Conference on Social Sciences and Humanities Research (CSSHR)
volume. 3 № 7
CSSHR
EYIB
EDUCATIONAL YIELD INSIGHTS & BREAKTHROUGHS
ISSN: 3060-4648



Korxonalarda daromad samaradorligini boshqarish va mahsulotlarni iste’molchiga yetkazib berish jarayonlari

Qodirbekova Ziyodaxon Abdulla qizi

Toshkent kimyo-texnologiya instituti
Sanoat iqtisodiyoti va menejmenti kafedrasi
25-71-guruh talabasi

Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalar faoliyatining iqtisodiy samaradorligini ta’minlash, daromadlarni oqilona boshqarish va mahsulotlarni yakuniy iste’molchiga o‘z vaqtida yetkazib berish muhim strategik vazifalardan biri hisoblanadi. Raqobat muhitining kuchayishi, iste’molchilar talabining o‘zgaruvchanligi hamda ishlab chiqarish va logistika xarajatlarining ortib borishi korxonalardan daromadlarni shakllantirish va taqsimlash jarayonlarini takomillashtirishni talab etmoqda.

Korxonalarda daromad samaradorligini boshqarish faqat sotish hajmini oshirish bilan cheklanmaydi. Ushbu jarayon ishlab chiqarish xarajatlarini maqbullashtirish, mahsulot tannarxini pasaytirish, narx siyosatini takomillashtirish, sotuv kanallarini kengaytirish va logistika tizimini samarali tashkil etishni ham qamrab oladi. Ayniqsa, mahsulotni ishlab chiqaruvchidan iste’molchiga yetkazish jarayonida yuzaga keladigan ortiqcha xarajatlar, vaqt yo‘qotishlari va vositachilik operatsiyalari korxonaning yakuniy moliyaviy natijalariga salbiy ta’sir ko‘rsatishi mumkin.

Shu nuqtayi nazardan, korxonalarda daromadlarni boshqarish va mahsulotlarni yetkazib berish jarayonlarini o‘zaro integratsiyalashgan tizim asosida tashkil etish iqtisodiy samaradorlikni oshirishning muhim yo‘nalishi hisoblanadi.

Korxona daromadi uning xo‘jalik faoliyati natijasida mahsulotlar, ishlar va xizmatlarni realizatsiya qilish orqali shakllanadigan iqtisodiy resurslar oqimini ifodalaydi. Daromad samaradorligi esa shakllangan tushumning ishlab chiqarish, sotish va boshqaruv xarajatlariga nisbatan natijadorligini tavsiflaydi.

Korxonalarda daromadlarni boshqarish jarayonida quyidagi iqtisodiy omillar muhim o‘rin tutadi:

- mahsulot ishlab chiqarish hajmi va sifati;
- mahsulotning bozor narxi va raqobatbardoshligi;
- ishlab chiqarish resurslaridan foydalanish samaradorligi;
- iste’molchilar talabi va xarid qobiliyati;
- sotuv va distribyutsiya kanallarining rivojlanganligi;
- transport-logistika xarajatlari;
- raqamli boshqaruv texnologiyalaridan foydalanish darajasi.

Daromad samaradorligini baholashda faqat umumiy tushum miqdoriga emas, balki sof foyda, rentabellik, xarajatlar tarkibi va pul oqimlarining barqarorligiga ham e’tibor qaratish lozim.

1-jadval

Korxonalarda daromad samaradorligiga ta’sir etuvchi omillar va ularni boshqarish yo‘nalishlari

Omillar	Mavjud iqtisodiy muammolar	Takomillashtirish yo‘nalishlari
Ishlab chiqarish xarajatlari	Resurslardan samarasiz foydalanish	Resurs tejamkor texnologiyalarni joriy etish
Narx siyosati	Bozor talabiga moslashishdagi qiyinchiliklar	Moslashuvchan narx belgilash
Mahsulot sifati	Sifat va tannarx o‘rtasidagi nomutanosiblik	Sifat menejmenti tizimini rivojlantirish
Sotuv kanallari	Vositachilar sonining ko‘pligi	To‘g‘ridan-to‘g‘ri va elektron savdoni kengaytirish
Logistika xarajatlari	Transport va saqlash xarajatlarining yuqoriligi	Logistik marshrutlarni optimallashtirish
Moliyaviy boshqaruv	Daromad va xarajatlar monitoringining yetarli emasligi	Raqamli moliyaviy monitoringni joriy etish

Jadval ma’lumotlari shuni ko‘rsatadiki, korxonalarda daromad samaradorligini oshirish uchun alohida iqtisodiy ko‘rsatkichlarni emas, balki ularning o‘zaro bog‘liqligini boshqarish talab etiladi. Masalan, mahsulot tannarxining pasayishi korxonaning narx siyosatida qo‘shimcha imkoniyatlar yaratadi, logistika xarajatlarining qisqarishi esa realizatsiyadan olinadigan foyda miqdorining oshishiga xizmat qiladi.

