqarish amallarini doimiy ravishda bajarishga intilishi lozim.

Takror ishlab chiqarish siklida asosiy vositalarni yaratish jarayoni korxonadan tashqarida amalga oshiriladi hamda asosan qurilish sohasi, mashinasozlik, asbobsozlik hamda asosiy vositalarni yaratish bilan shugʻullanuvchi boshqa sohalar bilan bogʻliq boʻladi. Asosiy vositalarni takror ishlab chiqarishning qolgan bosqichlari korxonada hududida amalga oshiriladi. Biroq barcha hollarda ham asosiy vositalarni takror ishlab chiqarish tufayli korxonalar ishlab chiqarishni modernizatsiya qilish hamda rivojlanib borayotgan bozor munosabatlari sharoitlarida iqtisodiy va texnik barqarorlikka erishishlarini taʼminlaydi.

11.3. Sanoat korxonalari asosiy vositalarining holati va taʼminlanganligi koʻrsatkichlari

Asosiy vositalarni ifodalovchi koʻrsatkichlar iqtisodiy salohiyat koʻrsatkichlari ichida maʼlum darajada oʻz oʻrniga ega. Ushbu vositalarga xoʻjalik yurituvchi subyektlarning ancha mablagʻi jalb qilingan boʻladi. Mazkur mablagʻlarning qaytimi asosiy vositalardan samarali foydalanish evaziga amalga oshiriladi⁸².

Asosiy vositalarni ifodalovchi koʻrsatkichlar uch guruhga boʻlinadi: asosiy vositalar holatini ifodalovchi koʻrsatkichlar; asosiy vositalar bilan taʼminlanganlikni ifodalovchi koʻrsatkichlar; asosiy vositalar samaradorligini ifodalovchi koʻrsatkichlar. Ularni aniqlash yoʻllari quyida jadvalda keltirilgan (11.5-jadval)

Asosiy vositalar holatini tahlil qilishda ularni ifodalovchi koʻrsatkichlarni hisoblash lozim. Uni tahlil qilish uchun biznes-reja hisob va hisobot maʼlumotlaridan foydalaniladi. Unda biznes-rejadagi maʼlumotlari haqiqiy maʼlumotlar bilan taqqoslanib, oʻzgarishlarning yaxshilanganligi yoki yomonlashish sabablari aniqlanadi.

⁸² Abdulkarimov I.T. va boshqalar. Korxonada iqtisodiy salohiyati tahlili. – T.: Iqtisodiyot va huquq dunyosi, 2015, – 256 b.

Asosiy vositalar (Av.) holatini ifodalovchi ko'rsatkichlar⁸³

Ko'rsatkichlarning nomi	Nimani ifodalashi (mazmuni)	Aniqlanish formulasi
1.Asosiy vositalarning umumiy mablag'lardagi hissasi	Asosiy vositalarning umumiy mablag'larda necha foiz tashkil qilishini ko'rsatadi	A_v/B
2.Asosiy vositalar faol qismining (Avf) tarkibiy tuzilishi	Asosiy vositalar faol qismining umumiy asosiy vositalar summasida necha foiz tashkil qilishini ifodalaydi	Avf/A_v
3.Asosiy vositalarning eskirish koeffitsiyenti	Umumiy asosiy vositalar qiymatining qancha qismi eskirish summasiga tengligini ko'rsatadi	$Av.es/Av.bq$
4.Asosiy vositalarning yangilanish koeffitsiyenti	Shu hisobot davrida yangidan ishga tushirilgan asosiy vositalar qismining umumiy yil oxiridagi asosiy vositalardagi hissasini ifodalaydi	$Av.yang/Avdo.b.q$
5.Asosiy vositalarning yaroqlilik koeffitsiyenti	Umumiy asosiy vositalar qiymatining qancha qismi qoldiq qiymatda ekanligini ifodalaydi	$(Av-Av.es)/Av$
6.Asosiy vositalarning chiqarilish koeffitsiyenti	Asosiy vositalarning qancha qismi hisobdan chiqarilganligini ifodalaydi	$Av.chiq./Avdb.b.q$

Asosiy vositalar iqtisodiy tuzilishini va holatini ifodalash uchun ko'rsatkichlar tizimidan foydalaniladi.

Eskirish koeffitsiyenti (Kesk) eskirish summasining asosiy vositalar boshlang'ich qiymatiga nisbati sifatida quyidagi formula orqali aniqlanadi:

$$Kesk = Av.es/Av.bq$$

Bunda: A.ves – asosiy vositalar eskirish summasi;

Avbq – asosiy vositalarninig boshlang'ich qiymati;

F1 – 1-shakldagi "Buxgalteriya balansi»;

010 va 011-satrlar – balans satrlari.

⁸³ Abdukarimov I.T. va boshqalar. Korxonalar iqtisodiy salohiyati tahlili. – T.: Iqtisodiyot va huquq dunyosi, 2015, – 256 b.

Asosiy vositalar yaroqlilik koeffitsiyenti (K_{yar}) qoldiq qiymatining (eskirish chegirilgan holdagi) boshlang'ich qiymatga nisbati sifatida quyidagi formula orqali aniqlanadi:

$$K_{yar} = Av.qq / Av.bq$$

bunda: $Avq.q$ – asosiy vositalarning qoldiq qiymati.

Asosiy vositalar yangilanish koeffitsiyenti (K_{yang}) yil mobaynida yangi kelgan asosiy vositalarning yil oxiridagi ular qoldig'iga nisbati sifatida quyidagi formula orqali aniqlanadi:

$$K_{yang} = Av.yang / Avdo.b.q$$

bunda: $Avya.k$ – yangi kelgan asosiy vositalar summasi;

$Avdo.b.q$ – asosiy vositalarning davr oxiridagi boshlang'ich qiymati.

Hisobdan chiqarish koeffitsiyenti ($Kh.ch$) yil mobaynida hisobdan chiqarilgan asosiy vositalarning yil boshidagi qiymatiga nisbati sifatida quyidagi formula orqali aniqlanadi:

$$Kh.ch = Av.chiq. / Avdb.b.q$$

bunda:

$Avdb.b.q$ – asosiy vositalarning davr boshidagi boshlang'ich qiymati;

$Avh.ch$ – hisobot davrida hisobdan chiqarilgan asosiy vositalar.

Mazkur koeffitsiyentlar barcha asosiy vositalar hamda ularning alohida turlari va guruhlari bo'yicha hisoblanadi, qator yillar mobaynidagi o'zgarishi ko'rib chiqiladi va tegishli xulosalarga kelinadi.

Asosiy vositalar tuzilmasi tarmoq ixtisosligidan kelib chiqib aniqlanadi va korxonaning ishlab chiqarish va texnik ta'minoti xususiyatlarini aks ettiradi. U korxonada asosiy vositalari umumiy summasida va noishlab chiqarish, aktiv va passiv qismining hajmiga hamda ularning yil mobaynidagi o'zgarishlari va dinamikasiga bog'liqdir.

Mazkur ko'rsatkichlar asosida korxonada tuzilmalari bo'yicha asosiy vositalar samaradorligi, texnik jihozlanishning darajasi, qo'l mehnati kamayishi va ishlab chiqarish samaradorligi oshishi haqida xulosalar chiqarish mumkin. Asosiy vositalar tuzilmasini hisob-kitob qilish uchun

3-shakldagi «Asosiy vositalar harakati haqidagi hisobot» ma'lumotlari qo'llaniladi. Bu ko'rsatkichlarni asosiy vositalar holatining yaxshilanish (yomonlashish) sabablarini aniqlagan holda dinamikasini o'rganib, hisob-kitob qilish zarur.

Asosiy vositalar boshlang'ich qiymatining qoldiq qiymatiga nisbatan keskin o'sishi koeffitsiyentlarda eskirish ko'payganligi va ular yaroqliligi kamayganligini, ya'ni holati yomonlashganini ko'rsatadi.

Qoldiq qiymatining boshlang'ich qiymatga nisbatan keskin o'sishi asosiy vositalar yangilangan, ularning eskirishi qisqargandan dalolat beradi. Eskirishni kamaytirish, ya'ni asosiy vositalar holatini yaxshilash usullaridan biri o'z vaqtida kapital ta'mirlash, yangilarini xarid qilish, shuningdek, ma'naviy va jismoniy eskirgan uskunalarni hisobdan chiqarishdan iboratdir. Bu tadbirga erkin raqobat hukm surib turgan bozor munosabatlari sharoitida ahamiyat berish lozim.

Asosiy vositalar bilan ta'minlanganlik korxonaning texnik jihatdan ta'minlanganligini, mehnat va ishlarning mexanizatsiyalashganligi va avtomatlashganligini koeffitsiyent orqali ifodalaydi. Bu ko'rsatkichlar orqali har bir korxonaning moddiy-texnika bazasi bilan ta'minlanganlik darajasini aniqlash mumkin. Shu tufayli ushbu ko'rsatkichlar asosiy ko'rsatkichlar hisoblanadi (11.6-jadval).

1. Fondlar bilan qurollanganlik darajasi asosiy ishlab chiqarish vositalari qiymatining (boshlang'ich baholanishi bo'yicha) eng katta smenadagi ishchilar soniga nisbatidir. U ishchilarning mehnat qurollari (asosiy vositalar) bilan ta'minlanganlik darajasini aks ettiradi va quyidagi formulalar orqali aniqlanadi:

$$Kf.t = Avf/Is,$$

bunda:

Kf.t – xodimlarning asosiy vositalar bilan ta'minlanganligining koeffitsiyenti;

Avf – asosiy vositalarning faol qismi qiymati;

Is – eng katta smenadagi ishchilar soni.

