



## AKTUAR MOLIYA VA BUXGALTERIYA HISOBI ILMIY JURNALI

Vol. 4 Issue 03 | pp. 182-188 | ISSN: 2181-1865

Available online <https://finance.tsue.uz/index.php/afa>

### “SAM AUTO” AJ KORXONASIDA MARKETING TADQIQOTLARINI TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI.



**Musayeva Shaira Azimovna**

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti professori,  
Samarqand, O‘zbekiston

**Usmonova Dilfuza Ilhomovna**

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti dotsenti,  
Samarqand, O‘zbekiston

**Usmonov Shaxzod Shoxruxovich**

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti talabasi

**Annotatsiya:** Mazkur maqolada bozor konsepsiyasini ishlab chiqish, uni rivojlantirishni rejalashtirish, boshqarish, nazorat va tahlil qilish uchun marketing tadqiqotlarini amalga oshirishni, statistik tahlil qilish, texnologiyaning turi, ixtisoslashuv darajasi ko‘rib chiqilgan.

**Kalitli so‘zlar:** Ishlab chiqarish korxonasi, bozor, konsepsiya, rejalashtirish, tahlil, texnologiya, tadqiqot.

**Abstract:** This article deals with the implementation of marketing research, statistical analysis, type of technology, level of specialization for the development of the market concept, planning, management, control and analysis of its development.

**Key words.** Manufacturing enterprise, market, concept, planning, analysis, technology, research.

**Аннотация:** В данной статье рассматриваются вопросы проведения маркетинговых исследований, статистического анализа, типа технологии, уровня специализации для разработки концепции рынка, планирования, управления, контроля и анализа его развития.

**Ключевые слова:** Производственное предприятие, рынок, концепция, планирование, анализ, технология, исследование.

**Kirish.** Marketing tadqiqotlari zamonaviy korxonalarining marketing tizimida asosiy o‘rinlardan birini egallaydi. Ularni tashkil qilishni doimiy ravishda takomillashtirib borish korxonalar va tashkilotlarning raqobatbardoshligini oshirish strategiyasida muhim ahamiyatga ega. Buning ob‘ektiv sabablariga bozor mexanizmining jadal o‘zgaruvchanligi hisoblanadi, ya‘ni bugungi bozor munosabatlari korxonalar tomonidan nazorat qilinmaydigan tashqi omillar ta‘sir ostida shakllanmoqda. Birinchi o‘rinda bozor ishtirokchilari xulqida va harakatlarida o‘zgarishlarni tezkor aniqlash muammosini hal qilish maqsadida olib boriladigan tadqiqotlarning ahamiyatining oshib borishiga e‘tiborni qaratish lozim. Bunda iste‘molchilar ko‘lamining oshib borishi va ehtiyojlarning

rivojlanishi maxsulot va xizmatlarga bo'lgan talabning o'zgarishiga sabab bo'ladi. Ushbu jarayonlarga mos ravishda raqobatning keskinlashuvi hamda raqobatchilar tomonidan ko'llaniladigan strategik va taktik harakatlarning takomillashuvi korxonalarda tashqi axborotlarni to'plash va taxil qilish zaruratini kuchaytiradi. Marketing tadqiqotlariga e'tiborning oshib borishining ikkinchi jixati butun dunyo bo'yicha raqamlashtirish tendensiyasi bilan bog'liqdir. Raqamli iqtisodiyot nafaqat korxonalar va tashkilotlar faoliyatini, balki ularni o'rab turgan biznes muhitini tubdan o'zgarilshiga olib kelmoqda. Ushbu sharoitda marketing faoliyatini to'liq va ishonchli axborot bilan ta'minlash tizimini takomillashtirish dolzarb masalaga aylanadi. Raqamli muhitda axborot oqimlarini boshqarish tartibi va jarayonining mohiyati va usullari aynan marketing tadqiqotlarida yaqqol ko'rinadi.

