

MARKETING

ILMIY, AMALIY VA OMMABOP JURNAL



№11-S O N

9710 xalqaro daraja



№240874

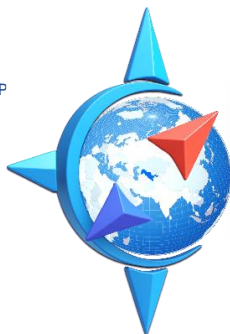


ISSN: 3060-4621

2025-YIL, NOYABR



OPEN  ACCESS



JURNALNING MAQSADI

Tadbirkorlik-biznes faoliyatini tashkil etishning marketing asoslarini, yo'nalishlari, echimlari, vositalarini yaratish va rivojlantirish

ALOQA UCHUN MA'LUMOTLAR

TEL: (97) 783-84-64

VEB-SAYT

www.marketingjournal.uz

ELEKTRON POCHTA:

info@marketingjournal.uz

TELEGRAM BOT:

[@marketingjournalbot](https://t.me/tidiumarketingjournal)

TELEGRAM KANAL:

<https://t.me/tidiumarketingjournal>

MUASSIS

"Tadbirkor va ishbilarmon" MCHJ

JURNALNING ILMIYLIGI

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

INDEKSATSIYA



BOSH MUHARRIR

Xakimov Ziyodulla Axmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent;

BOSH MUHARRIR O'RINBOSARI:

Yusupov Muxamadamin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor;

TAHRIR HAY'ATI:

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, i.f.d., prof., TDIU, Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektor;

Ergashxodjayeva Shaxnoza Djasurovna, i.f.d., prof., TDIU, "Marketing" kafedrasini mudiri;

Soliyev Axmadjon Soliyevich, i.f.d., NamDTU, "Marketing" kafedrasini professori;

Ikramov Murad Akramovich, i.f.d., TDIU "Marketing" kafedrasini professori;

Tursunov Boburjon Ortqimrziyevich, i.f.d., prof., TDIU, Iqtisodiy xavfsizlik kafedrasini mudiri, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi;

Zarova Elena Viktorovna, i.f.d., G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti professori, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi

Akramov Tohir Abdurahmonovich, i.f.d., TDIU, "Marketing" kafedrasini professori;

Ostonaqulova Gulnaraxon Muhammadyoqub qizi, i.f.d., TDIU, "Marketing" kafedrasini professori;

Samadov Asqarjon Mishomovich, i.f.n., TDIU, "Marketing" kafedrasini professori;

Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxo'ja qizi, i.f.n., dots., TDIU Kengash kotibi;

Sobirov Azizbek Avazbekovich, PhD., TDIU, "Marketing" kafedrasini dotsenti;

Sadikov Shoxrux Shuxratovich, PhD, dots., TIU, Departament boshlig'i;

Musheva Shoirazimovna, i.f.n., SamSI, "Marketing" kafedrasini professori;

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li, PhD., TDIU, "Marketing" kafedrasini dotsenti;

Djurabayev Otabek Djurabayevich, i.f.d., TDIU, "Innovatsion menejment" kafedrasini dotsenti;

Karimova Shirin Xozid qizi, PhD, TDIU, "Axborot texnologiyalari" kafedrasini katta o'qituvchisi;

Mullabayev Baxtiyarjon Bulturbaevich, DSc., NamDTU, "Menejment" kafedrasini mudiri, dotsenti;

Fayzullayev Jaylonbek Sultonovich, DSc., TDIU, "Yashil iqtisodiyot" kafedrasini dotsenti;

Aliyev Yashnarjon Egamberdiyevich, DSc., TDIU, "Iqtisodiy va moliyaviy xavfsizlik" kafedrasini professori;

Bobojonov Azizjon Babaxanovich, DSc, TDIU, "Raqamli iqtisodiyot" kafedrasini dotsenti

Allayarov Shamsiddin Amanullayevich, DSc, prof., TDIU, "Savdo ishi" kafedrasini mudiri