Tahlil qilish uchun korxonada yillik hisoboti ma'lumotlaridan olinadi.

11.6-jadval

Asosiy vositalar (Av.) bilan ta'minlanganlikni ifodalovchi ko'rsatkichlar⁸⁴

Ko'rsatkichlarning nomi	Nimani ifodalashi (mazmuni)	Aniqlanish formulasi
1. Fondlar bilan qurollanganlik darajasi	Bitta xodimga to'g'ri keladigan faol Av. qiymatini ifodalaydi	Av.f./Is
2. Texnik ta'minlanganlik koeffitsiyenti (Kt.t)	Ishlab chiqarish uskunalari summasining eng katta smenadagi ishchilar soniga nisbati	I.us/Is
3. Natijaning fondlilik darajasi(Fond sig'imi)	1 so'm natija ko'rsatkichiga qancha Av. summasi to'g'ri kelishini ko'rsatadi	Av./Q
4. O'z mablag'larining (Um.) Av. bilan ta'minlanganligi	1 so'm o'z mablag'lariga qancha Av. summasi to'g'ri kelishini yoki o'z mablag'larining kapitallashganlik darajasini ifodalaydi	Av/O'm

2. Texnik ta'minlanganlik koeffitsiyenti (Kt.t) ishlab chiqarish uskunalari summasining (ya'ni asosiy vositalar aktiv qismidagi) eng katta smenadagi ishchilar soniga nisbati sifatida hisoblanadi va quyidagi formula bo'yicha aniqlanadi:

$$\mathbf{Kt.t=I.us/Is,}$$

bunda:

Kt.t – texnik ta'minlanganlik koeffitsiyenti;

⁸⁴ Abdulkarimov I.T. va boshqalar. Korxonada iqtisodiy salohiyati tahlili. – T.: Iqtisodiyot va huquq dunyosi, 2015, – 256 b.

I.us – ishlab chiqarish uskunalari summasi.

3. Mahsulotning fond sig‘imi 1 so‘m natija ko‘rsatkichiga qancha asosiy vosita summasi to‘g‘ri kelishini ko‘rsatadi va quyidagi formula asosida aniqlanadi:

$$F_c = A_v./Q$$

Fond sig‘imi kapital qo‘yilmalari (investitsiyalar)ni tejash yoki ko‘paytirish bilan uzviy ravishda bog‘liq bo‘ladi. Masalan, mahsulot fond sig‘imi pasayib, uning ishlab chiqarish hajmi doimiy yoki o‘suvchi bo‘lganda asosiy ishlab chiqarish fondlaridan foydalanish sharoitlari yaxshilanadi, demak, kapital qo‘yilmalarini tejash uchun imkoniyat tug‘iladi. Uni topish uchun quyidagi formuladan foydalaniladi:

$$T_k = F_c.o‘z \times Q$$

Bu yerda:

T_k – kapital qo‘yilmalarni tejash, so‘m;

$F_c.o‘z$ – hisobot yilida mahsulot fond sig‘imining o‘tgan yildagiga nisbatan o‘zgarishi, so‘m.

11.4. Asosiy vositalardan foydalanish samaradorligi ko‘rsatkichlari va ularni oshirish yo‘nalishlari

Bozor munosabatlari sharoitida korxonalarining asosiy vositalari bilan yetarli darajada ta‘minlanganligini o‘rganish bilan bir qatorda, ularning samaradorlik ko‘rsatkichlarini o‘rganish asosiy o‘rinda turadi. Chunki, asosiy vositalar bilan yetarli darajada ta‘minlangan bo‘lsa-yu, lekin ulardan samarali foydalanmasak, u holda korxonaning samaradorligi pasayib ketadi.

Asosiy vositalarning samaradorlik ko'rsatkichlari korxonada xo'jalik faoliyatiga baho berishning muhim ko'rsatkichlaridan biri sifatida olinadi.

Asosiy vositalardan (Av) foydalanish samaradorligi darajasidan umuman ishlab chiqarish samaradorligi kelib chiqadi. Asosiy vositalardan qanchalik ko'p foydalansa, shunchalik ko'p mahsulot chiqariladi, uning tannarxi arzonlashadi, mehnat samaradorligi, foyda va rentabellik yuqori bo'ladi.

Asosiy vositalardan foydalanish samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlarga: Av mahsuldorligi, Av daromadliligi, Av rentabelligi, mashina va uskunarlar quvvatlaridan foydalanish koeffitsiyenti kiradi (11.7-jadval).

11.7-jadval

Asosiy vositalar samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar⁸⁵

Ko'rsatkichlar-ning nomi	Nimani ifodalashi (mazmuni)	Aniqlanish formulasi
1. Asosiy vositalar rentabelligi	Asosiy vositalarlar o'rtacha qiymatiga nisbatan sof foydaning ulushini ifodalaydi.	$SF*100 / Av$
2 Asosiy vositalar daromadliligi	Asosiy vositalar o'rtacha qiymatiga necha foiz daromad to'g'ri kelishini ko'rsatadi	$D*100/Av$
3. Asosiy vositalar natijaviyligi (fond qaytimi)	1 so'm asosiy vositalar o'rtacha qiymatiga qancha miqdorda natijaviy ko'rsatkichning (sotilgan mahsulot, tovar mahsuloti, tovar oboroti va h.k.) to'g'ri kelishini ifodalaydi	Q/Av

1. Av. rentabelligi asosiy vositalarning 1 so'miga to'g'ri keladigan foyda summasini ifodalaydi. U sof foydaning asosiy vositalar o'rtacha yillik qiymatiga nisbati bilan quyidagicha aniqlanadi:

⁸⁵ Abdulkarimov I.T. va boshqalar. Korxonada iqtisodiy salohiyati tahlili. – T.: Iqtisodiyot va huquq dunyosi, 2015, – 256 b.

$$\mathbf{Raf = SF*100 / Av}$$

bunda: Raf – asosiy vositalar rentabelligi;

SF – sof foyda.

2. Asosiy vositalar daromadliligi:

$$\mathbf{Av.d = D*100/Av}$$

3. Asosiy vositalar natijaviyligi (fond qaytimi). Asosiy vositalar mahsuldorligi tahlil qilinayotgan davrda (odatda, bir yilda) ishlab chiqarilgan (sotilgan) mahsulotning Av o‘rtacha yillik qiymatiga nisbati shaklida quyidagi formula orqali topiladi:

$$\mathbf{Avm= Q /Av}$$

bunda: Avm – asosiy vositalar natijaviyligi;

Q – tahlil qilingan davrda ishlab chiqarilgan (sotilgan) mahsulot hajmi;

Av – asosiy vositalar o‘rtacha yillik qiymati.

Bozor munosabatlari sharoitida sotilgan mahsulot hajmi xo‘jalik faoliyatini to‘la hajmda aks ettiradi. Foyda va rentabellik kabi korxonaning moliyaviy holatini ifodalovchi ko‘rsatkichlar ham ushbu ko‘rsatkichlarga bevosita bog‘liqdir. Shuning uchun Av. Mahsuldorligini ishlab chiqarilgan mahsulot bo‘yicha emas sotilgan mahsulot hajmi bo‘yicha aniqlash to‘g‘ri bo‘ladi. Buning uchun quyidagi formula tavsiya etiladi:

$$\mathbf{Avm = S/Av}$$

bunda: S – sotilgan mahsulot hajmi.

Asosiy ishlab chiqarish fondlaridan foydalanishning turli xil ko‘rsatkichlari mavjud bo‘lib, ularni shartli ravishda ikki guruhga bo‘lish mumkin:

birinchi guruh – *umumlashtiruvchi* va *qiymat* ko‘rsatkichlari bo‘lib, ular asosiy vositalarning turli guruhlarini dinamika va statikada baholash, tahlil qilish, zaxiralarni aniqlash va bashorat qilish imkonini yaratadi. Bunday ko‘rsatkichlarga fond qaytimi, fond sig‘imi, fond rentabelligi va boshqalarni kiritish mumkin;

ikkinchi guruh – *xususiy* va *natural* ko‘rsatkichlar bo‘lib, ko‘proq asosiy ishlab chiqarish fondlarining faol qismi – mashina va asbob-uskunalaridan foydalanish bilan bog‘liq.

Xususiy ko‘rsatkichlar guruhi tarkibiga quyidagilar kirishi mumkin:

* asosiy ishlab chiqarish fondlari (mashina va asbob-uskunalar)-dan ekstensiv foydalanish koeffitsiyenti, ulardan vaqt bo‘yicha foydalanganlik darajasini aks ettiradi;

* asosiy ishlab chiqarish fondlari (mashina va asbob-uskunalar)-dan intensiv foydalanish koeffitsiyenti, ulardan quvvat bo‘yicha foydalanganlik (unumdorlik) darajasini aks ettiradi;

* asosiy ishlab chiqarish fondlaridan integral foydalanish koeffitsiyenti, barcha ekstensiv va intensiv omillardan birgalikda foydalanishni hisobga oladi.

Ko‘rsatilgan ko‘rsatkichlarning har biri amaliyotda mustaqil ma’noga ega bo‘lib, turli maqsadlarga erishish uchun foydalaniladi. Masalan, asosiy ishlab chiqarish fondlaridan vaqt bo‘yicha qanday foydalanilganligini (ekstensiv foydalanish) baholash asbob-uskunalarining smenalik koeffitsiyenti, uskunalarni koeffitsiyenti, smena davomida uskunalarning bekor turib qolishi, uskunalardan smenalarda foydalanish koeffitsiyenti kabi ko‘rsatkichlar qo‘llaniladi.

