

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

TOSHKENT ARHITEKTURA – QURILISH INSTITUTI

O.U.Karimova, N.M.Mamatkulova

**MENEJMENT VA MARKETING
FANLARIDAN
AMALIY MASHG‘ULOTLAR
UCHUN USLUBIY QO‘LLANMA**

TOSHKENT – 2012

Ushbu uslubiy qo‘llanma “Menejment va marketing” fanlarini talabalar tomonidan chuqurroq o‘rganishlari uchun amaliyot ishlari sifatida tuzilgan.

Uslubiy qo‘llanma “Menejment” kafedrası k.o‘q.Karimova O.U. va k.o‘q.Mamatkulova N.M. tomonidan tayyorlangan.

KIRISH

Hozirgi paytda boshqaruvni iqtisodiy usullari rivojlanayotgan sharoitda xar toifadagi boshqaruvchi shaxs bozor sharoitida qo'llanadigan menejment va marketing sohasini yaxshi bilishi zarur.

Tavsiya qilinayotgan qo'llanmani asosiy maqsadi, yuqorida ko'rsatilgan fanni nazariy tomonini o'rgangan ilmini chuqurroq anglash va amalda qo'llashni o'rganishi uchun mo'ljallangan.

Qo'llanmada menejment va marketing sohasida misollar keltirilgan. Hisob olib borish kerak bo'lgan misollarda echish algoritmi berilgan.

Eslatib o'tamiz, ba'zi bir keltirilgan narxlar yoki qo'llangan me'yorlar vaqt o'tishi bilan o'zgarishi mumkin, shuning uchun unga ahamiyat bermang, o'zgargan sonni almashtirish mumkin. Muhimi, hisoblash usulini chuqur anglab olib, olingan sonlar asosida qabul qilingan qarorlar qanday natija berishini bashoratini oldindan bilish shundagina optimal yo'l bilan boshqarishga imkoniyat yaratiladi.

MENEJMENT

Ushbu nazorat topshirig'ini bajarish jarayonida, avvalo keltirilgan adabiyotdagi nazariy mavzularni o'rganib chiqish kerak. Nazariy asosni kafedra negizida tayyorlangan materiallardan ham foydalanish mumkin. Undan so'ng 1-5 savollarga har bir nazorat ishini bajaruvchi yozma ravishda javob yozadi, keyinga masalalar tegishli tur asosida yechiladi. Bu toifadagi masalalarga misol ravishda algoritm beriladi.

1. Muntazam va vazifalar boshqaruv sistemalari orasidagi farqni ta'riflab bering. Ularda yuritiladigan informatsiya nima bilan farq qiladi va qanday nazorat olib boriladi.

Iyerarxiya va tekis bo'ysunish orasidagi farqni izoxlang.

2. Yunus-obod tumanini 13 mavzesida 48 xonalik uy bitkazib topshirildi. Uy setevoy grafik asosida qurilgan. Binoni bitkazib iste'molchilarga topshirguncha tashkilotni menejeri quyidagi harakatlarni boshqaruv jarayonida amalga oshirdi. Yaxshi xizmat qilgani uchun 4 ishchiga faxriy yorliq topshirdi. O'z vaqtida ishga kelmagani uchun 1 xizmatchini ishdan bo'shatdi va 2 ishchiga hayfsan e'lon qildi. Uyni tannarxini pasaytirish uchun berilgan takliflarga 3 mukofot topshirdi. Sementni narxini ko'tarilishini oldindan bilib, uni g'amlab qo'ydi. Yangi betonmeshalka sotib olib, beton tayyorlash normativini qo'lda qoriladigan katta hajmli normativdan mexanizmida qorish kichik normativga tushirdi. Ta'minlovchi bo'limga og'zaki o'z vaqtida materialni kelishidan ishchilarni unumdor ishlashlari bog'liqligini uqtirdi. Kasallikni oldini olish uchun qaynagan suv uchun bak o'rnatib berdi.

Savol: Uy bitkuncha menejer qaysi boshqaruv usulini necha marta qo'lladi? Har bir usulga izoh bering.

3. Toshkent shahri Sirg'ali tumanida 980 tashkilot mavjud. Ularni ichida qancha rasmiy va norasmiy tashkilotlar bo'lishi mumkinligini hisoblab bering. Necha menejer, biznesmen va ishbilarmonlar mavjud bo'la oladi?