Jumayev Olimjon Sadulloevich, DSc, Raqobat siyosati va iste'molchilar huquqlari tadqiqotlari markazi direktori;

Maxamadjanov Akbar Maxamadaliyevich, PhD., TDIU, Raqamli iqtisodiyot va axborot texnologiyalari fakulteti dekan muovini

Eshov Mansur Po'latovich, i.f.d., prof., Alfraganus universiteti O'quv ishlari bo'yicha prorektor;

Abduvaxidov Abdumalik Maxkamovich, i.f.d., TDIU, "Turizm va servis" kafedrasini professori;

Kucharov Abrorjon Sobirjanovich, TDIU, "Biznes boshqaruvi va logistika" kafedrasini professori

Tuychiyev Alisher Jurayevich, Alfraganus University "Iqtisodiyot" fakulteti dekani, professor;

Nazarova Ra'no Rustamovna, TDIU, "Yashil" iqtisodiyot kafedrasini mudiri, Iqtisodiyot fanlari doktori, professor;

Usmonov Bunyod Aktam o'g'li, PhD, TDIU, Moliyaviy tahlil kafedrasini v.b.dotsenti;

Dehqonov Burxon Rustamovich, PhD., TDIU, Ilmiy tadqiqot faoliyatini tashkil etish bo'limi bosh mutaxassisi;

Turobova Hulkar Rustamovna, PhD., BuxDU, Yashil iqtisodiyot va agrobiznes kafedrasini dotsenti;

Boltaev Umidjon Talant o'g'li, i.f.f.d., PhD., Toshkent arxitektura qurilish instituti "Iqtisodiyot va ko'chmas mulkni boshqarish" kafedrasini dotsenti;

Bayxonov Bahodirjon Tursunbayevich, i.f.d., DSc, NamDTU, "Menejment" kafedrasini dotsenti;

Pardayev Sherzod Xolmurodovich, i.f.f.d., PhD., TDIU, "Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes" kafedrasini dotsenti;

Beknazarov Behzod Baxtiyor o'g'li, PhD., Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti Samarqand filiali "Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes" kafedrasini dotsent v.b.

Rajabova Moxichexra Abduxolikovna, PhD., Buxoro davlat universiteti marketing va menejment kafedrasini o'qituvchisi.