Asbob-uskunalaridan ekstensiv foydalanish koeffitsiyenti mazkur uskunalardan amalda haqiqiy foydalanilgan vaqtning ulardan reja bo‘yicha foydalanish muddatiga nisbati orqali aniqlanadi:

$$K_{eks} = t_{xaq} / t_{rej}$$

Bu yerda: t_{xaq} – uskunalardan haqiqiy foydalanilgan vaqt, soatlar;
 t_{rej} – uskunalarning normaga asosan foydalanish muddati, soatlar.

Misol. Agar 8 soatlik smena mobaynida ta’mirlesh uchun 1 soat rejalashtirilib, amalda 5 soat sarflangan bo‘lsa, u holda ekstensiv foydalanish koeffitsiyenti 0,71 ($5/(8-1)$) ni tashkil qiladi. Bu esa asbob-uskunalaridan smena davomida faqat 71 % foydalanilganligini anglatadi.

Korxonalarda bunday uskunalarning bir emas, bir nechta – o‘nta yoki yuztasidan foydalaniladi. Shu munosabat bilan uskunalarning smenalik koeffitsiyenti – sutka davomida mashina-smenalarning o‘rnatilgan uskunalarning umumiy soni yoki ishchi o‘rinlariga nisbatini aniqlash zaruriyati tug‘iladi. Bu holda smenalilik koeffitsiyenti quyidagi formula asosida aniqlanadi:

$$K_{sm} = MS / KO$$

Bu yerda: MS – sutka davomida haqiqiy ishlangan mashina-smenalar yig‘indisi;

KO – o‘rnatilgan asbob-uskunalarning umumiy soni.

Uskunalarni yuklanish koeffitsiyenti ham uskunalardan vaqt bo‘yicha foydalanishni tavsiflaydi. Smenalilik koeffitsiyentidan farqli ravishda, u mahsulotning mehnat sig‘imini hisobga oladi. U mazkur uskunada tayyorlangan barcha mahsulotlar mehnat sig‘imining uning ishlash vaqti fondiga nisbati orqali aniqlanadi.

Korxonada asosiy ishlab chiqarish fondlaridan foydalanishni to‘liq baholash uchun ekstensiv ko‘rsatkichlardan tashqari, ularning quvvat bo‘yicha yuklanish tabiatini o‘rganish ham muhim ahamiyat kasb etadi. Bu yerda yuqorida aytib o‘tilganidek, texnologik uskunalarni amaldagi unumdorligining, ya‘ni texnik asoslangan progressiv unumdorlikning normativ unumdorlikka nisbati asosida, ya‘ni **uskunalardan intensiv foydalanish koeffitsiyentidan** foydalanish, uni quyidagi formula bo‘yicha hisoblash mumkin:

$$K_{inten} = Q_{xaq} / Q_{rej}$$

Bu yerda: Q_{xaq} – vaqt birligida uskunada ishlab chiqarilgan haqiqiy mahsulot miqdori;

Q_{rej} – vaqt birligida uskunada texnik jihatdan asoslangan mahsulot ishlab chiqarish normasi.

Misol. Pasport ma‘lumotlari bo‘yicha dastgohda bir soatda 100 ta buyum yasash mumkin, amalda esa shu vaqt ichida faqat 80 ta buyum

tayyorlandi. U holda $K_{int}=0,8$ (80:100), ya'ni dastgohdan quvvat bo'yicha foydalanish 80 foizni tashkil qildi.

Uskunadan integral foydalanish koeffitsiyenti uskunadan ekstensiv va intensiv foydalanish koeffitsiyentlarining ko'paytmasi orqali aniqlanib, uning vaqt va quvvat bo'yicha band bo'lishini (foydalanilishini) kompleks xarakterlaydi.

$$K_{integ} = K_{eks} * K_{inten}$$

Har bir korxonada o'z tasarrufidagi asosiy ishlab chiqarish fondlaridan iloji boricha unumli foydalanishga intilishi lozim. Bunga fondlarni ish bilan ta'minlashni yaxshilash tufayli ishlab chiqarish va mahsulotlarni sotish hajmini oshirish, nisbiy xarajatlarni kamaytirish, foydani oshirishdan tashqari asosiy vositalarda jamiyatning o'tmishda narsa holiga aylangan mehnati mujassamlanganligi ham zaruriyat tug'diradi.

Asosiy vositalardan foydalanish samaradorligiga turli omillar ta'sir qiladi. Ular qatoriga quyidagilarni kiritish mumkin:

- ishlab chiqarilgan va sotilgan mahsulot hajmi;
- asosiy vositalar o'rtacha yillik summasi;
- ishlab chiqarishda band bo'lgan xodimlar mehnatining samaradorligi;
- asosiy vositalarning tarkibiy tuzilishi;
- asosiy vositalar alohida turlaridan foydalanish samaradorligi.

11.5. Ishlab chiqarish quvvati va ulardan foydalanishni yaxshilash yo'llari

Ishlab chiqarish samaradorligini oshirishning asosiy yo'llaridan biri mavjud ishlab chiqarish fondlaridan foydalanishni yaxshilashdir. Ishlab chiqarish quvvatlaridan qanchalik to'la va unumli foydalanilsa, ko'proq mahsulot ishlab chiqariladi, mahsulotning tannarxi kamayadi, korxonaning foydasi va samaradorligi oshadi.

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

Korxonaning ishlab chiqarish quvvati natura birligida o'lchanadi. Masalan, metallurgiya sanoatida ishlab chiqarish quvvati tonnada, to'qimachilikda yigirilgan ip tonnada, gazlamalar metrda, 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.

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. U qoidaga ko'ra, ishlab chiqarilgan mahsulotlar hajmining natural ko'rinishda, ushbu korxonaning ixtisoslashganligi va mahsulotning alohida turlari o'rtasidagi o'zaro nisbatiga ko'ra aniqlanadi.

Sanoat korxonasining ishlab chiqarish quvvati ilg'or (asosiy) sexlar quvvati bilan, sexlar quvvati bosh uchastkalar quvvati bilan, uchastkalar quvvati esa bosh uskunalar quvvatiga asosan aniqlanadi. Korxonada 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;
- uskunalarning ishlash vaqti fondi;
- ishchilar soni;
- ishlab chiqarilayotgan mahsulot nomenklaturasi va assortimenti (turlari va xilma-xilligi).

Sanoat korxonasi ishlab chiqarish quvvatining **boshlang'ich** (yil boshida), **yakuniy** (yil oxirida), **o'rtacha** yillik hamda **loyiha quvvati**

turlari mavjud. Loyiha quvvati qurilish loyihasida koʻzda tutilgan boʻladi. Qayta tiklash, kengaytirish va texnik jihatdan qayta qurollantirish davomida loyiha quvvati kattalashtirilishi mumkin. Shu sababli amaliyotda loyiha quvvati koʻpincha korxonaning amaldagi quvvati bilan solishtiriladi. Korxonaning amaldagi quvvati korxonada ishlab chiqarish dasturini tayyorlash uchun asos boʻlib xizmat qiladi.

Sanoat korxonasida ishlab chiqarish quvvatini aniqlashda zaxiradagi uskunalardan tashqari, barcha oʻrnatilgan uskunalarning hisobga olinadi. Baʼzi bir sexlarda (yigʻuv, quyuv va boshqa sexlarda) ishlab chiqarish quvvati ishlab chiqarish maydonlariga asosan hisoblanadi.

Ishlab chiqarish quvvatini aniqlashda mahsulot birligiga sarflanuvchi vaqt normasi yoki har bir uskunaning unumdorlik normalari muhim ahamiyatga ega boʻlib, ular ilgʻor hamda progressiv boʻlishi talab qilinadi.

Sanoat korxonasi bosh boʻgʻinining (asosiy sexining) ishlab chiqarish quvvati quyidagi formula asosida hisoblanadi:

$$Q_{\text{uvvat}} = n * F_{\text{maks}} / M_t$$

Bu yerda: Q_{uvvat} – sanoat korxonasi sexining yoki uchaskaning qabul qilingan oʻlchov birligidagi ishlab chiqarish quvvati;

n – sanoat korxonasi sexining yoki uchastkadagi ilgʻor uskunalarning soni;

F_{maks} – bosh uskunadan foydalanish mumkin boʻlgan maksimal muddat, soat;

M_t – bosh uskunada mahsulot tayyorlashning progressiv mehnat sigʻimi, soat.

Amaliyotda ishlab chiqarish quvvati va uskunalarning yuklanishini hisoblashda baʼzida xatolar, ular oʻrtasidagi farqni sezmaslik hollari ham uchrab turadi. Korxonada quvvati asosiy ishlab chiqarish fondlari, yangi texnika va aniqlangan zaxiralardan foydalangan holda mahsulot ishlab chiqarish mumkin boʻlgan maksimal darajani

tavsiflaydi, uskunalarning yuklanishni hisoblash natijalari esa, ushbu quvvatlardan rejadagi davrda foydalanishning darajasini aniqlaydi.

Demak, ular o'rtasidagi prinsipial farq shundaki, birinchi holatda korxonada ishlab chiqarishi mumkin bo'lgan mahsulotlarning maksimal darajasi aniqlansa, ikkinchi holda mazkur davr mobaynida uskunalardan qanchalik foydalanilishi aniqlanadi.

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.

Sanoat korxonasida 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 yemirilgan uskunalar hisobga kiritilmaydi;

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

d) korxonalarining ish rejimi, ya'ni smenalar soni (ta'mirlashga to'xtash vaqtisiz), ish vaqti fondi;

e) uskunalar, agregatlarning unumdorlik normasi.

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

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

$$Q = D_s * D_u * D_{iv}$$

Bu yerda: Q — korxonaning ishlab chiqarish quvvati;

Ds — bir turdagi dastgohlar soni;

Du — vaqt birligidagi bir dona dastgohning unumdorligi;

Div — dastgohlarning ishlash vaqti.