Marketing tizimida axborotni taxil qilishning ahamiyatini oshib borishi unga bo'lgan e'tiborning yana bir sababi hisoblanadi. Boshqaruv tizimida qabul qilinadigan qarorlar aniq axborot bilan birga uning miqdoriy asoslangan usullar yordamida taxil qilinishiga asoslanadilar. Aksariyat strategik qarorlari dasturiy ta'minotga tayangan xolda axborot-kommunikatsiya texnologiyalari orqali tayyorlanadilar va ular asosida qabul qilinadilar. Marketing tadqiqotlari usullari ham shunga mos ravishda doimo takomillashtirilishi lozim bo'ladi. Darslikda Yangi O'zbekiston strategiyasini amalga oshirish sharoitida korxonalarining marketing maqsadlari va vazifalariga erishishda marketing tadqiqotlarini tashkil qilishning dolzarb masalari ko'tarilgan. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning "Raqamli O'zbekiston - 2030" strategiyasi ishlab chiqilib uni amalga oshirish uchun dasturlar tuzilmoqda. Mamlakatimizda raqamli iqtisodiyotni faol rivojlantirish, barcha tarmoqlar va sohalarda, eng avvalo, davlat boshqaruvi, ta'lim, sog'liqni saqlash va qishloq xo'jaligida zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini keng joriy etish bo'yicha kompleks chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda<sup>1</sup>.

**Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili** Xorijiy tajribalarga tayanib shuni ta'kidlash lozimki, marketing tamoyillarini rivojlantirish va ularni amaliyotda qo'llash bo'yicha kuplab iqtisodchi olimlar shug'ullanib kelgan. Ular qatoriga F.Kotler, M.Porter, D.Evans, I.Ansoff, M.Berman, M.Golubkov, P.Samuels, D.Marshall kabi taniqli olimlarni kiritishimiz mumkin.

Mamlakatimizda qator yillar davomida marketing sohasida olib borilgan izlanishlar milliy hususiyatlardan kelib chiqqan xolda iqtisodiyotda marketing nazariyasini rivojlantirishga katta xissa qo'shgan olimlarni ham e'tirof etish lozim. Bularga M.Muxammedov, M.Pardaev, R.Ibragimov, YO.Abdullaev, A.Saliev, M.SHarifxo'jaev, B.Xodiev, D.Raximova, Sh.Ergashxodjaeva Sh. Musayeva va boshqalarni kiritish mumkin.

**Tadqiqot metodologiyasi.** Tadqiqot jarayonida tizimli yondashuv, abstrakt-mantiqiy fikrlash, guruhlash, taqqoslash, omilli tahlil, tanlanma kuzatish usullaridan foydalanilgan.

**Tadqiqot natijalari.** Har bir korxonalar mahsulot ishlab chiqaradi yoki ma'lkm bir turdagi xizmatlarni iste'molchilarga tavsiya etadi. Ishlab chiqarish jarayonida juda ko'plab iqtisodiy-ijtimoiy jarayonlar sodir bo'ladi. Statistika kursi bilan biz ularni

<sup>1</sup>O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning "Raqamli O'zbekiston - 2030" strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora tadbirlari to'g'risida"gi PF-6079-son Farmoni, 05.10.2020

soddalashtirilgan holatga keltirib o'rganamiz va tahlil qilamiz. Kurs ishimizning obyekt bo'lgan "SAM Auto" AJ korxonasi ham ko'plab iqtisodiy jarayonlar bo'lib qyelmoqda. polli shahar avtobuslari, Isuzu yuk mashinalari va Isuzu shassis asosidagi boshqa maxsus transport vositalari kiradi.

Ishlab chiqarish jarayoni - bu ishchilar va asboblarning harakatlari majmui bo'lib, buning natijasida korxonaga kiruvchi xom ashyo, materiallar, yarim tayyor mahsulotlar va butlovchi qismlar ma'lum miqdorda va ma'lum bir mulk, sifat va sifatda tayyor mahsulot yoki xizmatlarga aylanadi. ma'lum bir vaqt oralig'ida assortiment. Ishlab chiqarish jarayoni asosiy, yordamchi va xizmat ko'rsatish jarayonlaridan iborat.