Elektron nashr 725 sahifa. E'lon qilishga 2025-yil 29- noyabrda ruxsat etildi

MUNDARIJA

BANGLADESH VA O'ZBEKISTONDA TO'QIMACHILIK MAHSULOTLARI BOZORINING RIVOJLANISHI....	7
Soliyev Axmadjon	
ИНТЕГРАЦИЯ НЕЙРОМАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЭКОСИСТЕМУ E-COMMERCE: АНАЛИЗ ПОВЫШЕНИЯ КОНВЕРСИИ И ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО ОПЫТА НА ПРИМЕРЕ КРУПНЕЙШИХ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМ	22
Икрамов Мурат Акрамович, Юлдашев Жамшид Абрарович	
МОДЕЛИ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ КОДА ТН ВЭД: ПЕРСПЕКТИВЫ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ	37
Муратова Шохиста Ниматуллаевна	
GLOBALLASHUV SHAROITIDA HUDUDLARNI RIVOJLANTIRISH JARAYONLARINING O'ZIGA HOS JIHATLARI (RIVOJLANGAN MAMLAKATLAR TAJRIBASI MISOLIDA).....	45
Tuychiev Alisher Jurayevich	
ОСОБЕННОСТИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В МАЛОМ БИЗНЕСЕ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ	56
Касимова Фатима Тулкуновна, Джалилов Шерзод Кахрамонович	
FACTORS OF EFFECTIVE DEVELOPMENT OF PRODUCTION POTENTIAL OF INDUSTRIAL ENTERPRISES	62
Allaeva Gulchekhra Jalgasovna	
HUDUDLARDA IQTISODIY XAVFSIZLIK KO'RSATKICHLARI TENDENSIYASINI BAHOLASH	70
Bayxonov Baxodirjon Tursunbayevich	
MINTAQALAR RIVOJLANISHINING IMIJ YARATISHGA ASOSLAGAN NAZARIYALARI	78
Duschanov Alisher Sherzod o'g'li	
MAJBURIY SUG'URTA ZAXIRALARINI BUXGALTERIYA HISOBIDA AKS ETTIRISHNING AMALDAGI HOLATI	85
Kodirkulov Oybek Turdiboyevich	
KICHIK BIZNES SUBYEKTLAR FAOLIYATINI BARQARORLIGINI TA'MINLASHDA MOLIYAVIY MUNOSABATLARNI SAMARALI TASHKIL ETISH YO'LLARI.....	98
Jo'raxonov Muzaffar Eskandarovich	
SANOAT KORXONASI BOZORINING RIVOJLANISHI VA UNDA KICHIK BIZNESNING O'RNI	107
Usmonova Dilfuza Ilhomovna	
TIBBIYOT MUASSASALARIDA DAROMAD VA XARAJATLARNI TAN OLISH, HISOBGA OLISH VA MOLIYAVIY HISOBOTDA AKS ETTIRISHNING NORMATIV-HUQUQIY ASOSLARI.....	116
Ruziyeva Umida Muzaffarovna	
INNOVATSION STRATEGIYANI ISHLAB CHIQISH VA AMALGA OSHIRISH SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING MEZON VA KO'RSATKICHLARI	126
Yusupov Saidvali Shukrullayevich	
SOHALAR KESIMIDA SOLIQ YUKINI ANIQLASHNING AHAMIYATI	137
Mamatkulov Salimjon Raxmonkulovich, Aminboyev Javohir Ravshanbek o'g'li, Abdiyev Mansur Musurmonovich, Choriyev Og'abek Alisher o'g'li, Usmonov Doniyor Maxamadjon o'g'li	
АНАЛИЗ ДЕТЕРМИНАНТ МИГРАЦИОННОГО ОТТОКА ВЫСОКОКВАЛИФИЦИРОВАННЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ ИЗ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН И РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИЙ ИХ РЕТЕНЦИИ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ	144
Сайфутдинова Нигина Фуркатовна, Хусаннов Равшан Рахимович	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ХЛОПКОВО-ТЕКСТИЛЬНЫХ КЛАСТЕРОВ УЗБЕКИСТАНА.....	157
Холикова Рухсора Санджаровна	
O'ZBEKISTON ELEKTRON PULGA O'TISH SHAROITIDA ELEKTRON TO'LOV TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH, KORRUPSIYA VA YASHIRIN IQTISODIYOTNI BARTARAF ETISHDAN KUTILAYOTGAN SAMARADORLIK.....	169
Abdiyev Mansur Musurmonovich, Xujamuradov Abror Ro'zimurat o'g'li, Mamatkulov Salimjon Raxmonkulovich	
O'ZBEKISTONDA MAQBUL QISHLOQ XO'JALIGI MAHSULOTLARI BOZORINI RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI	185
Akbarov Boburjon Sobirjon o'g'li	
MINTAQANI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDA INNOVATSION EKOTIZIMLARNI SHAKLLANTIRISH KO'RSATKICHLARINI BAHOLASH.....	193
Ramazanov Suhrobjon Sherzod o'g'li	