Ayrim tarmoqlarning korxonalar va sexlarida yig'uv, quyuv, mebel, konserva ishlab chiqarish quvvati, maydon bo'yicha quyidagi formulaga asosan hisoblanadi:

$$Q=(M : Mn) * (F : Vt),$$

Bu yerda: M — korxonaning yoki sexning ishlab chiqarish maydoni (kv.m);

Mn — norma bo'yicha ish joyiga taalluqli ishlab chiqarish maydoni (kv.m);

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'rtacha yillik ishlab chiqarish quvvati quyidagi formula yordamida aniqlanadi:

$$Ko'r = Kk + (Km * P_2) / 12 - (Kch * P_1) / 12,$$

Bu yerda: Kk — kirish davridagi (rejalashtirilayotgan yil boshidagi) quvvat;

Kt — yil davomida ishga tushirilgan quvvat;

Kch — chiqish davridagi (yil oxiridagi) quvvat;

P₁ — rejalashtirilayotgan davrdagi ishlab chiqarish quvvatidan foydalanilmagan oylar soni;

P₂ — rejalashtirilayotgan davrda ishga tushirilgan ishlab chiqarish quvvatidan foydalanilgan oylar soni.

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‘shishiga hamda mahsulot tannarxini kamaytirishga imkon yaratadi. Shuning uchun ham hozirgi sharoitda respublikada ulardan unumli foydalanishga katta e’tibor berilmokda.

Korxonada asosiy ishlab chiqarish fondlaridan foydalanishni yaxshilashning asosiy yo‘nalishlari sifatida quyidagilarni ko‘rsatish mumkin:

Tashkiliy yo‘nalishlar bo‘yicha:

- ishlab chiqarishni tashkil etishni va resurslar bilan ta’minlashni yaxshilash.

- asosiy vositalarning faqat korxonaga ish beradigan qisminigina olish;

- smena davomida uskunalar bekor turib qolishini qisqartirish va uning oldini olish;

- uskunalarning smenalik koeffitsiyentini oshirish;

- bekor turuvchi uskunalarni qisqartirish va tugatish;

- eskirgan va ma’naviy talabga javob bermaydigan asosiy vositalarni hisobdan chiqarish;

- asosiy vositalarni farqlash va tarkiblashni qayta o‘zgartirish;

- asosiy vositalarga amortizatsiya hisoblashning muvofiq shakllarini belgilash va h.k.

Texnik yo‘nalishlar bo‘yicha:

- ta’mirlash va profilaktika tadbirlarini o‘z vaqtida va sifatli ravishda amalga oshirish;

- eskirgan asosiy vositalarni yangilari bilan almashtirish;

- avtomatlashtirilgan tizimni yaratish;

- mexanizatsiyalashni kuchaytirish va h.k.

Ekspluatatsion yo‘nalishlar bo‘yicha:

- uskunalarni ekspluatatsiya qiluvchi xodimlarning malakasini oshirish;

- bir smenalik va ko‘p smenalik;

- ishlab chiqarish hajmiga qarab asosiy vositalarni texnik holat va harakatini boshqarish;

- asosiy vositalar qarovi yuzasidan mas’ul shaxslarni ajratish;

• asosiy vositalar bo'yicha javobgarlik markazlarini belgilash va x.k.

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, kimyoviy jarayonlarga sarflanadigan vaqtni qisqartirish, shuningdek, kadrlar malakasining texnikaviy saviyasini oshirish, korxonalarni yiriklashtirish, ixtisoslashtirish va diversifikatsiya qilish asosida mahsulot ishlab chiqarishni tashkil etish zarur.

Qisqacha xulosalar

Har bir mamlakatning iqtisodiy qudrati va taraqqiyoti uning tabiiy va moddiy resurslari, ayniqsa mamlakat miqyosida yaratilgan asosiy va aylanma fondlarning miqdori va sifatiga bog'liq bo'ladi.

Sanoat ishlab chiqarishini izchil modernizatsiya qilish, texnik va texnologik jihatdan qurollantirish natijasida asosiy fondlarning tarkibida sezilarli siljishlar sodir bo'ldi. Yangidan yangi jihozlar, asbob-uskunalar, qurilmalar, hisoblash texnikasi va ishlab chiqarish inventarlari salmog'i oshib bormoqda.

Asosiy fondlardan foydalanishni yaxshilash o'ta dolzarb masala bo'lganligi uchun ham unga alohida ahamiyat berilmoqda, natijada esa yildan yilga fond qaytimi oshib bormoqda.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Asosiy fondlarning mohiyati, ahamiyati, tarkibi va tuzilmasi.
2. Kengaytirilgan takroriy ishlab chiqarishda asosiy fondlar.
3. Asosiy fondlarning yemirilishi va amortizatsiyasi.
4. Asosiy fondlarni ta'mirlash va modernizatsiya qilish.

5. Asosiy fondlardan foydalanishni yaxshilash ko‘rsatkichlari va yo‘llari.

6. «Ishlab chiqarish quvvatlari» tushunchasi va uni aniqlash usullari.

7. Ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalanishni yaxshilash masalalari.

Mustaqil ishlash uchun adabiyotlar ro‘yxati:

1. 2019-yilda mamlakatimizni rivojlantirishning eng muhim ustuvor vazifalari to‘g‘risidagi O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti-ning Parlamentga Murojaatnomasi// <https://president.uz/uz/lists/view/2228>

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida» gi №PF-4947-sonli Farmoni. //Xalq so‘zi. 2017-yil 8-fevral.

3. Sh. M.Mirziyoyev. Tanqidiy tahlil, qat‘iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo‘lishi kerak. –Tashkent: O‘zbekiston, 2017. –104 b.

4. Church J., and R.Ware. (CW) Industrial Organization. A Strategic Approach. Irwin. 2000.

5. Schmalensee, Richard, and Robert Willig, eds. (HB) Handbook of Industrial Organization. Vols. 1-2. North-Holland, 1989.

6. Ortiqov A. Sanoat iqtisodiyoti. Darslik.–T.:”Sano-standart”, 2014. –304 b.

7. Abdukarimov I.T. va boshqalar. Korxonalar iqtisodiy salohiyati tahlili. – T.: Iqtisodiyot va huquq dunyosi, 2015. – 256 b.

8. www.webofscience.com – Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi

9. www.search.ebscohost.com – Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi

XII - BOB. SANOAT MAHSULOTINING SIFATI VA UNING RAQOBATBARDOSHLIGI

12.1. Sifat tushunchasi va sifatni oshirish zaruriyati

Zamonaviy bozor iqtisodiyoti ishlab chiqariladigan mahsulot sifatiga qat'iy talablar qo'yadi. Chunki hozirgi zamonda har qanday korxonaning omon qolishi, uning tovarlar va xizmatlar bozoridagi mustahkam mavqei raqobatbardoshlik darajasi bilan belgilanadi. Raqobatbardoshlik ikki ko'rsatkich – baho va mahsulot sifatining darajasi bilan bog'liqdir.

Ishlab chiqarishni erkinlashtirish davrida ikkinchi omil birinchi o'ringa ko'tarilmoqda. Chunki sifat korxonaning obro'si yanada gullashi hamda sifatni boshqarish - bu, barcha xodimlar, rahbardan tortib aniq ish bajaruvchi uchun ishning alfa va omegasi, ya'ni avvali va oxiridir. Shu tufayli davlatning iqtisodiy, shu jumladan, sanoat siyosatida sifat masalasi muhim o'rin egallaydi. Mahsulot sifatini oshirish – bu, oqibat-natijada uning miqdori, resurslarni tejash, ijtimoiy va shaxsiy ehtiyojlarni to'laroq qondirish masalasi hisoblanadi. Ya'ni, har qanday mahsulot eng yuqori texnikaviy-iqtisodiy va estetik hamda boshqa bir qator talablarga muvofiq kelishi, jahon bozorida raqobat qilish qobiliyatiga ega bo'lishi kerak. Agar sifat muammosi hal etilmasa, ijtimoiy ishlab chiqarish va aholining tovarlarga bo'lgan ehtiyojlarini qondirib bo'lmaydi.

Sifat nima?

Mahsulot (ish, xizmat) sifati – muayyan shu mahsulotning har tomondan foydalanishga mukammal ekanligini belgilovchi xususiyatlar yig'indisidir.

Mahsulot sifati – bu, shu mahsulotdan ma'lum maqsadda foydalanish uchun uning yaroqlilik darajasi, mahsulotning xalq xo'jaligi ehtiyojlarini, iste'molchilarning talab va didlarini qondirish qobiliyatidir.

Sanoat mahsuloti sifati tarmoqning, korxonalar (firma)ning faoliyatini rejalashtirishda va uni aniqlashda qoʻllaniladigan asosiy koʻrsatkichlardan biri hisoblanadi. Unda mehnatni tashkil qilish, uning jihozlanish darajasi, mutaxassislarning malakasi, ishlab chiqarishni boshqarishning holati ifodalanadi. Mahsulot sifati iqtisodiy jihatdan isteʼmol qiymatining oʻlchovi va foydalanish darajasi koʻrinishida namoyon boʻladi.

Mahsulot sifati iqtisodiy kategoriya boʻlib, ishlab chiqaruvchi va isteʼmolchilarning munosabatlarini, sifatli mahsulot ishlab chiqarish, reja topshiriqlarini bajarish hamda mahsulotga baho belgilash boʻyicha korxonaning davlat bilan munosabatlarini ifoda etadi. Undan tashqari, mahsulot sifati korxonalar oʻrtasidagi sifatli mahsulot uchun moddiy ragʻbatlantirish va sifatsiz mahsulot ishlab chiqarilgani uchun moddiy javobgarlikka tortish boʻyicha munosabatlarni ifodalaydi.