Korxonada ishlab chiqarish jarayonining texnik va tashkiliy-iqtisodiy tavsifi mahsulot turi, ishlab chiqarish hajmi, qo'llaniladigan asbob-uskunalar va texnologiyaning turi, ixtisoslashuv darajasi bilan belgilanadi.

Korxonalarda ishlab chiqarish jarayoni ikki turga bo'linadi: asosiy va yordamchi. Ulardan asosiylari mehnat ob'ektlarini tayyor mahsulotga aylantirish bilan bevosita bog'liq bo'lgan jarayonlarni o'z ichiga oladi. Masalan, rudani yuqori pechda eritib metallga aylantirish yoki unni xamirga, so'ngra tayyor pishirilgan nonga aylantirish.

Yordamchi jarayonlar: mehnat ob'ektlarini ko'chirish, jihozlarni ta'mirlash, xonalarni tozalash va hokazo. Bunday ishlar faqat asosiy jarayonlarning borishiga yordam beradi, lekin ularda bevosita ishtirok etmaydi.

Yordamchi jarayonlar va asosiylari o'rtasidagi asosiy farq sotish va iste'mol qilish joyi o'rtasidagi farqdir. Asosiy ishlab chiqarish jarayonlari amalga oshiriladigan asosiy ishlab chiqarish mahsulotlari, tuzilgan yetkazib berish shartnomalariga muvofiq, yon tomonda iste'molchilarga sotiladi. Ushbu mahsulotning o'z brendi, yorlig'i bor va uning uchun bozor narxi belgilanadi.

Yordamchi jarayonlar va xizmatlar amalga oshiriladigan yordamchi ishlab chiqarish mahsulotlari korxonada ichida iste'mol qilinadi. Texnik xizmat ko'rsatish va yordamchi ishlarning narxi butunlay iste'molchilarga yon tomonda sotiladigan asosiy mahsulot narxiga bog'liq.

Ishlab chiqarish jarayoni ko'plab elementar texnologik protseduralarga bo'linadi, ular operatsiyalar deb ataladi. Ishlab chiqarish jarayoni ishlab chiqarish jarayonining bir qismidir. Odatda u bitta ish joyida uskunani qayta sozlamasdan amalga oshiriladi va bir xil asboblarga to'plami yordamida amalga oshiriladi. Ishlab chiqarish jarayonining o'zi kabi, operatsiyalar asosiy va yordamchi bo'linadi.

Mahsulot ishlab chiqarish tannarxini pasaytirish, ishlab chiqarish jarayonini tashkil etish va ishonchliligini oshirish uchun quyidagi qoidalar va usullar majmuasidan foydalaniladi:

- saytlarning ixtisoslashuvi, ish o'rinlari;
  - texnologik jarayonning uzluksizligi va to'g'riligi;
  - ishlab chiqarish operatsiyalarining parallelligi va mutanosibligi.
- Mutaxassislik

Ixtisoslashuv shundan iboratki, har bir ustaxona, uchastka, ish joyiga texnologik jihatdan bir hil yoki qat'iy belgilangan mahsulotlar assortimenti ajratiladi. Ixtisoslashuv ishlab chiqarishni tashkil etishning iqtisodiy jihatdan eng foydali usullari - uzluksizlik, to'g'ridan-to'g'ri oqim tamoyillarini amalda qo'llash imkonini beradi.

Uzluksizlik - bu tayyor mahsulot ishlab chiqarishdagi uzilishlarning kamayishi yoki nolga kamayishi, bundan tashqari, xuddi shu jarayonning har bir keyingi ishlashi avvalgisi tugagandan so'ng darhol boshlanadi, bu mahsulot ishlab chiqarish vaqtini qisqartiradi, asbob-uskunalar va ish joylarining ishlamay qolish vaqtini kamaytiradi. .

To'g'rilik ishlab chiqarish jarayonida mehnat ob'ektlarining harakatini tavsiflaydi va har bir mahsulot uchun ish joyidan eng qisqa yo'lni ta'minlaydi.

