

TO‘QIMACHILIK KLASTERLARIGA SINERGIYANING TA’SIRI VA UNING ELEMENTLARI

Tojiyev Sa’dulla Muhitdinovich

“O‘zbekiston paxta-to‘qimachilik klasterlari”
uyushmasi raisi vazifasini bajaruvchi
"Toshkent irrigatsiya va qishloq xo‘jaligini
mexanizatsiyalash muhandislari instituti"
milliy tadqiqot universiteti tadqiqotchisi

Annotatsiya

Klaster siyosati an’anaviy sanoat siyosatining zamonaviy ko‘rinishi bo‘lib, u innovatsion mahsulotlarni yaratish va tarqatishga qaratilgan korxonalar, mintaqalar va mamlakatning raqobatbardoshligini oshirish siyosatini ifodalaydi. Ushbu siyosat sanoatning klasterlash asosida fan-ta’lim va ishlab chiqarishning chuqur integratsiyasini ta’minlashga qaratilgan. Hududlarda shakllangan sanoat klasterlari hududiy iqtisodiy rivojlanishdagi farqlarni kamaytirishga va mutanosib rivojlanishni ta’minlashga imkon yaratadi.

Klaster faoliyatining iqtisodiy natijasi innovatsion faollikning o‘zaro ta’sirga kirishishi va yuqori samaraga erishishga yo‘naltirilgan. Klaster siyosatining asosiy maqsadi sanoatda sinergiya samarasini ta’minlashdir, biroq klasterlarning sinergiya samarasini aniqlashga oid ilmiy-metodologik asoslar hali to‘liq ishlab chiqilmagan.

Kalit so‘zlar: klaster siyosati, sanoat klasterlari, innovatsion faoliyat, sinergiya, iqtisodiy natijalar, hududiy rivojlanish, sanoat integratsiyasi, mutanosib rivojlanish, ilmiy-metodologik asoslar.

Аннотация

Кластерная политика является современным выражением традиционной промышленной политики, направленной на создание и распространение инновационных продуктов, а также на повышение конкурентоспособности предприятий, регионов и всей страны. В рамках кластеризации промышленности происходит глубокая интеграция науки, образования и производства.

Формирование промышленных кластеров в регионах способствует решению вопросов территориального экономического развития, сокращению различий в уровнях развития территорий и обеспечению сбалансированного роста.

Экономический результат деятельности кластера заключается в стремлении достичь более высоких результатов через взаимодействие инновационной активности субъектов. Основная цель реализации кластерной политики — обеспечение синергетического эффекта в промышленности, однако научно-методологическая база для оценки синергетического эффекта кластеров ещё не разработана.

Ключевые слова: кластерная политика, промышленные кластеры, инновационная активность, синергия, экономические результаты, территориальное развитие, интеграция промышленности, сбалансированное развитие, научно-методологическая база.

Abstract

Cluster policy is a modern form of traditional industrial policy aimed at creating and disseminating innovative products, as well as enhancing the competitiveness of enterprises, regions, and the entire country. The industrial clustering process involves the deep integration of science, education, and production.

Industrial clusters formed in regions contribute to addressing issues of territorial economic development, reducing disparities in development levels, and ensuring balanced growth.

The economic result of cluster activity is the pursuit of higher outcomes through the interaction of innovative activity among subjects. The main goal of implementing cluster policy is to ensure the synergy effect in industry; however, the scientific and methodological foundation for determining the synergy effect of clusters has not yet been fully developed.

Keywords: cluster policy, industrial clusters, innovative activity, synergy, economic results, territorial development, industrial integration, balanced development, scientific-methodological foundation.

KIRISH

Klaster siyosati an'anaviy sanoat siyosatining zamonaviy ko'rinishi bo'lib, innovatsion mahsulotlarni yaratish va tarqatishga qaratilgan korxonalar, mintaqalar va butun mamlakat raqobatbardoshligini oshirish siyosati hamda texnologiyasi hisoblanadi. Sanoatning klasterlash asosida fan-ta'lim va ishlab chiqarishning chuqur integratsiyasi yuzaga keladi.

Hududlarda shakllangan sanoat klasterlari hududiy iqtisodiy rivojlanishga yechim topishga imkon yaratib, hududiy rivojlanish darajasidagi farqlarni kamaytirishga va mutanosib rivojlanishni ta'minlashga xizmat qiladi.

Klaster faoliyatining iqtisodiy natijasi bir subyektning innovatsion faolligining boshqa subyektning innovatsion faolligiga kirib borishi natijasida yuqori samaraga intilishdan iborat.