№	Tashkilotlar nomi	Soni
1.	Savdo nuqtalari	720
2.	Kasaba uyushmalari	14
3.	Harbiy	9
4.	Fermerlar	7
5.	Fabrikalar	10
6.	Shaxsiy ustaxonalar	90
7.	Bolalar dam olish maskani	10
8.	Bog'chalar	50
9.	Maktablar	70

JAMI:	980
-------	-----

4.Xaridorlar bilan yangi shartnoma tuzish uchun uchrashuv tashkil qilish kerak. Uchrashuv choy ustida 6 odamga mo'ljallangan bo'lishi mo'ljallangan. Uning uchun 1,2 ming so'm xarid qilish smetada ko'zda tutilgan. Hisobchi yosh mutaxassis qaysi manbadan bu pulni olishni bilmaydi, ammo harakat qonun asosida bo'lishi shart.

Savol: Menejerni harakat qanday bo'lishi kerak? Bu harakatni asoslab bering.

5.Moliyaviy hisobotni menejerga imzolash uchun uzatishdi. Boshqa sonlar orasida kelasi oyda yuboriladigan mahsulot uchun ham olinadigan foyda ko'rsatilgan.

Savol: Bunday hisobotni imzo bilan tasdiqlash kerakmi yoki yo'qmi? Javobingizni asoslang.

6.Keltirilgan tashkilotlarni xizmat doirasi va boshqaruv vazifalarini keltiring va izohlang, vertikal va gorizontal boshqaruv tuzumini ko'rsating.

Tur	Tashkilot nomi	Tur	Tashkilot nomi
1.	Qurilish materiallari kar'eri	11.	Qurilish materiallari ilmiy-tekshiruv instituti (NII stroymaterialov)
2.	Qurilish materiallari kombinati (KSM)	12.	Loyihalash instituti
3.	Sement zavodi	13.	Hajmli bloklar uy-joy qurish zavodi (OBD)
4.	Temirbeton zavodi (JBI)	14.	Qurilish-sanoat banki
5.	Uy-joy qurish kombinati (DSK)	15.	Umumqurilish tresti
6.	Ishlab chiqish va texnologik ta'mirlash kombinati (UPTK)	16.	Qurilish mexanizatsiya tresti
7.	G'isht zavodi	17.	Avtomobil-transport tashkiloti (ATP)
8.	Ko'chma mexanizatsiyalashtirilgan kolonna (PMK)	18.	Qurilish bosh boshqarmasi
9.	Ixtisoslashtirilgan ko'chma mezanizatsiya kolonnasi (SPMK)	19.	Qurilish va ta'mirlash boshqarmasi (RSU)
10.	Qurilish-montaj boshqarmasi (SMU)	20.	Pardozlash boshqarmasi

1. Masalan qo'yilishi: Ish vaqtidan qanchalik samarali foydalanilganligini hisobini bajaring, agarda quyidagilar sizga ma'lum bo'lsa (qurilish tresti miq'yosida)
(odam-kun)

№	Qo'rsat kichlar	Turlar																				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	1-smenada	5200	1300	2400	3200	2100	2700	1300	3300	700	1350	1210	4200	2700	3280	2620	1430	3027	4130	1830	1480	1630
2	2-smenada	5000	3100	1300	1200	800	1100	600	1050	350	648	530	1300	900	120	1210	420	820	107	140	320	485
3	3-smenada	2500	1700	700	-	300	-	200	170	110	-	-	250	-	-	-	30	58	-	37	25	17

MASALA ALGORITMI

Ish yuritish 3 smenada tashkil qilingani uchun umuman 1 sutkada qancha ish kuni ishlanganini aniqlaymiz:

$$5200+5000+2500=12700 \text{ odam-kun}$$

Smena koeffitsienti hamma smenada ishlangan vaqtga bo'lib topiladi:

$$K_{sm} = 12700/5200=2,44.$$

Smenada ishlangan tartib koeffitsienti quyidagicha hisoblanadi, agarda 3 smena ish yuritilgan bo'lsa:

$$(2,44/3)*100=81,3 \%$$

Endi har smenada qanchalik samarasiz, bekor o'tganini aniqlaymiz:

$$100-81,3=18,7\%$$

Har smenada 18,7% ish vaqti samarasiz o'tgan.