Bunday harakat ishlab chiqarish jarayonida barcha qaytish va qarshi harakatlarni bartaraf etish bilan tavsiflanadi, bu transport xarajatlarini kamaytirishga yordam beradi.

Parallellik qoidasi bir xil mahsulotni ishlab chiqarishda turli operatsiyalarni bir vaqtda bajarishni nazarda tutadi. Bu qoida, ayniqsa, seriyali va ommaviy ishlab chiqarishda keng qo'llaniladi.

Parallelizm qoidasi quyidagilarni o'z ichiga oladi:

yakuniy mahsulotni to'ldirish (yig'ish) uchun mo'ljallangan turli agregatlar va qismlarni parallel (bir vaqtning o'zida) ishlab chiqarish;

turli xil parallel uskunalarda bir xil qismlar va agregatlarni qayta ishlashda turli xil texnologik operatsiyalarni bir vaqtning o'zida bajarish.

Xarajatlarni tejash nuqtai nazaridan, mahsulot ishlab chiqarish bo'yicha ishlaydigan sexlar, uchastkalar o'rtasida asbob-uskunalar parki quvvatining (hosildorligining) ma'lum nisbatlarini kuzatish juda muhimdir.

“SAM AUTO” aksiyadorlik jamiyati 2021 yilni 50 mlrd 302 mln so'mdan ortiq mahsulot ishlab chiqarib yilni yakunladi. Zavod tomonidan 2022 yilda 31052 dona sifatli mashina mahsulotlari ishlab chiqarildi so'mga hisoblaganimizda 2022 yilda 137 mlrd. 856 mln. 520ming so'mlik un mahsuloti ishlab chiqarildi. 2022 yilga kelib, 82% foizga bajarildi. 2022 yilda avtomobiulsozlik joriy yilda 61426 dona avtobuslar ishlab chiqarildi. Avtobuslar tarkibiga yig'iladigan qo'shimcha xom-ashyolarning ishlab chiqarishga ko'proq joriy qilinishi, avtobuslar sifatini oshirib xaridorgir bo'lishini ta'minladi. Ishlab chiqarilgan avtomobillardan 5061 donasi iste'molchilarning talabiga qarab, og'ir yuk tashuvchi holida ishlab chiqarildi. Umuman, bu zavod tomonidan 2022 yilda 143 mlrd. 426 mln. so'mlik avtomobil ishlab chiqarildi. 2022 yil yakuni bilan avtomobil sexi quvvatining 83% foizidan foydalanildi.

O'zbekiston Respublikasi Birinchi Prezidentining 2008 yil 28 noyabrdagi PF-4058-sonli “Iqtisodiyotning real sektori korxonalarini qo'llab-quvvatlash, ularning barqaror ishlashini ta'minlash va eksport salohiyatini oshirish chora-tadbirlari dasturi to'g'risida”gi farmoniga asosan “SAM AUTO” aksiyadorlik jamiyatiga “UZAVTOSANOAT” aksiyadorlik kompaniyasi tomonidan butlash tamirlash stanoklari ishlab chiqarish xarajatlarini qisqartirish chora-tadbirda 5673,7 mln. so'mga belgilab berilgan. Bu topshiriq 5673 mln. 700 ming so'mga yoki, 100% foizga bajarildi. 2022 yilda 45121 . 147 ming so'mlik avtomobil ehtiyot qismlari ishlab chiqarilib, bozorga chiqarmoqda, yilni 141mlrd.854 ming so'm sof foyda bilan yakunladi.