Shunga ko'ra, klaster siyosatini amalga oshirishning asosiy maqsadi sanoatda sinergiya samarasini ta'minlashdir. Biroq klasterlarning sinergiya samarasini aniqlash bo'yicha hali yetarlicha ilmiy-metodologik asoslar ishlab chiqilmagan.

ADABIYOTLAR SHARHI

G. A. Krasnov, V. V. Vinogradov va A. A. Krasnovlarning fikricha, sinergiya ta'siri ham salbiy, ham ijobiy bo'lishi mumkin. Umumiy holda, "n" ta iqtisodiy tizimni bitta tizimga birlashtirish natijasida xarajatlarning subadditivligi tufayli ijobiy sinergiya samarasi yuzaga kelishi aniqlangan [1].

Klasterlarning samaradorligini aniqlashda ko'plab tadqiqotlarda mehnat unumdorligi, ixtisoslashuv, ta'lim sifati va tashqi iqtisodiy muhitga moslashuv kabi an'anaviy omillarni o'rganish markaziy o'ringa qo'yiladi [2].

Audretsch va Lehmann [3], Bell [4], Thomson va Fox-Kean [5] tadqiqotlarida klasterlarda innovatsiyalar yaratilishi, ilm-fan rivojlanishi va moliyalashtirish tizimlari asosiy omillar ekanligi qayd etiladi. Klasterda yaratilgan har bir innovatsiya uning

tarkibidagi alohida korxonalar uchun o‘ta ahamiyatli hisoblanadi va ularning klaster tarkibida faoliyat yuritishini rag‘batlantiradi [6].

METODOLOGIYA

Mazkur maqolada sanoat klasterlari va klaster siyosatining samaradorligini aniqlash uchun bir nechta metodologik yondashuvlar qo‘llaniladi. Asosiy e‘tibor klaster faoliyatining innovatsion faollikdagi sinergiya samarasini o‘rganishga qaratilgan.

Klasterlarning shakllanishi, uning tarkibidagi subyektlar o‘rtasidagi o‘zaro aloqalar va integratsiya jarayonlari o‘rganiladi. Ushbu bosqichda sanoat, fan, ta‘lim va ishlab chiqarishning qanday integratsiyalashganligi hamda klasterlar o‘rtasidagi resurslar almashinuvi tahlil qilinadi.

Hududiy sanoat klasterlarining ishlashini baholash uchun statistik tahlillar va empirik tadqiqotlar o‘tkaziladi. Ushbu tadqiqotlarda mintaqaviy iqtisodiyotning rivojlanish darajasi, klasterlar orqali yaratilgan ish o‘rinlari, innovatsion mahsulotlar soni va eksport salohiyatini tahlil qilish orqali sinergiya samarasi o‘lchovlari aniqlanadi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Sinergiya integratsiyalashgan iqtisodiy tizimlarning har biri boshqa iqtisodiy tizimda mavjud bo‘lgan resurslardan o‘ziga yetishmayotgan miqdorda foydalanish imkoniyatini qo‘lga kiritishi natijasida namoyon bo‘ladi.

Ilmiy adabiyotlarda sinerγιyaning turli ko‘rinishlari mavjud bo‘lib, ular quyidagilardan iborat [7]:

- Savdo sinerγιyasi – turli xil mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalarining ma‘lum sotish tarmog‘idan foydalanishi, sotishning markazlashtirilgan tizimini shakllantirishi va umumiy omborlarni tashkil etishi natijasida sotish xarajatlarining qisqarishi asosida olinadigan samaradir [8].

- Operativ sinerγιya – ishlab chiqarish korxonalarida asosiy va aylanma mablag‘lardan, ishchi kuchidan maqsadli va hamkorlikda foydalanish natijasida olinadigan qo‘shimcha samaradir [9].

- Investitsiya sinerγιyasi – ishlab chiqarish quvvatlaridan hamkorlikda foydalanish, umumiy resurs zaxiralarini shakllantirish, boshqaruv va ilmiy ishlanmalarga yo‘naltirilgan umummilliy maqsadlardan foydalanish natijasida olinadigan qo‘shimcha samaradir [10].

- Menejment sinerγιyasi – yangi mahsulotlarni yaratish va yangi sanoat tarmoqlariga kirib borish bo‘yicha boshqaruv jarayonlarini maqsadli tashkil etish natijasida olinadigan qo‘shimcha samaradir.

- Funksional sinerγιya – korxonalarining ishlab chiqarish zanjiridagi o‘zaro integratsiyasi asosida yuzaga keluvchi sinerγιya samarasi bo‘lib, ishlab chiqarish xarajatlarini qisqartirish va umumiy integratsiya asosida erishiladigan natijalarni anglatadi.