2. Masalani qo'yilishi: Turli ishlarni olib boruvchi kompleks brigadani rejani qanday bajarganligini hisoblang. Hisob asosiga quyidagi ma'lumotlarni oling.

№	Bajarilgan ishlar	O'lchov	Turlar								
			0			1			2		
			Amaldagi narx, ming so'm	Hajmi		Amaldagi narx, ming so'm	Hajmi		Amaldagi narx, ming so'm	Hajmi	
				Reja bo'yicha	Amalda		Reja bo'yicha	Amalda		Reja bo'yicha	Amalda
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Antiseptik to'sinlarni o'rnatish kesimi 80x50 mm	m ³	22	20	23	24	11	10	25	31	33
2	Pol taxtalarni o'rnatish kengligini 118 mm, qalinligini 30 mm	m ²	32	64	64	45	90	87	35	31	32
3	Plintuslarni o'rnatish kengligi 54mm, qalinligi 16 mm	pog. m	34	95	100	31	90	91	35	104	107
4	Qurilish qoldiqlarini shahar axlatxonasiga tashish	T/k m	0,6	42	45	0,9	120	120	1,0	60	62
5	Quvurlarni yig'ish, Ø 20 mm	km	80	2,5	3	81	1,3	80	80	3	4

№	Turlar											
	3			4			5			6		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	21	20	22	25	20	24	19	18	21	22	21	24
2	30	61	63	37	60	60	29	61	61	31	62	61
3	32	93	101	31	95	91	31	89	89	32	81	83
4	1,0	40	41	1,0	41	42	0,9	40	42	1,0	41	44
5	78	2,7	2,5	81	2,9	3,0	80	1,7	2,0	80	1,5	1,2
1	24	22	23	19	18	20	21	19	20	20	17	18
2	36	67	65	34	39	62	30	45	44	31	61	60
3	37	101	104	31	90	85	32	40	44	32	93	90
4	1,1	43	45	1,0	39	40	0,5	20	22	0,5	40	41
5	82	3,0	3,5	80	3,0	3,0	78	3,0	3,5	80	2,0	2,5
1	21	19	20	22	35	36	22	24	26	20	12	12
2	30	61	55	31	65	52	32	64	63	35	90	91
3	32	91	34	33	92	91	33	95	100	31	30	31
4	0,7	40	41	0,6	40	38	0,5	35	35	0,7	40	42
5	81	3,0	3,0	78	2,5	2,7	80	2,5	3	81	1,3	2,0

№	Turlar														
	7			8			9			10			11		
	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
1	21	20	21	20	19	20	23	20	24	22	20	23	20	22	21
2	30	64	65	31	40	40	33	32	31	32	60	61	31	60	58
3	33	90	89	34	85	89	33	90	90	34	90	89	33	90	92
4	0,8	40	40	0,5	35	35	0,7	35	35	0,5	40	35	0,6	45	40
5	79	2,0	2,0	81	2,5	2,5	78	3,0	3,0	80	2,5	2,0	79	3,0	2,5
1	22	24	24	21	22	22	21	22	22	20	23	23	23	22	24
2	32	60	65	32	65	61	30	62	60	31	65	65	33	60	60
3	34	90	85	33	90	90	34	98	98	34	33	20	34	90	90
4	0,5	40	40	0,6	35	35	0,5	38	35	0,6	45	35	0,7	40	35
5	78	2,0	2,0	81	2,5	2,5	79	3,0	3,0	78	3,0	3,0	80	2,0	2,5
1	22	31	30	21	20	24	20	23	20	22	24	24	20	21	24
2	32	34	35	31	62	60	31	64	61	34	35	35	31	65	60
3	34	90	90	33	93	95	34	93	90	33	92	90	33	90	90
4	0,5	40	35	0,6	35	35	0,5	45	40	0,6	40	42	0,5	35	35
5	78	2,0	2,0	80	2,0	2,0	79	3,0	3,0	81	2,0	2,0	79	2,5	2,0
1	22	30	25	21	23	24	21	25	25	20	25	20	22	25	23
2	32	63	64	31	64	60	30	68	65	32	34	35	33	62	60
3	33	95	95	34	85	90	33	98	98	33	95	95	34	98	95
4	0,6	45	40	0,5	32	32	0,6	40	35	0,5	45	45	0,6	35	35
5	78	3,0	3,0	80	3,0	3,0	79	3,0	3,0	78	3,5	3,0	80	3,0	3,0