TASHQI SAVDO KO'RSATKICHLARINING KO'P OMILLI KLASSTER TAHLILI (O'ZBEKISTON MISOLIDA).....	202
Abdujalilova Bibisora Baxodir qizi	
O'ZBEKISTON OZIQ-OVQAT MAHSULOTLARI BOZORINING HOLATI VA RIVOJLANISH YO'NALISHLARI.....	209
Soliyev Axmadjon, Ibroximov Avazbek	
DAVLAT ISHTIROKIDAGI KORXONALARNI XUSUSIYLASHTIRISH JARAYONIDA KADRLAR SALOHİYATINI SAQLAB QOLISH VA RIVOJLANTIRISH STRATEGİYALARI	217
Bekchanov Ruslan Ambiyatovich	
MINTAQADA IQTISODIY-EKOLOGIK MEXANIZMLARDAN SAMARALI FOYDALANISH XUSUSIYATLARI	222
Sapayev Maxsudbek Karimovich	
MINTAQ SANOATINI INNOVATSION RIVOJLANTIRISH USULLARI.....	227
Raxmatullayev Doston Asad o'g'li	
MODERN APPROACHES TO INDUSTRIAL COOPERATION AND THEIR APPLICATION IN UZBEKISTAN'S ECONOMY	233
Boyturayev Olimjon Urayimovich	
NAVOIY VILOYATIDA “YASHIL BELBOG’”LAR BARPO ETISHDA INFRATUZILMA BILAN TA'MINLASH MINTAQAVIY MUAMMOLARI VA ULARNING YECHIMLARI	244
Sayfulina Alfira Feratovna	
MINTAQ SAVDO KORXONALARINING JOZIBADORLIGINI OSHIRISHDA MARKETING STRATEGIYASIDAN FOYDALANISH KO'RSATKICHLARINI BAHOLASH	259
Otaxonova Dinora Musaboy qizi	
TO'QIMACHILIK SANOATIDA SUN'IY VA KIMYOVIY TOLALARNING IQTISODIY AFZALLIKLARI.....	266
Raximov Furqat Jalolovich	
MARKAZIY BANKNING PUL TAKLIFI VA BANK REZERV LARI SIYOSATI: DUNYO VA O'ZBEKISTONDA TAHLIL.....	276
Safarova Zarina	
TIBBIY XIZMATLAR KO'RSATUVCHI KICHIK BIZNES SUBYEKTLARI RAQOBATBARDOSHLIGINI BAHOLASHNI TAKOMILLASHTIRISH.....	286
Vaisov Dilshod Ibodullayevich	
INTEGRATED E-COMMERCE MANAGEMENT SYSTEM BASED ON THE ERPI INDEX: CONCEPT, METHODOLOGY, AND MANAGEMENT MECHANISMS FOR THE DEVELOPMENT OF E-COMMERCE IN UZBEKISTAN	295
Isokhujaeva Munira Yashnarovna	
РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕЙ ТОРГОВЛИ И ПОВЫШЕНИЕ ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ	301
Рауандина Гулдарай Калкеновна, Сайфуллаева Мадина Исмаевна	
MAHSULOTLARNING RAQAMLI MAHSULOT PASPORTINI YARATISH JARAYONIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI QO'LLASHNING NAZARIY ASOSLARI	315
Avloqulova Sadoqat Sobirjon qizi	
DUNYODAGI MINTAQAVIY TAFOVUTLAR: ASOSIY RIVOJLANISH KO'RSATKICHLARI TAHLILI VA ULARNI KAMAYTIRISH BO'YICHA YECHIMLAR.....	327
Matyoqubova Dilfuza Olimboyevna	
INTELLEKTUAL BOSHQARUV TIZIMLARINING SANOAT KORXONALARIDA RAQOBATBARDOSHLIKNI OSHIRISHDAGI ROLI	334
Xidirova Barchinoy Ilxomovna	
TEMIR YO'L TRANSPORTI TIZIMINI INNOVATSION RIVOJLANTIRISH VA BOSHQARUV MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISHDA MARKETING STRATEGIYALARINING ROLI	341
Mauzerov Jaxongir Ulug'bek o'g'li	
YASHIL TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA ISHLAB CHIQARISHNI RIVOJLANTIRISHDA EKOLOGIK MARKETINGNING AHAMIYATI	348
Ergashev Sanjarbek Sobirjon o'g'li	
MINTAQADA RAQAMLI IQTISODIY SALOHİYATNI OSHIRISH YO'NALISHLARI.....	355
Yusubov In'omjon Ikram o'g'li	
ЭВОЛЮЦИЯ МАРКЕТИНГА И ТЕХНОЛОГИЙ КАК ФАКТОРОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ	362
Туйчиев Комилжон Лазизович	