Korxona daromadlarini boshqarishda quyidagi iqtisodiy bog‘liqlikni hisobga olish maqsadga muvofiq:

$$F = T - (I + L + B)$$

Bunda:

F – korxonaning tegishli xarajatlar chegirilgandan keyingi moliyaviy natijasi;

T – mahsulotlarni sotishdan tushgan tushum;

I – ishlab chiqarish xarajatlari;

L – logistika va yetkazib berish xarajatlari;

B – boshqa tegishli operatsion xarajatlar.

Mazkur ifoda korxona daromad samaradorligini baholashda mahsulot ishlab chiqarish va uni iste’molchiga yetkazish xarajatlarini birgalikda hisobga olish zarurligini ko‘rsatadi. Bunda soliq va moliyalashtirish xarajatlari hamda boshqa tegishli moddalar alohida hisobga olinishi lozim.

Mahsulotlarni iste’molchiga yetkazib berish korxonaning ishlab chiqarish faoliyati bilan yakuniy realizatsiya jarayonini bog‘lovchi muhim iqtisodiy tizimdir. Ushbu tizim xomashyo ta’minoti, ishlab chiqarish, omborxona faoliyati, transport, distribyutsiya va chakana savdo jarayonlarini qamrab oladi.

Mahsulot yetkazib berish zanjirining samarali tashkil etilishi korxonaning bozordagi raqobatbardoshligini oshirish bilan birga, iste’molchilarning mahsulotga bo‘lgan ehtiyojini o‘z vaqtida qondirish imkonini beradi.

2-jadval

Mahsulotlarni ishlab chiqaruvchidan iste’molchiga yetkazib berish mexanizmi

Jarayon bosqichi	Amalga oshiriladigan iqtisodiy operatsiyalar	Boshqaruv mexanizmi	Kutilayotgan natija
Talabni aniqlash	Bozor va iste’molchilar ehtiyojini o‘rganish	Marketing tahlili va prognozlash	Talabga mos ishlab chiqarish
Ishlab chiqarish	Mahsulot hajmi va assortimentini belgilash	Ishlab chiqarishni rejalashtirish	Ortiqcha ishlab chiqarishning oldini olish
Omborxona	Tayyor mahsulotlarni saqlash	Zaxiralarni boshqarish	Saqlash xarajatlarini kamaytirish
Transport	Mahsulotlarni hududlar bo‘yicha tashish	Logistik marshrutlarni optimallashtirish	Yetkazib berish xarajatlarini qisqartirish
Distribyutsiya	Mahsulotlarni savdo tarmoqlariga taqsimlash	Distribyutorlik shartnomalari	Bozor qamrovini kengaytirish
Realizatsiya	Mahsulotni yakuniy iste’molchiga sotish	Chakana va elektron savdo	Sotuv tushumini oshirish
Qayta aloqa	Mijozlar fikri va shikoyatlarini o‘rganish	CRM tizimi	Mijozlar sodiqligini oshirish

Mahsulotlarni iste’molchiga yetkazib berish jarayonida korxonalar uchun eng muhim masalalardan biri vositachilik xarajatlarini maqbullashtirish hisoblanadi. An’anaviy yetkazib berish tizimida mahsulot ishlab chiqaruvchidan ulgurji savdo tashkilotlariga, undan distribyutorlarga va keyinchalik chakana savdo nuqtalariga yetkaziladi. Bunday tizim ayrim holatlarda mahsulot narxining oshishiga va yetkazib berish muddatining uzayishiga olib keladi.

Shu sababli korxonalarda to‘g‘ridan-to‘g‘ri savdo, elektron tijorat va hududiy distribyutsiya markazlaridan foydalanish muhim ahamiyatga ega.