Mahsulot sifati texnika taraqqiyotining surʼatlarini, mehnat unumdorligini va shu orqali ijtimoiy ishlab chiqarish samaradorligini taʼriflovchi iqtisodiy kategoriyadir. Mahsulot sifatini muntazam ravishda yaxshilash iqtisodiyotni rivojlantirishning zarur sharti, ijtimoiy ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, xalq farovonligini oʻstirishning asosiy omillaridan biri hisoblanadi.

Mahsulotning miqdori va sifati oʻzaro dialektik bogʻliqdir. Yuqori sifatli mahsulot sifatsiz tayyorlangan mahsulotga nisbatan jamiyat ehtiyojlarini yuqoriroq darajada qondirishga qodir. Demak, mahsulot sifatini yaxshilash ishlab chiqarish hajmini qoʻshimcha xarajatlarsiz oshirish, demakdir. Ishlab chiqarilayotgan mahsulot sifati va miqdorining oʻzaro bogʻliqligi mahsulot sifatini oshirish, jamiyat ehtiyojlarini toʻla qondirishga imkon beradi, mamlakatimiz ishlab chiqaruvchi kuchlari oʻsishining muhim omili boʻlib xizmat qiladi.

Sifatli mahsulot doimo oʻz xaridorlariga ega. Hozirgi davrda mazkur talab qondirilgandagina mahsulotni dunyo bozoriga chiqarish mumkin. Bu esa, oʻz navbatida, mamlakatga eksportdan keladigan valuta tushumini koʻpaytirish orqali yangi texnika va texnologiyalar sotib olish, ishlab chiqarish hajmini kengaytirish, samaradorligini

oshirish imkonini beradi. Yuqori sifatli mahsulot ishlab chiqarishga va uni sotishga erishgan korxonalar o'z ishlab chiqarish salohiyatini yanada yuksaltirish imkoniyatiga ega bo'ladi. Bunday subyektlarning ko'payishi esa mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishining asosiy omillaridan biri hisoblanadi. Mamlakat iqtisodiyotining taraqqiy etishi esa, uning aholisini daromadlari va demak, turmush darajasining ham yuksalishiga olib keladi. Natijada sifatli mahsulot va yuqori darajada ko'rsatilgan xizmatlarga talab ko'payadi. Ya'ni, sifatli mahsulot (taklif) o'zining sifatli iste'molchisi (talab)ni yaratadi. Pirovardida jamiyatda yanada yuqoriroq darajada iqtisodiy o'sish ta'minlanadi.

12.2. Mahsulotning sifat ko'rsatkichlari va ularni baholash usullari

Sanoat ishlab chiqarishi o'z mahsulotlarining g'oyat turli-tumanligi bilan tavsiflanadi. Bu mahsulotlar tabiiy xususiyatlariga ko'ra, har xil me'yor va xilma-xil sifat ko'rsatkichlariga ega. Lekin, ma'lum sanoat mahsulotlarining muayyan guruhi uchun umumiy ko'rsatkichlar ishlatilishi, boshqa guruhi uchun esa o'ziga xos ko'rsatkichlar qo'llanilishi mumkin.

Mahsulot sifatiga va uning texnikaviy xususiyatlariga baho berish uchun quyidagi ko'rsatkichlar tizimi qo'llaniladi:

Iste'mol qilish xususiyatlari bo'yicha talabni qondirish ko'rsatkichlari. Bunday ko'rsatkichlar mahsulotdan tayinli, belgilangan ravishda foydalanish natijasida kerakli (zaruriy) samarani tavsiflaydi. Ishlab chiqarish – texnik vazifani bajaruvchi mahsulot uchun mehnat unumdorligi ko'rsatkichi xizmat qilishi mumkin. U baholanayotgan mahsulot yordami bilan qanday hajmdagi mahsulotni tayyorlash yoki ma'lum davr ichida qanday hajmdagi ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatishi mumkinligini ifodalaydi.

Mustahkamlik ko'rsatkichlari – buyumlarning buzilmasligi, yaxshi saqlanishi, ta'mirlashga qulayligi, shuningdek, chidamliligidir. Mashina

va o'lov asboblarning sifati ularning mustahkamligiga va o'zoq ishlash qobiliyatiga qarab aniqlanadi. Har bir buyumning mustahkamligi mo'ljallangan muddatda, o'z xizmat parametrlarini o'zgartirmay, zimmasiga yuklatilgan vazifalarni boshqarish, vositaning, ya'ni qurolning ishlash muddati — mo'ljallangan vaqtda ishlash qobiliyatini o'zgartirmaslik xususiyatidir.

Texnologik ko'rsatkichlar mahsulotni tayyorlash va ta'mirlash jarayonida yuqori mehnat unumdorligini ta'minlash uchun konstruktor-texnologik yechimlar samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlardir. Aynan texnika va texnologiya yordamida mahsulot ishlab chiqarishning ommaviyligi, material xarajatlarini, mablag'lar, mehnat va vaqtni oqilona taqsimlash ta'minlanadi.

Standartlashtirish va unifikatsiyalash ko'rsatkichlari — mahsulotning standartli, unifikatsiyalashgan va original, ya'ni ajoyib, ajralmas qismlar bilan qondirilganligi, to'ydirilganligi, shuningdek, boshqa buyumlarga nisbatan unifikatsiyalashganlik darajasi. Ular traktorni boshqarish uchun kerak bo'lgan kuchlar, muzlatgichda dastakning joylashishi, harorat, namlik, yorug'lik, shovqin, vibratsiya, nurlanish, yonuvchi mahsulotlarda uchar gazi va suv bug'ining yig'ilishi bo'lishi mumkin.

Ergonomik ko'rsatkichlar insonning buyum bilan munosabatini va bu buyumdan foydalanishda ro'y beradigan gigiyenik, fiziologik va ruhiy xususiyatlar majmuini aks ettiradi.

Estetik ko'rsatkichlar buyumlarning badiiy-konstruktorlik xususiyatlarini ifodalaydi. Ular buyumning tovar qiyofasi jonliligini, shaklining ma'qulligini, kompozitsiyaning butunliligini, mukammal bajarilganligini va barqarorligini tavsiflaydilar.

Transportabellik ko'rsatkichlari mahsulotning tashish uchun moslashganligini ifodalaydi.

Patent-huquqiy ko'rsatkichlar mahsulotning patentli himoyasini va patentli sarxilligini (asilligini) tavsiflaydi va raqobatbardoshligini aniqlashda muhim omil hisoblanadi. Patent-huquqiy ko'rsatkichlarni

aniqlashda buyumlarda yangi texnik omillar borligini, shuningdek, mamlakatda patentlar bilan himoyalangan yechimlarni hisobga olish kerak bo‘ladi.

Ekologik ko‘rsatkichlar atrof-muhitga xavfli ta‘sir ko‘rsatish darajasi. U mahsulotni ekspluatatsiya qilish yoki iste‘mol qilishda yuzaga keladi. Masalan, zararli qotishmalarning bo‘lishi, mahsulotni saqlash, tashish va iste‘mol qilishda zararli qismlar, gazlar va nurlarni chiqarish mumkinligi.

Xavfsizlik ko‘rsatkichlari — xaridor va xizmat ko‘rsatuvchi xodimlarning xavfsizligi uchun mahsulot xususiyatlarini tavsiflaydi, ya‘ni mahsulotni montaj qilish, xizmat ko‘rsatish, ta‘mirlash, saqlash, tashish, iste‘mol qilishda xavfsizlikni ta‘minlaydilar.

Yuqorida qayd qilib o‘tilgan ko‘rsatkichlarning yig‘indisi mahsulot sifatini tashkil etadi. Buyum mustahkam (pishiq), estetik jihatdan ko‘zni qamashtiradigan, o‘z vazifasini yaxshi bajaradigan bo‘lishi lozim. Lekin, yuqorida qayd etilgan ko‘rsatkichlardan tashqari buyumning bahosi ham muhim. Chunki iqtisodiy optimal sifat masalasi baho bilan chambarchas bog‘liqdir. Xaridor buyum sotib olganda buyum bahosi u ega bo‘lgan xossalar to‘plamini qoplashini bilish uchun ularni doimo taqqoslaydi.

Iqtisodiy muqobil sifat deganda, sifat va xarajat nisbati yoki sifat birligining bahosi tushuniladi va u quyidagi formula bilan hisoblanadi:

$$IMS = Bs / Xe$$

Bu yerda: IMS – iqtisodiy muqobil sifat;

Bs – buyum sifati;

Xe – buyumni sotib olish va ekspluatatsiya qilish xarajatlari, so‘m.

Formulaning maxrajini aniqlash murakkab emas, chunki u buyumning sotish bahosini, ekspluatatsiya, ta‘mirlash va utilizatsiya qilish xarajatlarini o‘z ichiga oladi. Formula suratini aniqlash esa, qiyinroq kechadi, chunki buyumning sifati juda ko‘p va turli-tuman ko‘rsatkichlardan iborat. Bu bilan alohida fan «Kvalometriya» shug‘ullanadi.

U sifatni son jihatdan, ya'ni bir so'mlik xarajatta buyum sifati birligi o'sishini baholashning etarli darajada ma'qul usulini ishlab chiqqan.

Demak, hozirgi zamon ishlab chiqarishi sharoitida mahsulot sifati — korxonada samaradorligining, rentabelligining muhim tarkibiy qismidir. Shu sababli unga doimo e'tibor bermoq zarur. Sifat bilan barcha korxonada direktoridan tortib, aniq ish bajaruvchigacha shug'ullanishi kerak.