**“SAM AUTO” AJ ning 2020-2021-2022 yillardagi iqtisodiy ko'rsatkichlari.**

№	Ko'rsatkichlar	O'l chov birligi	2020-yil haqiqiy	2021-yil haqiqiy	2022-yil haqiqiy	O'sish sur'ati 2021-2020		O'sish sur'ati 2022-2021	
						(+.-)	%	(+.-)	%
1	Avtamobillar amaldagi narxlarda	d	60111109	67885565	70998337	7774456	112.9	3112772	104.5
	Solishtirma narxlarda	m.s	67738207	67873683	67805945	135476	100.2	-67738	99.9
2	Balans foyda	m.s	1332924	1466216	1599570	133292	110.0	133354	109.0
3	Avtobus mahsulotlari jami	d	67095	50375	58735	-16720	75.1	8360	116.6
	Yengil avtomobillar	d	37694	30527	34111	-7168	81.0	3584	111.7
	Avtomobil ehtiyot qismlari	d	544	679	612	135	124.8	-68	90.1
4	Temir kuzovlar	d	6315	6315	6315	0	100.0	0	100.0
5	Sof foyda	m.s	992200	1091420	1101810	99220	110.0	10390	100.9
	Jumladan sarf qilingan ishlab chiqarishni rivojlantirish uchun	m.s	198440	218284	218362	19844	110.0	78	100.0
	Dividentlar uchun	m.s	793760	873136	883448	79376	110.0	10312	101.1
6	Rentabel. Balans foyda tannarxga nisbatan	%	1.5	1.5	1.5	1	99.4	0	100.0
7	Mehnat unumdorligi	m.s	56522	61423	45277	72750	147.0	1414	101.3
8	O'rtacha bir oylik ish haqi		489792	45446	578513	12747	115.8	11280	101.9
9	Yillik o'rtacha ishlovchilar soni	kishi	796	659	728	-137	82.8	69	110.4
10	Ish haqi fondi	m.s	3867402	6806795	6337099	2939393	176.0	-469696	93.09
11	Zavod quvvatidan foydalanish	%	61	67	66	6	110.0	-1	98.5
12	Qo'shimcha quvvatdan foydalanish	%	57	67	62	10	118.2	-5	92.5

Manba: “SAM AUTO” AJ oldingi ma'lumotlari asosida generatsiya qilingan.

Ishlab chiqarishda sarflanadigan elektr energiyasi, gaz, suv, yoqilgi moylash materiallari, ishchi kuchini iqtisod qilish maqsadida Jamiyat sexlari quvvatidan to'laroq foydalanib 2-dekadada rejani bajarib 3-dekadada ishchilarga javob berilib, sexlar to'xtatilmoqda. Asosan shuning xisobiga elektr energiyasi gaz va suv sarfini belgilangan me'yordan oshmayotganligini quyidagi 3-4-chi jadvallar ma'lumotlari ham tasdiqlab turibdi. Bu jadvalda, 2020-yilda, 2021-yilda xaqiqatda sarflangan elektr energiyasi, gaz va

yoqilgi moylash materiallari va 2022 yilda zavodlar bo'yicha kerak bo'ladigan elektr energiya miqdori va 2022 yilda sarflanishi kutilayotgan yoqilgi-moylash materiallari xajmi ko'rsatib o'tilgan. Aksiyadorlik jamiyat uzunligi 1,5 km dan ziyod bo'lgan kanalizasiya tarmog'iga ega. Kanalizasiya orqali yig'ilgan oqova suvlar T>H>U.ga tushadi. Bu yerdan oqova suvlar suv tozalash inshootiga nasoslar orqali yuboriladi. 2013-yildan boshlab, raqobatchi "MAN" avtomobil zavodidan savdo hajmi bo'yicha 30% samaradorlikka erishishga muvaffaq bo'ldi.

### 2020-2022 yillarda asosiy ishlab chiqarish zavodidagi xarajat qilingan elektr energiyasi sarfi

№	Sexlar nomi	O'lcho v birligi	2020-yil		2021-yil		2022-yil	
			Jami sarfi	1-tonna uchun	Jami sarfi	1-tonna uchun	Jami sarfi	1-tonna uchun
1	Butlash	Kvt	715370 5	114	7219335	120	730250 0	130
2	Avtomobilsozlik	Kvt	102513 7	28	1034542	35	109125 0	39
3	Shina montaj	kvt	167005	27	168538	30	318000	35

Bu jadvaldan ko'rinib turibdiki, yillar davomida korxonaning elektr energiya sarf xarajatlari ortib bormoqda.