OZIQ-OVQAT MAHSULOTLARI BOZORIDA MARKETING TADQIQOTLARINI O'TKAZISH METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISH.....	369
Murtozayeva Dilnoza Boboniyoz qizi	
ИННОВАЦИИ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.....	378
X.T. Буриев, Тошимов Улугбек Хакимович	
PAXTA-TO'QIMACHILIK KLASSTERLARINI RIVOJLANTIRISH MODELLARI	384
Atajanova Guli Maxsudbekovna	
THE EVOLUTION OF MANAGEMENT APPROACHES IN THE 21ST CENTURY – ADAPTIVE MODELS OF TRANSFORMATION OF ORGANIZATIONAL STRUCTURES	391
Tukhtaboev Abdurashid Tursunovich	
XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARIDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYA, ELEKTRON XIZMATLAR VA AI TEXNOLOGIYALARINING BOSHQARUV SAMARADORLIGIGA TA'SIRI	398
Zayavitdinova Nafisa Muxammadovna	
MARKETING TADQIQOTLARDA BOG'LIQLIK KOEFFITSENTLARDAN FOYDALANISHNING NAZARIY ASOSLARI.....	409
Muradov Rustamjon Sobitxonovich	
GLOBALASHUV DAVRIDA MAMLAKATDA FRILANSERLIK FAOLIYATI TASHKIL ETISH VA RIVOJLANTIRISH YO'LLARINI TAKOMILLASHTIRISH	417
Lutpidinov Shuxrat Zakirdjanovich	
AHOLI TURMUSH DARAJASINING KO'P OMILLI INDIKATORLARINI SHAKLLANTIRISHNING NEYRO-RAVSHAN KLASSEKATSIYA MODELII	428
Mirzayev Shoxrux Normurod o'g'li	
AVTOMOBIL SAVDOSIDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYA VA MARKETING TEXNOLOGIYALARINING ROLI.....	435
Adamboyev Abror Akrom o'g'li	
СТРАТЕГИЧЕСКАЯ РОЛЬ СЕМЕHOVODЧЕСКОГО СЕКТОРА В СИСТЕМЕ ГЛОБАЛЬНОЙ АГРАPHOЙ И ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКИ.....	443
Axmedova Mадина Шухрат кизи	
RAQAMLI IQTISODIYOTNI RIVOJLANISHIDA ZAMONAVIY AXBOROTLARNI O'RNI	458
Samatov Azizbek Abdulaxatovich	
SI BILAN JIHOZLANGAN INNOVATSIYALARINING CHAKANA SAVDODAGI ROLI: ISTE'MOLCHI JALB ETILISHI, XARID ODATLARI VA MARKETING STRATEGIYASI.....	464
Safarov Baxtiyor Djurakulovich	
KICHIK BIZNES SOHASIDA MOLIYAVIY MUNOSABATLARNI SAMARALI TASHKIL ETILISHI SUBYEKTLAR FAOLIYATI BARQARORLIGINI TA'MINLASHNING BOSH OMILI	482
Jo'raxonov Muzaffar Eskandarovich	
O'ZBEKISTONDA INVESTITSIYALARNI MOLIYAVIY BOSHQARISHNING JORIY HOLATI VA TA'SIR QILUVCHI OMILLARNING EKONOMETRIK TAHLILLARI	491
Ismailov Dilshod Anvarjonovich	
TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA ZAMONAVIY MARKETING STRATEGIYALARINING O'RNI	504
Xamidbayev Asadbek Nodir o'g'li	
MODA INDUSTRIYASI MARKETING STRATEGIYALARI ORQALI XALQARO BOZORLARGA CHIQISH IMKONIYATLARI.....	511
Alimxodjayeva Nargiza Elshodovna	
TO'QIMACHILIK KORXONALARI B2B BOZORIDA MARKETING STRATEGIYALARINING SAMARADORLIK OMILLARI.....	519
Sapayeva Nilufar Kadambayevna	
TIJORAT BANKLARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI TAVSIFLOVCHI MOLIYAVIY KO'RSATKICHLARNI YAXSHILASH IMKONIYATLARI.....	526
Ibodullayev Shohboz To'liqin o'g'li	
DAVLAT SEKTORIDAGI TASHKILOTLARDA QURILISH-TA'MIRLASH XARAJATLARI HISOBINING XORIJ TAJRIBASI.....	534
Azizova Zilola Lochinovna	
RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA YASHIL KREDITLASH MEXANIZMLARINI OPTIMALLASHTIRISH: EKOLOGIK LOYIHALARNI QO'LLAB-QUVVATLASH TAHLILI.....	544
Allayarov Suxrob Rustamovich	

