KORXONA ASSORTIMENTINI O‘RGANISH

Nahalboyev Lazizjon
Jizzax Sambhram universiteti
“Biznes boshqaruv” kafedrasi assistenti

Annotatsiya

Ushbu maqolada iqtisodiyotni rivojlantirish sharoitida korxonalarning o‘rni va korxona assortimentini o‘rganish haqida ma‘lumotlar yoritilgan.

Kalit so‘zlar: mulk, boylik, talab, korxona, doimiy va o‘zgaruvchan xarajatlar, mahsulot, sotish hajmi, mol yetkazib beruvchilar

Аннотация:

В данной статье освещаются данные о роли предприятий в условиях развития экономики и исследования ассортимента предприятий.

Ключевые слова: собственность, богатство, спрос, предприятие, постоянные и переменные затраты, продукт, объем продаж, поставщики товаров

Annotation:

This article covers information on the role of enterprises in the conditions of the development of the economy and the study of the assortment of the enterprise.

Keywords: property, wealth, demand, enterprise, fixed and variable costs, product, sales volume, goods suppliers

Iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida mulk shaklidan qat‘iy nazar barcha firma va kompaniyalarda mahsulotlarni eng avvalo sotish uchungina ishlab chiqarishni tashkil etadilar. Faqatgina buyurtmachi talabi asosida va iste‘molchilarning didini mo‘ljallab, barcha talabni qondirish maqsadida sifatli tovarlar ishlab chiqarishga harakat qiladilar. Mahsulotlarning o‘z muddatida sotilishi ishlab chiqarishni maromida davom etishini ta‘minlaydi, boyliklarning aylanishini tezlashtiradi. Mahsulot sotish orqali qilingan doimiy va o‘zgaruvchan xarajatlar qoplanadi va firma foyda ko‘rishni mo‘ljallaydi. Sotish hajmi ishlab chiqarish jarayonining so‘nggi bosqichidir. Mahsulot sotishdan kelgan tushum orqali korxona birinchi galdagi to‘lovlarni amalga oshiradi, ya‘ni, davlat byudjeti oldidagi majburiyatlarini bajarishga, nobyudjet fondlariga ajratmalarni to‘lashga, o‘z ishchi va xizmatchilari bilan mehnat haqi yuzasidan to‘lovlarni bajarishga, olgan kredit va qarzlarini qaytarishga, mol yetkazib beruvchilar bilan hisoblashishlarni amalga oshirishga harakat qiladi.

Assortiment, korxonalarning yoki do‘konlarning sotish uchun taqdim etadigan barcha turdagi mahsulotlar, xizmatlar, yoki tovarlar kengligini anglatadi.

Assortimentning tushunchasi, odamni qanday turdagi mahsulotlarni yoki xizmatlarni taklif qilish uchun o‘zgaruvchilar, sifat, miqdor, narxlari va boshqa parametrlar bo‘yicha qanday tanlaganligini va qanday tartibda taqdim etayotganini ifodalaydi. Bu odatda, korxonalarning yoki do‘konlarning mavjud miqdordagi tovarlar va xizmatlarning biror turini yoki barcha turini ifodalaydi.

Assortimentning kengligi va turli xil mahsulotlarning mavjudligi, do‘kondagi yoki korxona tovarlarini qanday miqdorda olish va sotishiga qaror qilishga yordam beradi.

Assortiment parametrlari, korxona boshqaruvining muhim qismi hisoblanadi. Ular, mahsulotlarni sotish, sotib olish va o‘zlashtirish jarayonlarini tizimlash uchun asosiy qarorlarni olishda yordam beradi.

Assortimentning xarakteristikalari bir qator parametrlar tahlilini hisobga olgan holda aniqlanadi:

- chuqurlik - tovarlarning bir guruhi uchun keng doiradagi takliflarning mavjudligi;

- to‘yinganlik - ma‘lum bir guruhni ifodalovchi tovarlar soni;
- muvofiqlik - bu mezon chakana xaridorlar uchun mo‘ljallangan mahsulotlarga taalluqli bo‘lgan tovarlarning turli guruhlari muvofiqligi ko‘rsatkichi;
- yangilik - yangi mahsulot dizayni orqali mijozlar talablarini qondirish qobiliyati.

Ro‘yxatda keltirilgan mezonlar ko‘rsatkichning asosiyga yaqinlik darajasini ko‘rsatadigan koeffitsientlar shaklida aniqlanadi.