### 2020-2021 yillarda xarajat qilingan yoqilg'i-moylash materiallari va 2022 yil uchun reja to'g'risida ma'lumot

№	Yoqilg'i-moylash materiallari turi	O'lchov birligi	2020-yil	2021-yil	Farqi (+.-)	2022-yil reja
1	Siqilgan gaz	m3	25860	28446	2586	25600
2	Suyiltirilgan gaz	Litr	12950	14245	1295	11500
3	Dizel topliva	Litr	6500	7150	650	8000
4	Dizel maslo 10V	Kg	600	660	60	2500
5	Benzin	Litr	0	0	0	0
6	Ind M 20A	Litr	0	0	0	300

"SAM AUTO" AJ korxonasi donlarni qabul qilib undan oily, avtobus va og'ir yuki avtomobillarini ishlab chiqaradi. Korxonada tomonidan undan tashqari avtomobillar ehtiyot qismlari va qo'shimch uskunalar ham ishlab chiqarilish yo'lga qo'yilgan. Korxonada sal kam 50 yil faoliyat yuritib kelib, ancha ishlarni amalga oshirgan. Korxonada ishchilar soni muntazam tarzda oshirilib boriladi. Zero, xalqimizni ish bilan ta'minlash vazifasi ham turibdi.

Xulosa qilib aytganda, har bitta sanoat korxonasi o'zining marketing strategiyasini puxta va ilmiy asoslangan holatda ishlab chiqsa, o'sha korxonaning kelajakdagi faoliyati ham juda yaxshi bo'lib boraveradi.

Bozor munosabatlari asoslangan iqtisodiyotda bozorni xush ko'radi. Bozor esa boshqarishni taqozo qiladi. Buning uchun bir qancha bozor mexanizmlari bilan birgalikda marketingning ham amal qilishi zarurdir. Chunki bozor konsepsiyasini ishlab chiqish, uni rivojlantirishni rejalashtirish, boshqarish, nazorat va tahlil qilish uchun marketing tadqiqotlarini amalga oshirishni taqozo qiladi. Marketing tadqiqotlari esa, o'z navbatida ushbu jarayonlarni statistik tahlil qilish orqali ham amalga oshiriladi.

Biznesda muvaffaqiyatga erishish uchun mijoz haqida – uning ehtiyojlari, muammolari, tasavvurlari va xarid haqida qaror qabul qilish jarayoni xususiyatlari haqida o'z vaqtida va to'liq axborot olish juda muhim. Marketing boshqaruvining asosiy vazifasi – strategik rejalashtirishning barcha pog'onalarida mijozni va uning muammolarini tushunishni qo'llash va shu tariqa, mijoz bo'yicha «ekspert»ga aylanish hisoblanadi.

#### Adabiyotlar:

1. Gary Armstrong. Philip Kotler. Michael Marker. Marketing in introduction. England, 2016, paperback: 720 pages, Pearson.
2. Philip Kotler. Kavin Lane Ketler. Marketing Management. Pearson Education, Inc. publishing as Prestige Hall, USA, 2012y.
3. Kotler F., Armstrong G., Vong V., Sonders Dj. Основы маркетинга, 5-е европейское изд. Учебник. – М.: ООО "И.Д.Вильямс, 2013. – 752 с.
4. Soliev A., Vuzrukxonov S., Marketing, bozorshunoslik. Darslik. – T.: Iqtisod-Moliya, 2010. – 424 b.
5. Ergashxodjaeva SH.J., Qosimova M.S., YUsupov M.A. Marketing. Darslik. – T.: TDIU, 2011. – 202 b.
6. Musaeva Sh.A. Marketing tadqiqotlari. Darslik "STAR-SEL" MChJ nashriyot va ijodiy bo'limi. Samarqand-2023
7. Musaeva Sh.A. Integrallashtirilgan marketing kommunikatsiyasi O'quv qo'llanma "Mahorat" nashriyoti, Samarqand – 2022

Copyright: © 2024 by the authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-4.0 International License (CC - BY 4.0)