№	Turlar														
	12			13			14			15			16		
	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54
1	21	22	22	20	24	23	22	24	22	24	27	25	20	24	24
2	30	60	65	30	70	65	31	65	60	34	62	60	31	61	61
3	32	90	90	33	92	95	33	95	95	33	94	95	34	92	95
4	0,6	40	40	0,7	43	40	0,5	46	45	0,6	35	40	0,7	40	35
5	79	3,0	3,0	81	2,0	2,0	78	3,5	3,0	80	2,5	2,5	81	2,0	2,0
1	22	19	20	21	22	23	20	22	22	21	24	23	21	24	22
2	33	62	63	32	61	60	31	63	60	32	60	60	33	63	64
3	34	85	90	34	98	95	32	92	92	34	97	95	33	95	95
4	0,7	45	40	0,6	35	40	0,7	35	40	0,9	32	40	0,6	40	40
5	81	2,0	1,5	80	3,0	3,0	79	2,5	2,5	81	2,0	2,0	80	2,5	2,5
1	21	23	23	22	20	22	20	26	25	22	24	24	22	25	25
2	32	65	60	32	61	60	34	69	65	33	65	65	33	64	64
3	33	95	98	34	90	95	33	91	90	34	96	95	32	90	92
4	0,7	35	35	0,5	45	40	0,7	40	40	0,6	40	40	0,9	35	35
5	80	2,5	2,5	79	2,5	2,5	80	3,0	3,0	81	2,0	2,0	80	2,0	2,0
1	22	27	22	21	23	22	20	24	24	21	25	24	21	23	23
2	33	60	64	34	64	63	32	61	61	32	64	65	34	64	64
3	34	92	92	32	92	90	32	95	95	33	91	90	33	94	95
4	0,6	45	45	0,7	35	40	0,9	35	35	0,7	35	40	0,9	35	40
5	78	3,0	3,0	80	2,0	2,5	81	2,0	2,0	80	2,5	2,5	81	2,0	2,0

№	Turlar											
	17			18			19			20		
	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66
1	23	20	19	21	20	21	23	20	21	23	20	20
2	34	61	65	31	30	35	34	62	62	32	61	60
3	32	93	95	34	95	95	32	98	95	34	93	90
4	0,7	40	30	0,9	41	35	0,6	39	40	0,9	40	35
5	79	2,1	2,1	80	2,5	2,0	82	3,0	4,0	78	2,0	2,5
1	19	22	23	22	18	19	20	21	20	21	22	22
2	34	67	67	34	40	40	34	35	35	33	67	65
3	32	95	95	33	95	95	34	32	90	31	95	90
4	1,0	45	40	0,6	40	40	0,9	42	40	0,6	40	40
5	79	3,0	3,0	81	2,5	1,5	78	2,0	2,0	80	2,5	2,5
1	22	19	20	21	20	20	22	30	31	22	19	20
2	31	35	35	30	59	59	31	38	35	31	31	30
3	33	40	35	32	96	96	33	90	90	32	35	34
4	0,5	39	40	0,7	45	45	0,9	35	40	0,6	40	40
5	80	2,0	2,0	78	2,5	2,5	80	2,0	3,0	81	3,0	3,0

Algoritm

Masalani echish misoli “0” tur sonlariga asoslangan.

Rb – topshiriqni bajarilishi tartibi

$$Rb = \frac{22*23+64*32+34*100+0,6*100+80*3}{22*30+32*64+95*34+42*0,6+80*2,5} = \frac{59830}{5763,2} = 100 = \text{-----} * 100 = 103,8\%$$

MARKETING

1. Marketing bo'limi mahsulotga narx qo'yishdan oldin o'z xaridorlari orasida qaysi toifasi to'lov imkoniyatiga ega. Valyua kursi o'zgargani ularga qanday ta'sir qilishini bilishi kerak. Shu maqsadda quyidagi masalani echamiz. Agarda valyutani sotib olish kursi so'mga nisbatan ko'tarilsa kimga yaxshi, kimga yomon va nega?

- Davlat uchun
- Byudjet tashkiloti
- Kommertsiya tashkiloti
- Fuqarolar uchun

Masalan, 1 dollar 1100 so'mga ko'tarildi.

Yoki valyutani sotib olish kursi so'mga nisbatan pasaysa, kimga yaxshi, kimga yomon va nega?