- Moliyaviy sinergiya – moliyaviy manbalardan foydalanish, o‘zaro hamkorlik orqali moliyaviy imkoniyatlarni oshirish, soliq imtiyozlari va maqsadli kreditlarni jalb qilish natijasida olinadigan qo‘shimcha samaradir.

- Axborot sinergiyasi – korxonalarining muayyan bozor axborotlarini o‘zaro hamkorlikda o‘zlashtirish natijasida olinadigan qo‘shimcha samaradir.

Klasterdagi sinergiya samarasi uchta tamoyilni izchil amalga oshirish natijasida shakllanadi. Ular quyidagilar [11]:

- Innovatsion tamoyil
- Distributiv tamoyil
- Multiplikativ tamoyil

Innovatsionlik birinchi prinsip bo‘lib, bu yangilik magnitudasi va dinamikasi asosida impuls yaratishi bilan izohlanadi va sinergiya ta‘sirining shakllanishiga olib keladi [12]. Bunda sinergiya samarasi innovatsiyalarning keng tarqalishi va sochilib ketishi asosida olinadigan natijalar yig‘indisini aks ettiradi [13].

Distributiv tamoyil esa muayyan korxonalar uchun innovatsiyalarni yaratish jarayonlarida yoki ishlab chiqarish jarayonlaridagi xarajatlarning taqsimlanishi asosida olinadigan qo‘shimcha sinergiyani nazarda tutadi. Bu tamoyilda asosiy e‘tibor klaster ishtirokchilari o‘rtasida xarajatlarning taqsimlanishi orqali olinadigan samaraga qaratiladi.

Jumladan, muayyan innovatsion mahsulotlarni mijozlarga o‘rgatish jarayonida klaster ishtirokchilarining birgalikdagi harakati distributiv tamoyiliga asoslanadi.

Multiplikator — ko‘plik, ko‘paytirish degani. Klasterlar iqtisodiyotida daromadning progressiv shaklda multiplikator ko‘rinishida namoyon bo‘lishi kuzatiladi.

Birinchi marta “multiplikator” tushunchasi (lotincha *multiplikator* — ko‘paytirish) ish bilan bandlik darajasi (yoki ishsizlik miqdori) va investitsiya hajmi o‘rtasidagi munosabatlarni o‘rgangan ingliz iqtisodchisi R. F. Kahn tomonidan qo‘llanilgan. Olim investitsiyalarning ko‘payishi natijasida umumiy ish o‘rinlari sonining oshishini aniqlash bo‘yicha yondashuvni ilgari surgan. Uning fikricha, investitsiyalar qo‘shimcha ish o‘rinlari yaratishga imkon beradi, shundan so‘ng aholining samarali talabi oshadi, ishlab chiqarish yanada o‘sadi va butun iqtisodiyotda ish bilan ta‘minlanish darajasiga ijobiy ta‘sir ko‘rsatadi. Keyinchalik J. M. Keynes R. F. Kahnning multiplikator nazariyasini shakllantirib, daromad va investitsiya multiplikatorlari tushunchalarini taklif etgan [14][15].

Mintaqa yoki mamlakat iqtisodiyotida turli sohalar va ishlab chiqarish turlari o‘rtasidagi munosabatlar qanchalik yaqin bo‘lsa, multiplikator samarasi shunchalik ko‘proq namoyon bo‘ladi. Bu subyektlarning o‘zaro hamkorligi natijasida daromadlar yig‘indisi sifatida shakllanadi. O‘z navbatida, multiplikator samarasi akseleratsiya samarasi bilan bog‘liq bo‘lib, investitsiyalardan olingan daromad investitsiya o‘sishidan yuqoriroq bo‘lishi mumkin. Shu orqali mintaqa va mamlakat iqtisodiy rivojlanish jarayoniga ijobiy ta‘sir ko‘rsatiladi.

Multiplikator va akselerator ta‘sirilaridan farqli o‘laroq, sinergiya ta‘siri mintaqaviy aglomeratsiyaning "yuragi" da paydo bo‘ladigan ijobiy ta‘sirilar

yig'indisiga asoslanadi. Bunda klaster a'zolari o'rtasidagi munosabatlarning yangi usuli shakllanadi va qo'shimcha sinergiya samarasiga erishiladi.

Tadqiqotlarda sanoat klasterlarining iqtisodiy-ijtimoiy rivojlanishga ta'sirini o'rganish bo'yicha gipoteza ishlab chiqishda o'zaro munosabatlarning multiplikator samarasi asos qilib olinadi. Ya'ni mamlakat iqtisodiyotida sanoat tarmoqlarining geografik jihatdan yaqin joylashuvi va o'zaro hamkorligi yuqori multiplikator samarani ta'minlaydi. Natijada, subyektlarning o'zaro yaqinligi ularning daromadlarini oshirishga va hamkorlik munosabatlarini yanada kengaytirishga xizmat qiladi [16].