OILAVIY TADBIRKORLIK OMILLARI VA KAMBAG‘ALLIK DARAJASINI QISQARTIRISHNING PROGNOZ KO‘RSATKICHLARI	553
Zaxidova Umida Farxodovna	
МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ УЗБЕКИСТАНА	567
Аминова Азиза Батырбаевна	
AVTOMOBIL SANOATIDA MARKETING TADQIQOTLARI ASOSIDA INVESTITSION LOYIHALARNING SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI	575
Nasritdinova Gulchexra Abdurashitovna	
HUDUDLARDA SANOAT KORXONALARI FAOLIYATINI BOSHQARISHNING TEXNOLOGIK MODERNIZATSIYALASH JARAYONLARINI TAKOMILLASHTIRISH	583
Qalandarova Gulshoda Nazirjon qizi, Goziyeva Shaxina Djahongirovna	
SANOAT KLASSTERLARIDA MARKETING EKOTIZIMI ISHTIROKCHILARI O‘RTASIDAGI O‘ZARO ALOQALAR TAHLILI	591
Sobirov Azizbek Avazbekovich	
AUTSORSING VA AMALIYOT	601
Shodmonov Shokir Dustmurodovich	
ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ БАРЬЕРЫ В ПРОЦЕССЕ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ О ПОКУПKE.....	610
Усмонова Диёра Маҳмуд кизи, Нухритдинхаджаев Улугбек, Атаханов Асадбек	
AGROSANOAT KORXONALARIDA RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARINING SAMARADORLIGINI OPTIMALLASHTIRISH	620
Fayzullayev Shuhrat Sherali o‘g‘li	
MODA INDUSTRIYASI MARKETING STRATEGIYALARI ASOSIDA AUDITORIYANI SEGMENTATSIYALASH	628
Ahmedova Rayhona Jasurbek qizi	
QURILISH TARMOG‘IDA OLIB BORILAYOTGAN ISLOHOTLAR VA ULARNING RIVOJLANISH TENDENTSIYALARI	636
Arifdjanova Zilola Dilshodovna	
HUDUDLAR BO‘YICHA MOLIVAVIY INKLYUZIYA DARAJASINI BAHOLASHGA ILMIY-USLUBIY YONDASHUVLAR	645
Adashaliyev Baxtiyorjon Valisher o‘g‘li	
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОМНИКАНАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ.....	660
Эргашходжаева Шахноза Джасуровна, Хасанов Ганишер, Сафаров Азизбек	
QURILISH MATERIALLARI SANOATIDA ISHLAB CHIQARISH SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING ZAMONAVIY USULLARI VA TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI	676
Ibragimov Salohiddin Ochilovich	
TEMIR YO‘L TRANSPORTI KORXONALARIDA ASOSIY FONDlardan FOYDALANISH SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING NAZARIY ASOSLARI VA METODIK YONDASHUVLARI	685
Turdiyeva Irodaxon Ismoil qizi	
INVESTITSION RESURSLARDAN SAMARALI FOYDALANISHNI RAG‘BATLANTIRISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISHDA XORIJIY MAMLAKATLAR TAJRIBASIDAN FOYDALANISH YO‘LLARI	694
Isakov Axmadali Esanbaevich	
CRM-УПРАВЛЕНИЕ В СЕТЕВЫХ СУПЕРМАРКЕТАХ РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН: КАК ДАННЫЕ О КЛИЕНТАХ, ЛОЯЛЬНОСТЬ И ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ ПОВЫШАЮТ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РОЗНИЦЫ (ФОКУС НА ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ).....	704
Юсупов Улугбек Шукруллаевич	
MINTAQAVIY IQTISODIY RIVOJLANISHDA OZIQ-OVQAT SANOATI KORXONALARI INNOVATSION SALOHİYATINI BOSHQARISH MEXANIZMLARI	715
Dadamirzayev Muzaffar Xabibullayevich	