- Davlat uchun
- Byudjet tashkiloti
- Kommertsiya tashkiloti
- Fuqarolar uchun

Masalan, 1 dollar 1000 so'mga tushdi.

2. Kelishilgan shartnomaga ko'ra Ohangaron sement zavodi Nukus shahriga 1 vagon (60 t) sement yubordi. Agarda xaridorga sement o'z vaqtida yetkazilsa, qo'shimcha 20 ming so'm to'laydi. Bordiyu kechikib borsa, nafaqat qo'shimcha to'lov bo'lmaydi, balki har bir sutka kechikib mahsulotni olgani uchun 2 ming so'mdan zavod jarima to'lashi kerak.

Savol: Hisobotga qaysi variantni kiritish kerak? Nega?

3. Qurilish materiallari do'konida sement (M200) sotilayotgan ekan. Bahosi 1 t 40ming so'm. Bir xaridor 2 t sementni 80 ming so'mga sotib olibdi. Kechki payt inkassator savdodan tushgan pulni olib bankka topshirgan, bank qonundagi me'yor bo'yicha soliq olib qolgan va soliq inspeksiyasi hisobiga o'tkazgan.

Xaridor sementni ishlatib, namunasi laboratoriyaga olib borib tekshirtirsa, uning markasi 200 emas ancha past, chunki uzoq vaqt ochiq havodagi omborda saqlangan bo'lgan. Xaridor o'z huquqidan foydalanib olgan sementini do'konga faytib olib kelib topshiribdi.

Savol: Hisobotga kirib ketgan 80 ming so'm va undan olingan soliqni qanday qaytib olish mumkin? Izohlang.

4. Qurilishda kompleks brigadasi savdo, kommunal va maishiy xizmat inshootlarini bunyod etishga ixtisoslashgan. G'ishtni mashinaga ortish, tushirish ishlari qo'lda bajarilib ko'p ish vaqtini olardi va g'ishtni sifatini buzardi. buni oldini olish uchun brigada xar biri 200 g'ishtga mo'ljallangan taglik sotib oldi.

Savol: Qo'l ishi kamaytirilib, g'ishtni sifatini saqlab qolish natijasida olinadigan foyda bu effektmi yoki effektivlikmi? Javobingizni izohlang.

5. Temirbeton zavodi o'zini bo'sh turgan armatura ustaxonasini 1 yilga ijaraga berdi. Avtoremont kooperativ tashkiloti 1 oyga 6 ming so'mdan 1 yilga 72 ming so'mni birinchi oydayoq to'lab qo'ydi.

Savol: Temirbeton zavodi shu pulni o'z moliyaviy hisobotida ko'rsatishi kerakmi yo'qmi? Javobingizni asoslab bering.

6. Keltirilgan tashkilotda marketing bo'limi qanday vazifalarni bajarishi kerak?

Keltirilgan vazifalarga izoh bering va ularni bozorini sektorlarga bo'ling.

<i>Tur</i>	<i>Tashkilot nomi</i>	<i>Tur</i>	<i>Tashkilot nomi</i>
1.	Qurilish materiallari kareri	11.	Qurilish materiallari ilmiy-tekshiruv instituti (NII stroymaterialov)
2.	Qurilish materiallari kombinati (KSM)	12.	Loyihalash instituti
3.	Sement zavodi	13.	Hajmli bloklar uy-joy qurish zavodi (OBD)
4.	Temirbeton zavodi (JBI)	14.	Qurilish-sanoat banki
5.	Uy-joy qurish kombinati (DSK)	15.	Umumqurilish tresti
6.	Ishlab chiqish va texnologik ta'mirlash kombinati (UPTK)	16.	Qurilish mexanizatsiya tresti
7.	G'isht zavodi	17.	Avtomobil-transport tashkiloti (ATP)
8.	Ko'chma mexanizatsiyalashtirilgan kolonna (PMK)	18.	Qurilish bosh boshqarmasi
9.	Ixtisoslashtirilgan ko'chma mezanizatsiya kolonnasi (SPMK)	19.	Qurilish va ta'mirlash boshqarmasi (RSU)
10.	Qurilish-montaj boshqarmasi (SMU)	20.	Pardozlash boshqarmasi

1-masala

A markasining qamrov darajasi 30%ga, eksklyuzivlik darajasi esa 60%ga etdi. Bu marka xaridorlari A markasi bilan raqobatlashuvchi xaridorlarga o'xshash o'rtacha shuncha tovar sonini iste'mol qiladi. Agar eksklyuzivlik darajasi 50 % ga tushadigan bo'lsa, u holda bozor ulushi qanday bo'ladi?