Umuman olganda, sinergiya samarasi — klasterda faoliyat yurituvchi subyektlarning samarali integratsiyasi natijasida olinadigan bilvosita samarani ifodalaydi. Bunda umumiy boshqaruv, tadqiqot va qayta ishlash, marketing va operatsion faoliyatning samarali integratsiyasi natijasida sinergiya samarasiga erishiladi.

To'qimachilik klasterlari tarkibida innovatsion xizmatlarning shakllanishi bozor imkoniyatlarini kengaytirish va ishlab chiqarish salohiyatini oshirishning asosiy omili hisoblanadi.

Sanoat tarmoqlaridan birining kengayishi natijasida yuzaga keladigan ta'sir, xoh u konsentratsiyaga ega sanoat bo'lsin, xoh klaster bo'lsin, mintaqa iqtisodiyotining umumiy holatiga muayyan darajada ta'sir ko'rsatadi.

Bundan tashqari, foydalanuvchilar asosan aniq iqtisodiy talqinga ega bo'lgan o'zaro munosabatlar asosida olinadigan samaraga qiziqish bildiradilar. Shu sababli: Fundamental fanlar, amaliy dizayn va yuqori texnologik ishlab chiqarishni samarali rivojlantirish uchun sharoit yaratilishi; Yangi uskuna va texnologiyalarni joriy qilishga ko'maklashish; Innovatsiyalarni paydo bo'lishi va tarqalishini rag'batlantirish; Qulay investitsiya muhitini shakllantirish; Investitsiyalar uchun foydali ishlab chiqarish va texnologik paketlarni taklif etish zarur.

Klasterlashgan korxonalaridagi sinergiya iqtisodiy manfaatlarni muvofiqlashtirish natijasida paydo bo'ladigan aniq va yashirin moliyaviy ta'sirlarda ifodalanadi.

Klasterda sinergiya ta'sirining shakllanishi bir qator omillarga bog'liq. Ular qatoriga: Klaster ishtirokchilari va xodimlar soni; Resurslarning mavjudligi; Iste'molchilarga va raqobatchilarga yaqinlik; Aglomeratsiya ta'siriga erishish komponentlari – korxonalar soni, xomashyo ta'minoti, xizmat ko'rsatuvchi kompaniyalar va boshqalar kiradi.

Axborot oqimi, texnologik taraqqiyot, innovatsiyalar, mehnat jamoasining professional darajasi, kapital va mehnat oqimi klaster ichida va uning tashqarisida ham muhim ahamiyatga ega.

Sinergiya nazariyotchilaridan biri R. Eggerson tomonidan firmalararo integratsiyalashuv asosida shakllangan klasterlar faoliyatining iqtisodiy natijasi alohida faoliyat yurituvchi firmalar natijalari yig'indisidan oshganda sinergiya samarasi yuzaga kelishi mumkinligi asoslangan. Sinergiya nazariyalari shuni ko'rsatadiki, korxonalar birlashish orqali o'z samaradorligini oshirgandagina sinergiya ta'siri vujudga keladi [17].

Sinergiya ta'sirining mavjudligi va uni boshqarish qobiliyati raqobatbardosh ustunlik yaratadi. Bu ta'sir korxonada amalga oshiriladi va yakunda bozorda mahsulotlarning o'ziga xos xususiyatlarini shakllantirish hamda xarajatlarni kamaytirishda namoyon bo'ladi. Ansoff I. sinerjiyaning to'rtta turini aniqlaydi:

- Sotish sinerjiyasi – kompaniya bir nechta mahsulotni sotish, bir xil taqsimlash kanallaridan foydalanish, sotishni yagona markaz orqali boshqarish va umumiy omborlardan foydalanish natijasida yuzaga keladi.

- Operatsion sinerjiya – doimiy va ishchi kapitaldan yanada samarali foydalanish, mehnat va ortiqcha xarajatlarni taqsimlash orqali erishiladigan qo'shimcha samaradir.

- Investitsiya sinerjiyasi – ishlab chiqarish quvvatlaridan samarali foydalanish, umumiy xomashyo zaxiralarini bo'lishish, ilmiy-tadqiqot va ishlanmalar xarajatlarini bir mahsulotdan ikkinchisiga o'tkazish, bir xil asbob-uskunalardan foydalanish natijasida erishiladi.

- Boshqaruv sinerjiyasi – yangi mahsulotlarni rivojlantirish yoki yangi sohaga kirish jarayonida namoyon bo'ladi. Tajribali menejerlar oldin to'plangan bilim va tajribalaridan foydalanib, yangi raqobat muhitiga kirganda yuzaga keladigan muammolarni hal qilishda ustunlikka ega bo'ladilar.