3-jadval

Mahsulotlarni iste’molchiga yetkazib berishning muqobil modellari

Yetkazib berish modeli	Xususiyatlari	Afzalliklari	Cheklovlari
An’anaviy model	Ishlab chiqaruvchi – ulgurji savdo – chakana savdo – iste’molchi	Keng savdo tarmog‘i	Vositachilik xarajatlari
To‘g‘ridan-to‘g‘ri model	Ishlab chiqaruvchi – iste’molchi	Vositachilar soni kamayadi	Korxonaning o‘z logistikasini tashkil etish zarurati
Elektron tijorat modeli	Onlayn buyurtma va yetkazib berish	Bozor qamrovi kengayadi	Raqamli infratuzilma va yetkazib berish tizimiga ehtiyoj
Hududiy distribyutorlik modeli	Hududiy omborlar va distribyutorlar orqali yetkazish	Yetkazib berish tezlashadi	Omborlarni tashkil etish xarajatlari
Integratsiyalashgan model	Bir nechta savdo va yetkazib berish kanallaridan birgalikda foydalanish	Moslashuvchanlik va xarajatlarni boshqarish imkoniyati	Muvofiqlashtirish va nazorat talab etiladi

Jadvaldagi modellar tahlili shuni ko‘rsatadiki, barcha korxonalar uchun yagona yetkazib berish modelini qo‘llash maqsadga muvofiq emas. Modelni tanlashda mahsulotning xususiyati, iste’molchilar joylashuvi, ishlab chiqarish hajmi, logistika infratuzilmasi va korxonaning moliyaviy imkoniyatlari hisobga olinishi kerak.

Korxonalarda daromad samaradorligini oshirishning muhim sharti ishlab chiqarish va sotuv jarayonlarini bir-biridan ajratilgan holda emas, balki yagona iqtisodiy boshqaruv tizimi sifatida tashkil etishdan iborat. Bunda mahsulotga bo‘lgan talab, ishlab chiqarish hajmi, sotish narxi va yetkazib berish xarajatlari o‘zaro muvofiqlashtirilishi zarur.

Tadqiqot doirasida korxonalarda daromad samaradorligini oshirish uchun quyidagi integratsiyalashgan boshqaruv mexanizmini taklif etish mumkin.

1. Talabga asoslangan ishlab chiqarishni rejalashtirish mexanizmi. Ushbu mexanizmda mahsulot ishlab chiqarish hajmi iste’molchilar talabi, oldindan kelib tushgan buyurtmalar va bozor prognozlari asosida belgilanadi. Natijada ortiqcha mahsulot ishlab chiqarish, omborlarda tayyor mahsulot to‘planishi va aylanma mablag‘larning samarasiz band bo‘lishi kamayadi.

2. Xarajatlar va narxlarni integratsiyalashgan boshqarish mexanizmi. Mahsulot tannarxi, logistika xarajatlari, bozor narxlari va talab elastikligi o‘zaro bog‘liq holda tahlil qilinadi. Bu esa korxonaga raqobatbardosh narx belgilash bilan birga foyda marjasini saqlash imkonini beradi.

3. Raqamli distribyutsiya mexanizmi. Mahsulotlarni sotish, buyurtmalarni qabul qilish, ombor zaxiralarini nazorat qilish va yetkazib berish jarayonlari yagona raqamli platformada muvofiqlashtiriladi. Bunda ERP, CRM va SCM texnologiyalaridan foydalanish maqsadga muvofiq.

4. Logistika xarajatlarini optimallashtirish mexanizmi. Mahsulotlarni yetkazib berish masofasi, transport vositalarining yuklanish darajasi, yoqilg‘i sarfi va yetkazib berish muddati tahlil qilinadi. Transport marshrutlarini optimallashtirish orqali mahsulot birligiga to‘g‘ri keladigan logistika xarajatlarini kamaytirish mumkin.

5. Iste’molchilar bilan qayta aloqa mexanizmi. Mahsulot sifati, yetkazib berish muddati va xizmat ko‘rsatish darajasi bo‘yicha mijozlarning fikrlari muntazam o‘rganiladi. Ushbu ma’lumotlar kelgusidagi ishlab chiqarish va sotuv qarorlarini takomillashtirishga xizmat qiladi.

4-jadval

Korxonalarda daromad samaradorligini oshirishning taklif etilayotgan integratsiyalashgan mexanizmi

Mexanizm yo‘nalishi	Amalga oshirish vositasi	Baholash mezoni
Talabni prognozlash	Bozor tahlili, buyurtmalar bazasi	Talab prognozining aniqligi
Ishlab chiqarishni optimallashtirish	Lean Manufacturing, JIT	Mahsulot tannarxining pasayishi
Narxlarni boshqarish	Differensial va moslashuvchan narxlash	Foyda marjasi
Sotuvni rivojlantirish	Elektron tijorat, CRM	Sotuv hajmining o‘sishi
Logistikani takomillashtirish	Marshrutlarni optimallashtirish, SCM	Logistika xarajatlari ulushi
Moliyaviy nazorat	ERP, moliyaviy monitoring	Sof foyda va rentabellik