2-masala

Korxonada bozorga yangi kosmetika mahsulotini chiqarishni mo'ljalladi. O'zgaruvchan xarajatlar bitta mahsulotga 30 ming so'mni, shu davr uchun doimiy xarajatlar esa 120 mln. so'mni tashqil etdi. Bozorni tadqiq qilish natijalari shunga olib keldiki, bir birlik mahsulot 60 ming so'm narxda sotiladi. SHular asosida:

- a) sotish hajmi qanday bo'lganda optimal foydaga erishiladi?
- b) sotish hajmi 6000 dona qanday bo'lganda foyda qanday o'sadi?
- v) marketing bo'limi qo'shimcha choralarni o'tkazishni taklif etdi, ya'ni byudjetga (moliyalashtirishga) 30 mln. so'm talab qiladi. Minimal foydani ta'minlash uchun 60 000 donaga qarshi sotish xajmini qanchaga oshirish zarur?

3-masala

Bozorda mahsulotni umumiy aylanma 14 mlrd. so'mni tashqil etdi. Korxonada aylanmasi umumiy aylanmada -5 mlrd. so'mga teng. Bozorni tadqiq qilish natijalari shuni ko'rsatdiki, ushbu bozorda potentsial xaridorlarning qiziqishi bo'lsa, aylanmani 20 mlrd. so'mga ko'tarish mumkin.

Savollar:

- a) Bozorda ushbu korxonaning ulushi qanday?
- b) Korxonaning sotish potentsiali, bozor potentsiali, bozor sig'imi, hajmi qanday?
- v) qanday bozor potentsiali foydalanib bo'lingan?

4-masala

Savdo firmasi bir birlik tovarni 205 pul. birlik. Narxi bo'yicha xarid qiladi va ushbu tovarni 700 tasini xar xafta 255 pul. birlik. Narxi bo'yicha sotadi. Marketing bo'limi tadqiqotlar natijasi bo'yicha narxni 8 % ga oshirishni tavsiya qiladi. Talabni elastikligi 0,9 ga teng.

Ilgarigi darajada o'zini yalpi foydasini saqlab qolish uchun firma qancha birlik tovarni sotish kerakligini hisoblang. Narxni o'zgarishidan keyin firma talab holatini hisobga olgan holda qanday foyda olish mumkin?

5-masala

Korxonani imkoniyatlari haqida va xolatni ekspert baholash extimoliga asoslanib, quyidagi jadvalda keltirilgan ma'lumotlar asosida ma'qul bo'lgan konkursli narx variantini tanlang.

Konkursli narhni hisoblash uchun holatni extimoliy baholash.

No	Taklif qilayotgan narx / pul bir	Xarajatlar / pul bir	Savdo korxonasini yutib chiqish ehtimoli
1.	44,2	33,9	0,3
2.	47,4	33	0,25
3.	49,3	32,9	0,2
4.	51,8	32,4	0,15

6-masala

Firma to'g'risida quyidagi ma'lumotlar ma'lum:

- investitsiyalangan kapital: 4 680 000 ming pul birl.;
- kutilayotgan rentabellik: 5 %;
- 1 dona uchun uzgaruvchan xarajatlar: 978 pul birl.;
- doimiy xarajatlar: 1560 ming pul birl.;
- sotish bashorati: pessimistik-78 ming dona;
optimistik-156 ming dona.

Yuqorida keltirilgan ma'lumotlar asosida narxni hisoblang:

- a) oxirgi;
- b) zararsizlik;
- v) maqsadli.

Har bir narx varianti bo'yicha korxonada faoliyati natijalarini aniklang.

7-masala

Savdo firmasi 250 so'mdan tovar xarid qilayapti va o'rtacha 300 dona ushbu tovarni 300 so'mdan sotadi. Agar firma bir haftaga narxni 10 %ga tushirishga kelishgan bo'lsa, o'zini yalpi foydasini saqlab qolishi uchun qancha mikkorda mahsulot sotish kerak?

8-masala

Yuqori narx elastikligini tavsiflovchi talab bilan firma tovar sotayapti, sotish xajmi yiliga 30 000 ta mahsulotni tashqil qiladi.