Bu yerda menejment kompetentligi raqobatbardosh ustunlikning eng muhim omillaridan biri hisoblanadi. Agar yangi sohada firma duch keladigan muammolar avvalgi tajriba bilan ko'p o'xshashlikka ega bo'lsa, korxonada sezilarli ijobiy sinerjiya ta'siriga erishishi mumkin. Shu bilan birga, sinerjiya ta'siri past yoki hatto salbiy bo'lishi ham ehtimoldan holi emas.

Zamonaviy iqtisodchi olimlar sinerjiyani turli faoliyatlarni o'zaro bog'lash va mustahkamlash orqali samaradorlikni oshirish ta'siri deb bilishadi. Umuman olganda, sinerjiya samarasi bir nechta o'zgaruvchilar orqali aniqlanishi mumkin:

- Foydaning oshishi;
- Korxonada xarajatlarini kamaytirish;
- Investitsiyaga bo'lgan ehtiyojni kamaytirish.

Xasanov R. Kh. fikricha, klasterlarning eng muhim sinerjiya ta'siri quyidagilardan iborat [18]:

- Klaster ichida bilimlar oqimi;
- Klasterda birlashgan korxonalarining moliyaviy oqimlari qo'shilishi tufayli ularning ko'payishi;
- Infratuzilma obyektlaridan birgalikda foydalanish natijasida hosil bo'ladigan sinerjiya samarasi;
- Tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish ta'siri.

Bizning nuqtai nazarimizga ko'ra, klasterlarning yuqoridagi sinerjiya samaralarini yuzaga chiqaruvchi omillar qatoriga investitsiyalar va innovatsiyalarni ham qo'shish zarur.

Boshlang'ich ma'lumotlarni olishning murakkabligi sababli klasterdagi sinerjiya ta'sirini amaliy jihatdan aniq baholash har doim ham oson bo'lmaydi. Biroq klasterning asosiy ishtirokchilari, ya'ni klaster hosil qiluvchi mahsulotlarni ishlab

chiqaruvchi korxonalar o‘zaro hamkorlik qilgan taqdirda, alohida faoliyat yuritganda hosil bo‘ladigan natijalarning yig‘indisidan yuqori samaradorlikka erishishi kerak.

Klasterdagi sinergiya ta’siri uning ishtirokchilari o‘zaro bog‘lanmagan holatda olingan samaradan yuqori bo‘lishi kerak. O‘zaro munosabatlar har bir alohida klaster ishtirokchisini o‘zining raqobatbardosh afzalliklarini oshirishga undaydi, bu esa faoliyatning samarasiz shakllarini yo‘q qilishga olib keladi.

Har bir ishtirokchi o‘zining kuchli tomonlarini rivojlantiradi, rivojlanmagan funksiyalarni esa boshqa tuzilmalarga o‘tkazadi, bu esa klaster ishtirokchilarining o‘zaro to‘ldiruvchanlik prinsipini yuzaga chiqaradi. Natijada qo‘shimcha imkoniyatlar paydo bo‘ladi va sinergiya ta’sirining o‘shishiga olib keladi.

Shu bilan birga, klaster rivojlanib, kengayishi bilan sinergiya manbalari kuchayadi, chunki klaster ishtirokchilari o‘rtasidagi biznes aloqalari faollashadi, ularning o‘zaro hamkorlik shakllari takomillashadi, klaster tarkibidagi elementlar strukturasi yaxshilanadi. Bu esa klaster doirasining kengayishiga va uning samaradorligining oshishiga olib keladi, natijada klasterda sinergiya ta’siri yanada kuchayadi.

Sinergiya ta’sirini yuzaga chiqaruvchi hodisalarning o‘zaro bog‘liqligini abstraksiyalash orqali kuzatish tavsifa etiladi.

Abstraksiyalash yordamida shakllangan nazariy model asosida sinerγιyaning yuzaga kelish ehtimoli soddalashtirilgan model bilan ifodalanadi, uning vizual shaklini hosil qilish uchun matematik funksiyalardan foydalaniladi.

Ushbu funksiyalar sinergiya samarasi hosil bo‘lish shakllarini ifodalashga yordam beradi. Abstraksiyalash orqali sanoat klasterlarining sinergiya samarasi shakllanish jarayonining mantiqiy modeli ishlab chiqiladi.

Sinergiya samarasi shakllanish jarayonini kuzatish natijasida aniqlangan omillar asosida sanoat klasterlarining sinergiya ta’sirini baholash ko‘rsatkichlari tizimi ishlab chiqish imkoniyati yaratiladi.