Sifatni ta'minlash, loyihalash, saqlash bo'yicha barcha jarayonlar sifatni boshqarish tizimiga birlashtirilgan.

12.3. Mahsulot sifatini boshqarish va uni oshirish yo'llari

Har qanday ishlab chiqarishni rivojlantirish va yuksak darajaga ko'tarish uchun uni boshqarish kerak. «Boshqarish» iborasini mahsulot sifatiga qo'llaganda, mahsulot sifati va uning raqobatbardoshligini doimiy nazorat qilish, uning belgilovchi shartlari va omillarini maqsadga muvofiq ta'sir qildirish yo'llari bilan mahsulot sifatini loyihalashtirish, ishlab chiqarish va foydalanishda uning zaurur darajada o'rnatilishini, ta'minlanishini va saqlanishini tushunmoq kerak.

Mahsulotning sifatini boshqarish operatsiyalari muhandis-texnik, tashkiliy-texnologik, nazorat va boshqa jarayonlarning o'zaro bog'liqligi majmuasini tashkil etuvchi tartib doirasida olib boriladi.

Mahsulot sifatini boshqarish jarayoni quyidagi operatsiyalardan iborat:

- mahsulot sifati darajasini belgilash;
- mahsulot sifatiga ta'sir ko'rsatuvchi buyum va uni ishlab chiqarish jarayonining faoliyati to'g'risidagi axborotlarni yig'ish va o'rganish;
- mahsulot sifatini boshqarish to'g'risida qaror qabul qilish va obyektga ta'sir ko'rsatishga tayyorlanish;
- boshqaruvga tegishli buyruqlarni berish;

– boshqarish natijasida mahsulot sifatining o‘zgarishi haqidagi axborotlarni yig‘ish va tahlil qilish.

Mahsulot sifatini boshqarishda quyidagi vazifalar amalga oshiriladi:

– mahsulotning texnikaviy darajasi va sifatini o‘zoq muddatlarga chamalash;

– mahsulot sifatini oshirishni rejalashtirish va bashorat qilish;

– mahsulot sifatini attestatsiya qilish;

– mahsulot loyihasini chizish va ishlab chiqarishga joriy etish;

– mahsulot sifatini moddiy-texnik tomondan ta`minlash;

– ishlab chiqarishni texnologik tayyorlash;

– mahsulot sifatini o‘lchashni tashkil etish;

– mutaxassislarni tanlash, joylashtirish, o‘qitish va tarbiyalash;

– sifatli mahsulot ishlab chiqarish darajasini bir tekisda olib borish;

– ishlab chiqarish vositalarini saqlash, ta`mirlashni tashkil etish;

– mahsulot sifatini oshirishni rag‘batlantirish;

– mahsulot sifatini nazorat qilish;

– standartlarga, o‘lchash vositalariga va texnik shartlarga rioya qilish;

– mahsulot sifatini boshqarish huquqini ta`minlash.

Mahsulot sifatini boshqarish uning xossalari, texnologik jarayonlarning ixtisoslashtirish xususiyatlari, ishlab chiqarishni tashkil etish shakllari va usullarini hisobga olgan holda bajariladi.

Mahsulot sifatini yaxshilashga oid vazifalar va tadbirlar tuzilayotganda ularni amalga oshirish imkoniyatlari va maqsadga muvofiqligi texnikaviy-iqtisodiy jihatdan asoslanadi.

Buning uchun quyidagilar asos qilib olinadi:

– ishlab chiqarilgan mahsulot sifatiga bo‘lgan talablar va kelgusida uni takomillashtirish imkoniyatlari;

– mahsulotning sifat darajasini baholash;

– ishlab chiqarilgan mahsulotda uchragan nuqsonlarni yuzaga chiqarish va tahlil etish;

– laboratoriyadan o‘tkazilgan sinov natijalari, iste’molchilar tomonidan yuborilgan norozilik xujjatlari, texnikaviy nazorat va ma’lumotlar;

– ilg‘or korxonalarining mahsulotlari bilan taqqoslash.

Mahsulot sifatini yaxshilashga oid tadbirlar majmuasiga quyidagilar kiradi:

– mahsulotning sifat ko‘rsatkichlarini yaxshilashga qaratilgan asosiy tajriba va loyihalashtirish ishlari hamda tashkiliy-texnikaviy tadbirlar;

– ishlab chiqarish texnikasi va texnologiyasini takomillashtirishga oid tadbirlar;

– xomashyo va materiallar sifatini oshirish bo‘yicha ta‘minlovchilarga qo‘yiladigan talablar;

– mahsulot sifatini oshirish bo‘yicha o‘tkaziladigan ilmiy-tadqiqot, tajriba va loyihalashtirish yuzasidan ilmiy-tekshirish, loyihalashtirish tashkilotlariga beriladigan topshiriqlar;

– texnikaviy xujjatlarni yaxshilash tadbirlari:

– texnologik intizomga rioya qilishni tekshirish sharoiti, ishlab chiqarishni o‘lchov asboblari bilan ta‘minlash, ularning aniq ishlashini kuzatib turish tadbirlari;

– standartlarni o‘zlashtirish, ularga rioya qilish, buyumlarni unifikatsiyalashtirish, yuqori sifatli mahsulot ishlab chiqarish, nuqsonlarning oldini olish va iste’molchilar tomonidan bo‘ladigan noroziliklarni kamaytirish bo‘yicha tadbirlar.

Bu kabi tadbirlar o‘z vaqtida bajarilishini to‘la-to‘kis ta‘minlash uchun ularning bajarilish muddatlari, mas‘ul kishilar, muayyan xarajatlardan va ularning iqtisodiy samaradorligi, raqobatbardoshligi hamda boshqa ko‘rsatkichlar aniqlanadi.

Ma‘lumki, raqobat va raqobatbardoshlik o‘rtasida dialektik aloqadorlik mavjud bo‘lib, biri ikkinchisidan kelib chiqadi. Raqobat korxonalarini raqobatbardosh tovarlar ishlab chiqarishga va xizmatlar ko‘rsatishga undaydi.

Raqobatbardoshlik nisbiy o‘lchov bo‘lib, xususiyati shundan iboratki, uni raqobat predmeti (mahsulot raqobatbardoshligi)ga nisbatan ham qo‘llash mumkin.

Mahsulotning raqobatbardoshligi deganda, iste’molchining aniq ehtiyojlarini qondirish va uni xarid qilish hamda keyinchalik undan foydalanish uchun sarflanadigan xarajatlar darajalari bo‘yicha uni, ya’ni mahsulot boshqa shunday tovarlardan ajralib turadigan tavsiflar yig‘indisi tushuniladi.

Mahsulotning raqobatbardoshligi - biror bir firma tomonidan ishlab chiqarilgan, raqobatchi firmalarning xuddi shunday tovarlariga qaraganda yaxshiroq iste’mol xususiyatlari va texnik-iqtisodiy parametrlariga ega bo‘lgan tovarlarning iste’molchilar tomonidan ajratib olinish «qobiliyati»dir.

Raqobatbardoshlik aynan bozorda ko‘zatiladi va tovarlarning iste’molchi ehtiyojlariga muvofiq kelishi solishtirib va tekshirib ko‘riladi. Ana shunda tovarning raqobatbardoshligi real xaridni amalga oshirayotgan xaridor uchun jozibadorlik darajasini ko‘rsatadi.

12.4. Standartlashtirish, sertifikatlashtirish, attestatsiya va nazorat qilish

Mahsulot sifati muammosiga tegishli masalalardan biri standartlashtirishdir.

Standartlashtirish - standartlarni belgilash va qo‘llash jarayoni. U normal ijodiy faoliyat bo‘lib, sifatning optimal ko‘rsatkichlarini, mahsulotning parametrik qatorlarini, nazorat qilish, sinash usullari va xokazolarni ishlab chiqishni va qat`i belgalashni o‘z ichiga oladi.

Standartlashtirish mahsulot sifatini boshqarishning tashkiliy va normativ asosi hisoblanadi. U barcha normalarni standart, yo‘riqnoma, mahsulotni asoslash uchun kerakli shartlar usuli kabi xujjatlarda aks ettiradi.

Standartlashtirishdan maqsad–mahsulot va xizmatlarning xavfsizligini, raqobatbardoshligini ta`minlash, iste'molchilar va davlat manfaatlarini himoya qilishdir.

Standartlashtirishning eng muhim ahamiyati shundaki, u ishlab chiqarishning rivojlanish sur'ati va darajasiga zaruriy ta'sir ko'rsatadi. Buning uchun esa standartlash fan va texnika hamda amaliy tajribalarning oxirgi yutuqlariga tayanadi.

O'zbekistonda standartlashtirish milliy iqtisodiyotni boshqarish va tashkil etish bilan chambarchas bog'liq. Standartlashtirishdan maqsad – mahsulot va xizmatlarning xavfsizligini, raqobatbardoshligini ta`minlash, iste'molchilar va davlat manfaatlarini himoya qilishdir. Standartlashning asosiy, eng muhim vazifasi xalq xo'jaligi, aholi, mamlakat mudofaasi uchun tayyorlanadigan mahsulotlarga yuqori talablar belgilovchi normativ-texnik hujjatlar tizimini yaratish hamda ushbu xujjatdan to'g'ri foydalanishni nazorat qilishdan iborat.