Mijozlar bilan ishlash	Qayta aloqa, mijozlar sodiqligi dasturlari	Takroriy xaridlar ulushi

Taklif etilayotgan mexanizmning asosiy jihati shundaki, korxonada daromad samaradorligi faqat realizatsiya hajmi orqali emas, balki mahsulotning ishlab chiqarishdan yakuniy iste’molchiga yetib borguniga qadar amalga oshiriladigan barcha iqtisodiy operatsiyalar natijasi asosida baholanadi. Mazkur yondashuvni amaliyotga tatbiq etish uchun daromad samaradorligini baholashning quyidagi ko‘rsatkichlaridan foydalanish mumkin.

5-jadval

Korxonalarda daromad va mahsulot yetkazib berish samaradorligini baholash ko‘rsatkichlari

Ko‘rsatkichlar	Hisoblash formulasi	Baholash mazmuni
Sotuv rentabelligi	Sof foyda / Sotuv tushumi × 100	Sotuvning foydalilik darajasi
Daromad o‘sish sur’ati	(Joriy davr daromadi – O‘tgan davr daromadi) / O‘tgan davr daromadi × 100	Daromadning o‘sish dinamikasi
Logistika xarajatlari ulushi	Logistika xarajatlari / Sotuv tushumi × 100	Yetkazib berish xarajatlari darajasi
Zaxiralar aylanuvchanligi	Sotilgan mahsulot tannarxi / O‘rtacha zaxiralar	Ombor resurslaridan foydalanish
Buyurtmalarni o‘z vaqtida bajarish	O‘z vaqtida yetkazilgan buyurtmalar / Jami buyurtmalar × 100	Yetkazib berish sifati
Bir birlik mahsulotga xarajat	Jami ishlab chiqarish va tegishli yetkazib berish xarajatlari / Mahsulot miqdori	Mahsulot birligi tannarxi

Jadvalda keltirilgan ko‘rsatkichlardan kompleks foydalanish korxonada daromadlarni shakllantirish va mahsulotlarni yetkazib berish jarayonlarining natijadorligini aniqlash imkonini beradi. Xususan, logistika xarajatlari ulushining kamayishi va buyurtmalarni o‘z vaqtida bajarish darajasining oshishi korxonaning bozordagi raqobatbardoshligiga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi.

O‘tkazilgan tahlillar natijasida korxonalarda daromad samaradorligini boshqarish va mahsulotlarni iste’molchiga yetkazib berish jarayonlari o‘zaro uzviy bog‘liq bo‘lib, ularning samarali tashkil etilishi korxonaning moliyaviy barqarorligi va raqobatbardoshligini ta’minlashda muhim ahamiyat kasb etishi aniqlandi. Shu nuqtayi nazardan, korxonalarda ishlab chiqarish, sotuv va logistika faoliyatini integratsiyalashgan boshqaruv tizimi asosida tashkil etish, bozor talabidan kelib chiqib ishlab chiqarish hajmini rejalashtirish, mahsulotlarni yetkazib berishning muqobil kanallarini rivojlantirish hamda raqamli texnologiyalar asosida ta’minot zanjirini takomillashtirish maqsadga muvofiq. Shuningdek, daromad va xarajatlar mutanosibligini ta’minlash, logistika xarajatlarini maqbullashtirish, ombor zaxiralaridan samarali foydalanish va sotuv rentabelligini oshirishga qaratilgan kompleks baholash mexanizmlarini joriy etish korxonalarning iqtisodiy samaradorligini yuksaltirishga xizmat qiladi. Umuman olganda, mazkur yondashuv ishlab chiqarish resurslaridan oqilona foydalanish, mahsulot realizatsiyasini jadallashtirish, iste’molchilar ehtiyojlarini samarali qondirish hamda korxonalarning uzoq muddatli moliyaviy barqarorligini mustahkamlash imkonini beradi.

Adabiyotlar ro’yxati

1. Chopra S. Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation. – 7th ed. – Harlow: Pearson, 2019.
2. Christopher M. Logistics & Supply Chain Management. – 5th ed. – Harlow: Pearson, 2022.
3. Kotler P., Keller K. L. Marketing Management. – 15th ed. – Harlow: Pearson, 2016.
4. Porter M. E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. – New York: Free Press, 1985.
5. Slack N., Brandon-Jones A. Operations Management. – 9th ed. – Harlow: Pearson, 2022.