Sanoat klasterlarining sinergiya ta’sirini baholash bo‘yicha ko‘rsatkichlar tizimi amaliy natijalarni ifodalash uchun mental modellar orqali misollar asosida ko‘rib chiqiladi.

Iqtisodiyotda umumiy va ssenariy (chegaraviy) foydalilik nazariyalari mavjud.

Bu nazariyalar iqtisodiy hodisalarni baholash va strategik qarorlar qabul qilishda keng qo‘llaniladi. Ayniqsa, klaster iqtisodiyotida sinergiya ta’sirining real natijalarini aniqlashda bu nazariyalarning qo‘llanilishi muhim.

Marginal nazariyaga ko‘ra foydalilik qo‘shimcha marginal foyda deb ataladi, shuning uchun quyidagi shartlar bajarilishi klasterning sinergiya ta’sirini olish uchun asos hisoblanadi:

$$IMF \rightarrow IUF \quad (1)$$

bunda,

IMF – innovatsiyalarning marginal foydaliligi;

IUF — innovatsiyalarning umumiy foydaliligi.

Innovatsiyalarning umumiy foydalilik (IUF) funksiyasi quyidagi chiziqli funksiya shaklga ega:

$$IUF = a + f(s,t,d,e) \quad (2)$$

bunda,

a – innovatsiyalarsiz foydalilik;

f (s,t,d,e) innovatsiyalar asosida olinadigan qo‘shimcha foydalilik;

O‘z navbatida innovatsiyalar asosida olinadigan qo‘shimcha foydalilik quyidagilarda aks etadi:

s – ijtimoiy foyda;

t – texnik-texnologik foyda;

d – moliyaviy-iqtisodiy foyda;

e – ekologik foyda;

Har qanday korxonada yaratilgan innovatsiyalar bir martalik foydalilikni ta’minlaydi. Ushbu qonuniyat asosida sinergiya kategoriyasi yuzaga chiqaradi. Agar innovatsiyani yaratilgan korxonada uni realizatsiya qilsa, sinergiya ta’sirga ega bo‘lgan foydalilik shakllanadi.

Tavsiya etilgan funksional bog‘liqlik quyidagi umumiy foydalilikni yuzaga chiqaradi: innovatsiyalarni marginal foydalilikdan keyingi realizatsiyasi natijasida olinadigan foydalilik fuksiyasi quyidagicha:

$$IUF = IMF + f(s,t,d,e) \quad (4.6)$$

Innovatsiyalarni yaratish jarayonida uning marginal foydaliligi umumiy foydalilikka yaqinlashadi. Bunda qo‘shimcha kutilmagan xarajatlarsiz har bir innovatsiya foydalanuvchisining xarajatlari ma’lum darajada kamayishi va optimallasuvi natijasida qo‘shimcha foyda yuzaga keladi.

Bundan tashqari, innovatsiyalarni amalga oshirish ushbu innovatsion mahsulotlarga bo‘lgan talabni oshiradi, natijada: Aylanma mablag‘lar ko‘payadi;Daromad ortadi.

Har qanday ishlab chiqarish jarayonini tashkil etish, yangi mahsulotlar ishlab chiqarish va boshqa faoliyatlar uchun yagona korxonada doimo yetarli imkoniyat bo‘lavermaydi.

Ko‘pincha korxonalar innovatsiyalarni amalga oshirishda moddiy va moliyaviy imkoniyatlarining chegaralanganligi sababli muammolarga duch keladi. Shu sababli, yangi mahsulot turini o‘zlashtirish real moddiy xarajatlarga bog‘liq bo‘lib turgan bir vaqtda, hamkor korxonada ushbu texnologiyadan to‘laroq quvvatlarda foydalanish ehtiyojiga ega bo‘lishi mumkin. Multiplikator va akselerator samaralari

Ikkita hamkor korxonada tomonidan yangi mahsulot turi yaratilishi qo‘shimcha qiymat hosil qiladi va bu klasterning multiplikator samarasi sifatida baholanadi.

Yaratilgan qo‘shimcha qiymat: Ikkala korxonada tomonidan alohida ishlab chiqarishda yuzaga kelishi mumkin bo‘lgan xarajatlarni tejaydi;Shu mahsulotni yakka tartibda ishlab chiqarishga nisbatan yuqori samaradorlikni ta’minlaydi.

Shu bilan birga, multiplikator samarasi har doim akselerator samarasini yuzaga chiqaradi.