Harakatdagi, mavjud standartlashtirish tizimi quyidagilarni ishlab chiqishga va doimiy faol holatda bo'lishiga imkoniyat yaratadi:

- yagona texnik til;
- mahsulotning muhim texnik tavsifining unifikatsiyalashgan qatorlari, ya'ni o'lcham ayirmasi (qo'yim va tushish, kuchlanish, tez-tez qaytalanish va boshqalar);
- umum mashinasozlikda ishlatiladigan buyumlarning tiporazmer qatorlari va namunali konstruksiyalari (podshipniklar, krepej, kesuvchi asboblari va boshqalar);
- texnik-iqtisodiy axborotlar klassifikatorlari tizimi;
- materiallar va moddalar xossalari to'g'risida aniq ma'lumotlar beradigan dalillarni.

O'zbekiston standartlash tizimi xalqaro, regional va milliy tizimlar bilan uyg'unlashishi va quyidagilarni ta`minlashi lozim:

- sifat va mahsulot nomenklaturasi, xizmat va jarayonlar, insonlarning hayoti va sog'lig'i, atrof-muhitni muhofaza qilish masalalari bo'yicha iste'molchilar va davlat manfaatlarini;

– mahsulot mos kelishining o‘zaro almashuvi, ya’ni bir-birini almashtira olishini;

– mehnat va moddiy resurslarni tejashga ko‘maklashish hamda ishlab chiqarishning iqtisodiy ko‘rsatkichlarini yaxshilashni;

– ijtimoiy-iqtisodiy dasturlar va yirik loyihalarning normativ-texnik bazasini yaratishni;

– ishlab chiqarishda va savdoda texnik to‘siqlarni bartaraf etishni, dunyo bozorida mahsulot raqobatbardoshligini, xalqaro mehnat taqsimotida samarali qatnashishini va h.k.larni ta‘minlashi kerak.

Standartlashtirish bir qator tamoyillarga asoslanadi:

– tarmoqlanish - umumiy xususiyatga ega bo‘lgan narsalar, jarayonlar, munosabatlar tatbiq etish mumkin bo‘lgan obyektlar doirasini aniqlaydi;

– variantlilik - oqilona xilma-xillik, rang-baranglikni yaratish - standartlashgan obyektga kiruvchi standart elementlarning oqilona turlari minimumini ta‘minlaydi;

– tizimlilik - standartga tizim elementi sifatida qaraydi;

– o‘zaro almashuvchanlik - texnikaga muvofiq turli vaqt-makoning turli nuqtalarida tayyorlangan bir xil detallarni yig‘ish yoki almash-tirishni nazarda tutadi.

Standart deganda nima tushuniladi?

Standart inglizcha «standard» so‘zidan olingan bo‘lib, norma, namuna, o‘lcham ma‘nosini bildiradi. U boshqa obyektlarni taqqoslash uchun dastlabki obyekt deb qabul qilingan namuna, etalon, model, standartlanadigan obyektga quyiladigan va vakolatli idoralar tomonidan tasdiqlangan normalar, qoidalar, talablarni belgilovchi normativ-texnik xujjat. Standart inson faoliyatining barcha sohasiga, ilm-fanga, texnikaga, sanoat, qishloq xo‘jaligiga, qurilishga, transport va aloqaga, ta‘lim va boshqa sohalarga taalluqlidir.

Mustaqillik yillarida O‘zbekiston Respublikasining Davlat standartlash tizimi (DST) shakllandi va u O‘zbekistonda standartlar to‘zish, izohlash va tarqatish jarayonlarini tartibga keltirdi. Bu borada

O‘zbekiston Standartlashtirish, meteorologiya va sertifikatlantirish agentligi («O‘zstandart») olib borayotgan keng ko‘lamli ishlarni alohida e‘tirof etish joiz.

«O‘zstandart» agentligi bozor iqtisodiyoti sharoitida mahsulotning sifat darajasini belgilovchi, ko‘rsatkichlar raqobatdoshligini ta‘minlovchi, ishlab chiqaruvchilarga etarli miqdorda axborotlar etkazib beruvchi markazdir.

«O‘zstandart» agentligi tomonidan ishlab chiqilgan «Sifat menejmenti va mahsulotlarni sinash» tizimi mahsulot sifat ko‘rsatkichini baholash bilan birga me‘yoriy xujjatlar asosida to‘g‘ri ma‘lumotga ega bo‘lish talablarini o‘rnatadi.

Hozirgi kunda Davlat standartlash tizimi (DST) beshta asosiy standartni o‘z ichiga oladi:

1. O‘zbekiston Respublikasi standartlashtirish tizimi. Asosiy qoidalar;

2. Tarmoq standartlari;

3. Texnik shartlarni kelishish, tasdiqlash va ro‘yxatdan o‘tkazish tartibi;

4. Korxonaning standartlari. Umumiy qoidalar;

5. Xalqaro (davlatlararo, mintaqaviy) standartlar.

Bozor iqtisodiyotiga o‘tish munosabati bilan Xalqaro standartlashtirishning roli, ahamiyati beqiyos darajada kuchaydi. Chunki, xalqaro standartlashtirish ilmiy-texnika va iqtisodiy hamkorlikni rivojlantirishga katta imkoniyat yaratadi. Ular xalqaro aloqalarni kengaytirishga, mavjudlarini takomillashtirishga yordam beradi. Hozirgi kunda jahonda 400 dan ortiq Xalqaro va regional (hududiy) tashkilotlar mavjud (2000 yil). Standartlashtirish sohasida yirik xalqaro tashkilotlar — BMTga qarashli evropa iqtisodiy komissiyasi (EEKOON), standartlashtirish bo‘yicha Xalqaro tashkilot (ISO) ishlab turibdi.

Muvofiqligini tasdiqlash jarayonida bajariladigan operatsiyalar, ya‘ni har bir ayrim ish faoliyatlarini quyidagi chizmada ko‘rish mumkin:

Respublikada sertifikatlash ishlarini yaxshilash maqsadida 1993-yilning 28-dekabrida Oliy Majlis tomonidan «Mahsulot va xizmatlarni sertifikatlashtirish to'g'risida»gi qonun qabul qilingan. Mazkur qonun sertifikatlashtirishning huquqiy, iqtisodiy va tashkiliy asoslarini, shuningdek, majburiyatlar va javobgarliklarni belgilab beradi. Ushbu qonun 4 ta bob va 23 moddadan iborat bo'lib, ularda umumiy qoidalar, sertifikatlashtirish faoliyatiga doir umumiy talablar, mahsulotlarni majburiy va ixtiyoriy sertifikatlashtirish, nizolarni qarab chiqish, sertifikatlashtirish to'g'risidagi qonun hujjatlarini bo'zganligi uchun javobgarlik masalalari bayon etilgan.

Mahsulot sifati nazariyasi va amaliyotida mahsulotni sertifikatlashtirish masalasi muhim o'rin tutadi.

Mahsulotni sertifikatlashtirish uning aniq belgilangan talablarga muvofiqligini tasdiqlash usullaridan biri hisoblanadi.

Mahsulot yoki bajarilgan ishning belgilangan talablarga muvofiqligiga oid faoliyat uchun tegishli xujjat beriladi. Uni «sertifikat» deb ataydilar.

Sertifikat lotincha «certificatis» so'zidan olingan bo'lib, tasdiqlangan degan ma'noni bildiradi. Birinchidan, u biror faktni tasdiqlovchi hujjat (masalan, malaka oshirilganligi to'g'risidagi hujjat); ikkinchidan, maxsus obligatsiyalar va aktsiyalarning nomi; uchinchidan, sug'urta shartnomasida uning shartlari yoziladigan hujjat; to'rtinchidan, maxsus idoralar (savdo palatasi, Davlat inspeksiyasi va boshqalar) beradigan va mahsulot, tovar, buyum, mol sifatini tasdiqlaydigan hujjat; beshinchidan, qishloq xo'jaligida urug'lik navini va sifatini tasdiqlaydigan hujjat. Sertifikati bo'lmagan taqdirda urug'lik (oddiy) navsiz don sifatida qabul qilinadi. Standartlashtirish va sertifikatlashtirish ishlarini tashkil etish, muvofiklashtirish O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi huzuridagi O'zbekiston Davlat standartlash, metrologiya va sertifikatsiya agentligi «O'zstandart», Davlat arxitektura va qurilish qo'mitasi, tabiatni muhofaza qilish Davlat qo'mitasi va

O‘zbekiston Respublikasi Sog‘liqni saqlash va Mudofaa vazirliklari zimmasiga yuklatilgan.

Qisqacha xulosalar

Mahsulot sifati sanoat ishlab chiqarish xo‘jalik faoliyatining asosiy, eng muhim ko‘rsatkichlaridan biri hisoblanadi. Mahsulot sifati mahsulotning iste‘mol xususiyatlari majmui bo‘lib, uning iqtisodiyot va aholining muayyan ehtiyojlariga yaroqliligini ifodalaydi.

Mahsulot sifati tayyorlangan mahsulotning mustaqilligi, kulayligi, ishonchliligi, chidamliligi, tejamkorligi, go‘zalligi va boshqa bir qator xususiyatlari bilan belgilanadi. Shu sababli mahsulot sifatini yaxshilash jamiyatga juda katta samara keltiradi: mablag‘larni tejaydi, tannarxni kamaytirish, foydani ko‘paytirish va shu asosda mamlakat xazinasini to‘ldirishga imkon beradi.

Mahsulot sifatini yaxshilash va uning raqobatbardoshligini ta‘minlash davlat siyosatining eng muhim muammolaridan biri hisoblanadi. Shu sababli qonunlarda, Prezident farmonlarida va hukumat qarorlarida mahsulot va ish sifatini oshirishga alohida e‘tibor berilib, ularda barcha turdagi mahsulotlarning texnik darajasi, tejamliligi va sifati oshirilsin deyiladi, yangi o‘zlashtiriladigan mahsulotlar o‘zining sifat va texnik-iqtisodiy tavsiflari jihatidan jahon fan-texnika va texnologiyasi erishgan ilg‘or yutuqlarga mos bo‘lishi kerakligi to‘g‘risida va boshqa bir qator ko‘rsatmalar berilgan.