Narx tuzilishi bunday:

- Bitta mahsulot uchun sof xarajatlar -9,9 ming so'm;
- Bitta mahsulot uchun doimiy xarajatlar -3,3 ming so'm;
- Jami -13,20 ming so'm;
- Sotish narxi -6,60 ming so'm

Firma o'z oldiga sotish xajmini 3000 taga o'stirishni masala qilib qo'ydi va bu maqsadlar uchun yiliga 39 mln. So'm reklama byudjetini ajratdi.

Foyda o'zgarmay qolganda narxni minimal olishi qanday bo'ladi?

9-masala

A va B-bular firmani ikkita bo'limidir. A bo'limi «A» markali tovarni quyidagi iktisodiy tavsifnomalar bilan ishlab chiqaradi:

- tugri moddiy xarajatlar-6 ming so'm
- ish xaki - 4 ming so'm
- doimiy xarajatlar -2 ming so'm
- jami -12 ming so'm

«A» markali tovari sof raqobat sharoitida sotilayapti: bozor narxi 16 ming so'mga teng. Bundan tashqari bu mahsulot B bo'limda sotilayapti. Bozorda sotish xarajatlari bitta mahsulotga 2 ming so'm razmerini talab etadi. «A» markali mahsulotga umumiy talab juda yuqori bo'lgan sharoitda va A bo'limining ishlab chiqarish kuvvati to'liq yuklangani xolda, A bo'limi «A» markali mahsulotini qanday narx bo'yicha B bo'limiga sotish kerak?

1- masala. Distrib'yuterga qo'shimcha qiymat solig'isiz 120 ming so'm narx bo'yicha tovar sotilayapti qo'shimcha qiymat solig'i bu tovar uchun 20,5 % tashqil etadi, qo'shimcha qiymat solig'isiz distribbyuterlarni narxga munosabati bo'yicha ustamasi 30 % ga teng. Ushbu tovarga chakana narx qanday bo'ladi.

2- masala. Firma distrib'yuterlarga 5 % rag'batlantiruvchi chegirtma beradi, buyurtmani katta xajmi bilan bog'lik xolda 7 % chegirtmani olib bo'ladi. Tarif narxi 4 ming so'mga teng. 7 % chegirtma uchun, so'ngra esa 5 % chegirtma uchun sotish narxini hisoblang.

10-masala

Quyidagi jadvalda tennis o'yini chiptasining narxi va talab miqdori berilgan. Talabning narx bo'yicha elastikligini toping va jadvalni to'ldiring.

Jadval

Bir dona chiptaning so'mlardagi narxi	Talab miqdori, xar bir o'yinga ming hisobida	Talabning narx bo'yicha elastikligi
225	10	
200	20	
150	40	
125	50	
100	60	

11-masala

Quyidagi jadvalda oilaning 2 yillik xarajati to'g'risida ma'lumot berilgan (A, B, V, G, tovarlar narxi o'zgarmaydi).

Jadvalni to'ldiring

Jadval.

Sotib olinadigan tovarlar	Xarajatlar (dollar)		Oilaning byudjetdagi ulushi (%)		Talabning foycha bo'yicha elastikligi	Tovar turlari
	1-yil	2-yil	1-yil	2-yil		
A tovar	30	50				
B tovar	30	70				
V tovar	25	20				
G tovar	15	60				
jami:	100 \$	200 \$	100 \$	100 \$		

12-masala

Aholi jon boshiga yillik daromad 6000 soʻmdan toʻgʻri keldi va 6400 soʻmga oʻsdi, gazlamalar sotilishi esa 280 soʻmdan 300 soʻmgacha koʻtarildi. Bunda talabning qayishqoqlik koeffitsientini toping. Qayishqoqlik koeffitsientini talabning oʻsishiga bogʻlikligi sifatida ham hisoblang.

13-masala

Marketing izlanishi natijasida bozor sigʻimi 175 mln. Dona mahsulot bilan bozordagi firma ulushini 10 % dan 12 % ga oʻsishi moʻljallanmoqda. Agar 1 ta mahsulot uchun foyda 98 soʻmni tashiqil etib, bozor sigʻimi esa oʻzgarmagan xolda kelgusi yildagi firmani qoʻshimcha foydasini hisoblang.