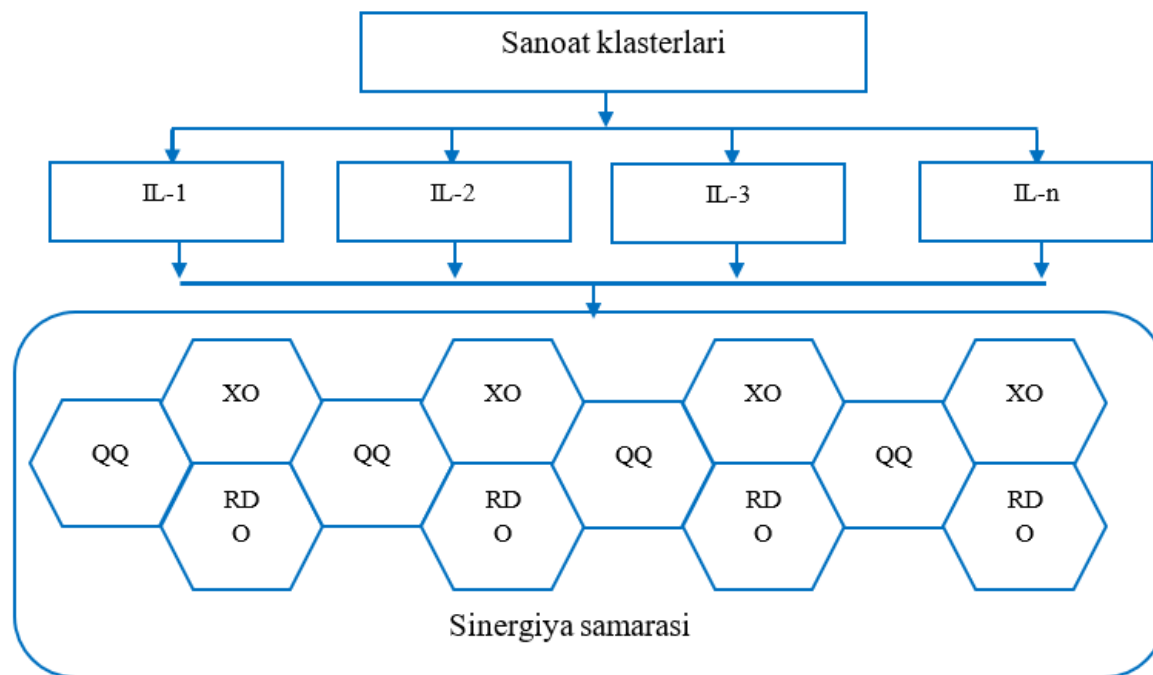
Klasterlarning sinergiya samarasi multiplikator va akselerator ta'sirlarining o'zaro spiral mexanizmi asosida shakllanadi (*1-rasm*).

IL – innovatsion loyiha;

QQ – qo‘shilgan qiymat;

XO – xarajatlarni qisqarishi;

RDO -rivojlanish darajasini oshirish



1-rasm. Sanoati klasterlarining sinergiya samarasini shakllantirish jarayoni¹

Iqtisodiy nuqtai nazardan klasterning sinergiya samarasi — uning tarkibiga kiruvchi ikki va undan ortiq korxonalar hamda ularga innovatsion xizmat ko‘rsatuvchilarning o‘zaro munosabatlari natijasida olinadigan qo‘shimcha samaradir.

Boshqacha aytganda, klasterda faoliyat yurituvchi korxonalarining umumiy harakatlari natijasida hosil bo‘lgan iqtisodiy samara har bir korxonaning alohida olingan iqtisodiy samarasi yig‘indisidan yuqori bo‘ladi.

Ilmiy abstraksiyalash natijalaridan kelib chiqib, sinergiya samarasi — klasterda faoliyat yurituvchilarning samarali integratsiyasi natijasida hosil bo‘ladigan bilvosita iqtisodiy samara sifatida ifodalanadi.

Bu umumiy boshqaruv, ilmiy tadqiqot va innovatsiyalar, marketing hamda operatsion faoliyatning samarali integratsiyasi natijasida namoyon bo‘ladi.

Sinergiya yondashuvi umumiy foydani marginal foydalar tufayli shakllantiradi. Bunda: Multiplikator va akselerator harakatlari orqali turli xil samaralar hosil bo‘ladi; Bu samaralar to‘planib, sanoat klasterining sinergiya ta’sirini yuzaga chiqaradi.

¹ Muallif ishlanmasi

XULOSA VA TAKLIFLAR

Sanoat klasterlari faoliyatidan olingan sinergiya ta'siri miqdoriy va sifat jihatlariga ega bo'lib, ular baholanishi lozim. Amaliyotda baholashning turli yondashuvlari mavjud.

Klasterlarning sinergiya ta'sirini miqdoriy baholashning birinchi yondashuvi — xarajatlar usuliga asoslangan baholashdir.