Savdo kompaniyasining samaradorligini o‘rganish jarayonida taklif etilayotgan assortimentning etarlilik darajasini aniqlash uchun sanab o‘tilgan parametrlar asosida vaziyat modeli quriladi.

Klassik assortimentni ABS tahlilini o‘tkazishda ma‘lum bir tovar tanlovidan foydaning qaysi qismi olinganligi aniqlanadi. Masalan, do‘konning xarajatlari va daromadlarini tahlil qilgandan so‘ng, quyidagilar aniqlanishi mumkin:

- tovarlarning umumiy ro‘yxati 50 ta mahsulotni o‘z ichiga oladi;
- ulardan 8 tasi uchun umumiy foyda ulushi 70% ni tashkil etdi;
- 5 ta mahsulot pozitsiyasi 20% daromad keltirdi;
- boshqa mahsulotlar foydaning 10% ni tashkil etdi.

Ko‘pgina savdo korxonalari uchun notekis taqsimotning o‘xshash manzarasi xosdir. Ammo bu siz taqdim etilgan mahsulotlarni tanlashni toraytirishga murojaat qilishingiz kerak degani emas. Talab yuqori bo‘lgan mahsulotlar tegishli miqdorda xarid qilinib, qolgan mahsulotlar ko‘paytirilib, xaridorlarni yanada jalb qilmoqda.

Savdo kompaniyasi rahbariyati assortimentning kengligini boshqarishi kerak. Buning uchun malakali kadrlarni jalb qilish yoki mavjudlarini malakali tayyorlash kerak. Shuningdek, masalaning yechimi sanoat ishlab chiqarishi, fan va texnikaning rivojlanish bosqichiga bog‘liq. Aholining o‘sib borayotgan talabini tegishli tovarlar bilan qoplash darajasi ham shunga bog‘liq.

Mahsulot assortimenti asosiy tushuncha bo‘lib, uning xususiyatlari va xususiyatlarini bilish savdo kompaniyasining muvaffaqiyatini ko‘p jihatdan belgilaydi. Tashkilotning raqobatbardoshligi tovarlar va xizmatlar assortimentini o‘z vaqtida yangilash va kengaytirishga bog‘liq, chunki puxta o‘ylangan strategiyasiz bozor pozitsiyalarini yanada rivojlantirish va mustahkamlash mumkin emas.

Mahsulot assortimentini rejalashtirish jarayoni kelajakda ishlab chiqarish uchun mahsulotlarni tanlashga va ushbu mahsulotlarning texnik, ko‘p funktsional va estetik parametrlarini potentsial xaridorlarning talablari bilan yanada to‘liqroq bog‘lashga qaratilgan barcha turdagi ishlarni loyihalash sifatida belgilanadi. Mahsulotlar ro‘yxatini rejalashtirish qobiliyati ishlab chiqaruvchiga daromad keltirgan holda, iste‘molchini qoniqtiradigan iste‘mol qiymatiga ega bo‘lgan mahsulotlarda mavjud va mumkin bo‘lgan texnik va moddiy imkoniyatlarni o‘zida mujassamlash qobiliyatidan iborat. Boshqacha qilib aytadigan bo‘lsak, ishlab chiqaruvchi shunchaki mahsulot yaratish va yaratish bilan emas, balki mijozlarni yaratish va uning o‘ziga xos ehtiyojlarini qondirish bilan ham shug‘ullanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati.

1. M.K.Pardaev, I.T.Abdukarimov “Iqtisodiy tahlil” T:, 2011 yil

2. X. Rahimova va boshqalar “Mehnatni muhofaza qilish” T, “O‘zbekiston” 2003

3. A.V.Vaxobov “Moliyaviy va boshqaruv tahlili” T.2006 yil

4. Maxmudov E.X. Korxona iqtisodiyoti: O‘quv.qo‘ll. –T.: O‘zbekiston yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg‘armasi nashriyoti, 2004.

5. М.Баканов "Теория экономического анализа" Москва. "Финансы и статистика", 2011 год.

6.В.Беганов "Особенности бухгалтерского учёта в акционерных обществах", Ташкент. "Мир экономики и права", 2013 год.

7.Gulmira, U. (2023). Theoretical basis of management of the financial stability of the banking system. International Journal of Advance Scientific Research, 3(05), 126-130..

8.Gulmira, U. (2023). The need to attract foreign investments to the national economy on a large scale. Academia Science Repository, 4(5), 314-319.