14-masala

Quyidagi jadvalda avtomobilning tavsifi berilgan.
(ballardagi baholar)

Avtomobil tavsifi	Avtomobil modeli			
	I	II	III	IV
Benzin sarfi	8	10	7	5
Tashqi bezalishi	10	9	5	4
Boshkarishning kulayligi	9	10	6	5

Boʻlajak xaridor uchun tashqi bezaklar qulaylikka nisbatan 3 marta muhimroq va benzin sarflashga nisbatan 2 marta muhim. Kutilmagan ahamiyatligi boʻyicha baholash tartibidan foydalangan xolda toʻrtta modeldan qaysi birini xaridor tanlab olishini aniqlang.

15-masala

Aholining yillik soni 1100 kishini tashkil etib aholi jon boshiga 36 kg ni tashkil etadi. 26 tn qandolat mahsulotlari tayyorlandi. 1 kg qandolat mahsulotini

tayyorlashga 670 gr. shakar ketadi. Ushbu ma'lumotlardan foydalanib bozor fondi va bozordan tashqari fondlarni aniqlang.

16-masala

Korxonani tovar oboroti rejasi (normativi) 76 mln. so'mni tashqil etadi. Tovar oborot 4%ga oshirib bajarilgan. Aholining xarid quvvatini tovar oboroti bilan qoplash darjasi 96% ga teng. Aholining xarid fondi balansning xarajat qismini 82% ni tashqil qiladi.

Aholining pul daromadi summasini toping.

17-masala

Ushbu ma'lumotlarga asoslanib, yangi qurilishga bo'lgan ehtiyojni toping.

a) umumiy ehtiyoj 3640 kv. m.

b) yil boshidagi mavjud maydon 3290 kv. m.

v) yil davomida buziladigan maydon 142 kv. m.

g) qayta qurish hisobiga qo'shiladigan maydon 47 kv. m. ni tashkil etadi. Zarur maydonni toping.

18-masala

A kontsernining 2 korxonasi 1 oy davomida 800 ulch.birl. mahsulot ishlab chiqaradi. Raqobatchi B kontsernining xuddi shunday 2 korxonasida 1 oy davomida 140 o'lch. birl. miq'dorida ko'proq mahsulot ishlab chiqaradi.

B kontsernning 2 korxonasi A kontsernning tegishli korxonalariga nisbatan 30% va 10% ko'proq ishlab chiqarish unumdorligiga ega. A va B kontsernlarining xar bitta korxonasi qanday miqdorda mahsulot etishtiradi ?

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI:

1. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi.-T.:O‘zbekiston, 2008y.
2. “Iste‘molchilar huquqini himoya qilish to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi qonuniga o‘zgartirishlar kiritish to‘g‘risidagi Qonuni. “Xalq so‘zi” gazetasi, 2008 yil 10 aprel
3. Karimov I.A. Inson manfaatlari ustuvorligini ta‘minlash – barcha islohot va o‘zgarishlarimizning bosh maqsadidir. Xalq so‘zi, 2008 yil ,9 fevral.
4. Karimov I.A. Erishilgan yutuqlarni mustahkamlab, yangi marralar sari izchil harakat qilishimiz lozim. Toshkent oqshomi, 2006 yil 13 fevral.
5. Глухов В.В. Менеджмент: Учебник. 3-е изд.- Спб.: Питер, 2008.- 608 с.
6. O.U.Karimova, N.M. Musayeva. «Menejment asoslari» fanidan o‘quv qo‘llanma TAQI, Toshkent, 2010 yil.
7. M.Sharifxo‘jaev «Menejment»Toshkent -2004 yil
8. Zaynutdinov SH.N. «Menejment asoslari», Toshkent 2004 yil
9. Кане М. М., Иванов Б. В., Корешков В. Н., Схиртладзе А. Г. Системы, методы и инструменты менеджмента качества: Учебное пособие. 2008. — 560 с.
10. Ильдеменов С.В., Ильдеменов А.С., Лобов С.В. Операционный менеджмент: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 337 с.
11. Григорьев, М.Н. Маркетинг: Учебное пособие для студентов вузов. – М.: Гардарики, 2006. - 366с.
12. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 496с.
13. Морозов В.Ю. Основы маркетинга: Учебное пособие. – 5-е изд., испр. И доп. – М.: Изд. «Дашков и К°», 2006. – 148с.
14. Qosimova M.S., Ergashxodjaeva Sh.J. Marketing. O‘quv qo‘llanma.–T.: TDIU, 2004. – 125 b.