Xarajatlarni baholash tushunchasi korxonaning sof aktivlari qiymati mezoniga asoslanadi, ya'ni to'plangan aktivlar summasi bilan uning majburiyatlari miqdori o'rtasidagi farq sifatida aniqlanadi.

Klasterlarning sof aktivlari qiymatining oshib borishi: Korxonaning ishbilarmonlik obro'si; Biznes aloqalari; Brend xabardorligi; Boshqaruv darajasi va boshqa omillar orqali ortiqcha foyda bilan aniqlanadi.

Bu yondashuvda sanoatning o'rtacha rentabellik darajasida olinishi mumkin bo'lgan haqiqiy sof foyda va uning qiymati o'rtasidagi farq sinergiya ta'sirining o'lchovi sifatida qaraladi.

Ushbu ortiqcha foyda klasterning qo'shimcha xarajatlari sifatida ishlaydi va umumiy aktivlarning haqiqiy qiymatini oshirishga imkon beradi.

Klasterlar, birinchi navbatda, muayyan tizim sifatida qaraladi. Shu sababli klasterlarning sinergiya ta'sirini baholashning yana bir yondashuvi — tizimli yondashuvdir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Краснов Г. А., Виноградов В. В., Краснов А. А. Условие возникновения синергетического эффекта при интеграции экономических систем // *Экономические науки: Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского*. – 2009. – № 4. – С. 219-222.

2. Tallman, S., Jenkins, M., Henry, N., & Pinch, S. (2004). Knowledge, clusters, and competitive advantage. *Academy of Management Review*, 29(2), 258–271.

3. Albino, V., Carbonara, N., & Giannoccaro, I. (2006). Innovation in industrial districts: An agent-based simulation model. *International Journal of Production Economics*, 104, 30–45.

4. Audretsch, D. B., & Lehmann, E. E. (2005). Does the knowledge spillover theory of entrepreneurship hold for regions? *Research Policy*, 34, 1191–1202.

5. Bell, G. G. (2005). Clusters, networks, and firm innovativeness. *Strategic Management Journal*, 26(3), 287–295.

6. Thompson, P., & Fox-Kean, M. (2005). Patent citations and the geography of knowledge spillovers: A reassessment. *American Economic Review*, 95, 450–460.

7. Morrison, A. (2008). Gatekeepers of knowledge within industrial districts: Who they are, how they interact. *Regional Studies*, 42(6), 817–835.

8. Потемкин А. П. Не новая индустриализация, а выравнивание развития финансового и реального секторов // *Мир перемен*. – 2014. – №1. – С. 67–68.

9. Ансофф И. (1989). *Стратегическое управление*. – М.: Экономика.

10. Табурчак П. П., Томилина Э. И. Корпоративный синергизм в стратегическом управлении // *Вестник УГТУ–УПИ. Серия экономика и управление*. – 2005. – № 6. – Т. 6. – С. 16-25.
11. Чижов А. В. Инновационный синергизм. Инвестиции в будущее // *Научные труды Вольного экономического общества России*. – 2012. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnyy-sinergizm-investitsii-v-budushee> (muhojaat sanasi: 23.02.2023).
12. Суворова Л. А. (2015). *Синергетический эффект кластеризации отрасли: анализ, оценка, прогноз*.
13. Боуш Г. Д. Инновативность бизнес-кластеров в стратегии развития регионов // *Экономика региона*. – 2010. – № 3. – С. 123-129.
14. Akhmadovich, K. Z. (2019). Synergy effect textile clusters of Uzbekistan. *Asian Journal of Technology & Management Research*, 9(1), 2249–0892.
15. Kahn, R. F. (1931). The relation of home investment to unemployment. *The Economic Journal*, 41(162), 173-198.
16. Keynes, J. M. (2010). *Economic possibilities for our grandchildren*. Palgrave Macmillan UK, pp. 321-332.
17. Лафта Дж. К. (2003). *Теория организации: Учебное пособие*. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект. – 416 с.
18. Eggerson, R. (2001). *Problems and institutions*.
19. Хасанов Р. Х. (2009). *Синергетик эффект // Замонавий иқтисодиёт муаммолари*. – № 3 (31). – URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2784>.



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir: Xakimov Ziyodulla Axmadovich
Ingliz tili muharriri: Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
Rus tili muharriri: Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
Musahhah: Karimova Shirin Zoxid qizi
Sahifalovchi va dizaynerlar: Sadikov Shoxrux Shuxratovich
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2025-yil, fevral, 2-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: info@marketingjournal.uz
Bot: [@marketinjournlbot](https://t.me/marketinjournlbot)
Tel.: +998977838464, +998939266610

Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. ГOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**