Mahsulot sifati muammosiga tegishli masalalardan biri standartlashtirishdir. Yana bir muhim masala — sertifikatlashtirishdir. Bu ikki faoliyat fan-texnika, amaliy tajribalarning oxirgi yutuqlariga tayangan holda ishlab chiqarish rivojiga juda katta ta‘sir ko‘rsatadi.

Bugungi kunda Respublikamizda sanoat mahsulotlarining sifati va raqobatbardoshligini ta‘minlashga qaratilgan tizimlar va ularni boshqarishning milliy modellari yaratildi.

Nazorat va muhokama uchun savollar

- 1.Zamonaviy bozor iqtisodiyoti va sifat siyosati.
- 2.Sifat kategoriyasining mohiyati va ahamiyati.
- 3.Mahsulot sifati ko‘rsatkichlari.
- 4.Sifat, baho va baholash.
- 5.Mahsulot sifatini boshqarish.
- 6.Standartlashtirish va standartlar.
- 7.Sertifikatsiyalash va sertifikatlar.
- 8.Sifat va xorijiy tajribalar.
- 9.Mustaqillik yillarida mahsulot sifatini va uning raqobatbardoshligini oshirish borasidagi yutuqlar va istiqboldagi vazifalar.

MUSTAQIL ISHLASH UCHUN ADABIYOTLAR

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida» gi №PF-4947 sonli Farmoni. //Xalq so‘zi. 2017-yil 8-fevral.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining "2017–2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlanishining beshta ustuvor yo‘nalishlari bo‘yicha Harakatlar strategiyasini kelgusida amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida"gi 2017-yil 15-avgustdagi №3-5024 sonli Qarori.
3. Sh.M.Mirziyoyev. Tanqidiy tahlil, qat’iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo‘lishi kerak. –Toshkent: O‘zbekiston, 2017. –104 b.
4. Church J., and R.Ware. (CW) Industrial Organization. A Strategic Approach. Irwin. 2000.
5. Schmalensee, Richard, and Robert Willig, eds. (HB) Handbook of Industrial Organization. Vols. 1-2. North-Holland, 1989.
6. Ortiqov A. Sanoat iqtisodiyoti. Darslik. –T.: ”Sano-standart”, 2014. –304 b.
7. www.webofscience.com – Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi
8. www.search.ebscohost.com – Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi

MUNDARIJA

KIRISH	2
I - BOB. «SANOAT IQTISODIYOTI» FANINING PREDMETI VA VAZIFALARI	5
1.1. «Sanoat iqtisodiyoti» fanining obyekti, sanoatning ta’rifi va tavsifi	5
1.2. “Sanoat iqtisodiyoti” fanining predmeti va boshqa fanlar bilan bog‘liqligi	12
1.3. “Sanoat iqtisodiyoti” fanini o‘rganish metodologiyasi va usullari	15
1.4. “Sanoat iqtisodiyoti” fanining vazifalari	16
II-BOB. SANOAT - MILLIY IQTISODIYOTNING YETAKCHI TARMOG‘I	20
2.1. Sanoatning milliy iqtisodiyot rivojidadagi roli va o‘rni	20
2.2. Sanoat tarmoqlari va ularning rivojlanishi	30
2.3. Sanoat korxonalarining belgilari, funksiyalari va vazifalari .	48
2.4. Sanoat korxonalarini tasniflash	50
2.5. Sanoat korxonalarini ta’sis etish va davlat tomonidan ro‘yxatga olinishi	57
2.6. Sanoat korxonalarini tugatish va qayta tashkil qilish	65
III- BOB. SANOAT KLASTERLARI	72
3.1 Klaster tizimi mohiyati va sanoat tarmog‘iga kirib kelish bosqichlari	72
3.2 Sanoat klasterini rivojlantirishning qonuniy, huquqiy, tashkiliy va ijtimoiy mexanizmning samaradorligi	78
3.3 O‘zbekiston hududlarida sanoat klasterlarini rivojlantirish muammolari	86
IV-BOB. SANOATDA ZAMONAVIY BOSHQARUV TIZIMI ...	94
4.1. Boshqaruv obyektiv zaruriyat va maqsadga yo‘naltirilgan jarayon sifatida	94
4.2. Boshqarishning asosiy tamoyillari va usullari	100

4.3. Sanoat korxonalarini tuzilmasini belgilovchi omillar.....	106
4.4. Sanoatda boshqaruvning zamonaviy shakllari	109
V- BOB. SANOATDA KADRLAR VA MEHNATGA HAQ TO‘LASH	113
5.1. Kadrlar siyosati va uning sanoat taraqqiyotidagi roli	113
5.2. Kadrlar, ularning tarkibi va strukturasi	118
5.3. Mehnat salohiyatidan foydalanish ko‘rsatkichlari tizimi va aniqlash yo‘llari	120
5.4. Kadrlarni tanlash va joy-joyiga qo‘yish	124
5.5. Kadrlar malakasini oshirish va ularni qayta tayyorlash	126
5.6. Mehnatga haq to‘lashning funksiyalari va tamoyillari	127
5.7. Mehnatga haq to‘lashning tarif tizimi va uning elementlari.....	130
VI - BOB. KORXONADA TAKTIK VA STRATEGIK REJALASHTIRISH	133
6.1. Strategik rejalashtirishning mohiyati va vazifalari	133
6.2. Strategik boshqarish uslubiyoti	135
6.3. Strategik marketingni rejalashtirish	136
6.4. Innovatsion strategiya turlarining bir-biri bilan aloqadorligi hamda tavsifi	137
VII - BOB. SANOATDA BENCHMARKING	144
7.1. Benchmarking – mohiyati va vazifalari	144
7.2. Benchmarking jarayoni va turlari	146
7.3. Benchmarking – iqtisodiy tahlilning yangi usuli sifatida	147
VIII - BOB. SANOAT KORXONALARIDA MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISH	152
8.1. Korxonalar marketing faoliyatining maqsadi va vazifalari	152
8.2. Korxonalar raqobatdoshligini oshirishda marketing strategiyasini ishlab chiqish asoslari.....	154
8.3. Ishlab chiqarish korxonalarida marketing faoliyatini tashkil qilish	158
MARKETING	162

IX- BOB. SANOAT KORXONALARI RESURSLARINI SAMARALI BOSHQARISH (LEAN PRODUCTION)	163
9.1. Korxonalar resurslarini samarali boshqarishning o‘ziga xos xususiyatlari	163
9.2. Resurslarni samarali boshqarishning zamonaviy yechimlari tahlili	164
9.3. “Lean Production” bosqichlari	168
9.4. Tejamkorlik tizimini joriy etish iqtisodiy oqimlar harakati samaradorligini ta’minlashning ustuvor yo‘li	171
X-BOB. SANOAT KORXONALARI STRATEGIYASINI SHAKLLANTIRISH	175
10.1. Korxonaning strategik rejasini ishlab chiqish va uning mazmuni	175
10.2. Korxonalar bozor strategiyasining shakllanishi	182
10.3. Biznes rejalashtirish – strategik rejalashtirishning quroli sifatida	186
XI- BOB. SANOAT ISHLAB CHIQRARISHNING ASOSIY FONDLARI VA ISHLAB CHIQRARISH QUVVATLARI	194
11.1. Asosiy fondlarning iqtisodiy mohiyati va ahamiyati, tarkibi va tuzilishi	194
11.2. Sanoat korxonalarida asosiy vositalarni baholash, ularning eskirishi	198
11.3. Sanoat korxonalarida asosiy vositalarining holati va ta’minlanganligi ko‘rsatkichlari	214
11.4. Asosiy vositalardan foydalanish samaradorligi ko‘rsatkichlari va ularni oshirish yo‘nalishlari	219
11.5. Ishlab chiqarish quvvati va ulardan foydalanishni yaxshilash yo‘llari	224
XII- BOB. SANOAT MAHSULOTINING SIFATI VA UNING RAQOBATBARDOSHLIGI	232
12.1. Sifat tushunchasi va sifatni oshirish zaruriyati	232

12.2. Mahsulotning sifat ko‘rsatkichlari va ularni baholash usullari	234
12.3. Mahsulot sifatini boshqarish va uni oshirish yo‘llari.....	237
12.4. Standartlashtirish, sertifikatlashtirish, attestatsiya va nazorat qilish.....	240

**IBODULLO SADULLOYEVICH XOTAMOV,
GULASAL RO‘ZIMBOY QIZI MADRAXIMOVA**

SANOAT IQTISODIYOTI

Toshkent – «Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi» – 2022

Muharrir:	X.Zokirova
Texnik muharrir:	M.Tursunov
Musavvir:	A.Shushunov
Musahhih:	L.Ibragimov
Kompyuterda sahifalovchi:	M.Zoyirova

**E-mail: nashr2019@inbox.ru Tel: +99899.920-90-35
№ 3226-275f-3128-7d30-5c28-4094-7907, 10.08.2020.**

Bosishga ruxsat etildi 05.09.2022.

Bichimi 60x84 ¹/₁₆. «Timez Uz» garniturasida.

Ofset bosma usulida bosildi.

Shartli bosma tabog‘i: 16,0. Nashriyot bosma tabog‘i 15,75.

Tiraji: 50. Buyurtma № 85

**«Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi»
bosmaxonasida chop etildi.**

100174, Toshkent sh, Olmazor tumani, Universitet ko‘chasi, 7-uy.