INNOVATION STRATEGIYANI ISHLAB CHIQISH VA AMALGA OSHIRISH SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING MEZON VA KO'RSATKICHLARI

Yusupov Saidvali Shukrullayevich

Alfraganus University

Xalqaro turizm menejmenti

kafedrası professori v.b., PhD

E-mail: saidvaliyusupov@mail.ru

Annotatsiya

Ushbu maqolada innovatsion strategiyani ishlab chiqish va amalga oshirish samaradorligini baholashning mezon va ko'rsatkichlari tadqiq etilgan. Shuningdek, korxona strategiyasini amalga oshirish va innovatsion rivojlanish istiqbollarini baholashda ko'p omilli tahlilga asoslangan usullar, biznes rejalashtirish jarayonini tashkil etishning vazifalari, mahsulot ishlab chiqarish qiymatida moddiy xarajatlarni pasaytirishga ta'sir etuvchi omillar, mahsulot sifatining iqtisodiy ko'rsatkichlari va boshqa masalalar atroflicha o'rganilgan.

Kalit so'zlar: Samaradorlikni baholash, innovatsion strategiya, strategik chora-tadbirlar, ko'p omilli tahlilga asoslangan usullar, texnologik audit, biznes rejalashtirish, budjetlashtirish tizimi, iqtisodiy qo'shilgan qiymat, tovar mahsuloti, qayta ishlanadigan chiqindilar.

Аннотация

В данной статье рассматриваются критерии и показатели оценки эффективности разработки и реализации инновационной стратегии. Также подробно рассматриваются методы, основанные на многофакторном анализе, при оценке перспектив реализации стратегии и инновационного развития предприятия, задачи организации процесса бизнес-планирования, факторы, влияющие на снижение материальных затрат в себестоимости продукции, экономические показатели качества продукции и другие вопросы.

Ключевые слова: Оценка эффективности, инновационная стратегия, стратегические мероприятия, методы, основанные на многофакторном анализе, технологический аудит, бизнес-планирование, система бюджетирования, экономическая добавленная стоимость, товарный продукт, возвратные отходы.

Abstract

This article examines the criteria and indicators for assessing the effectiveness of developing and implementing an innovation strategy. Also, methods based on multifactor analysis in assessing the prospects for the implementation of an enterprise's strategy and innovative development, the tasks of organizing the business planning process, factors affecting the reduction of material costs in the cost of product production, economic indicators of product quality and other issues are studied in detail.

Keywords: Efficiency assessment, innovation strategy, strategic measures, methods based on multifactor analysis, technological audit, business planning, budgeting system, economic added value, commodity product, recyclable waste.

KIRISH

Davlatimiz rahbari tomonidan olib borilayotgan odilona siyosatdan kelib chiqib, hozirgi paytda ortib borayotgan iqtisodiy ehtiyojlarni cheklangan resurslar bilan ratsional qondirish maqsadida to'qimachilik sanoati korxonalarining boshqaruv mexanizmini tubdan takomillashtirish, innovatsion g'oyalar asosida ishlab chiqarish hajmini va sifatini oshirish lozimligi, yuqorida PF-60-son Farmonda keltirilgan ustuvor vazifalar milliy iqtisodiyot tarmoqlari jumladan, to'qimachilik sanoati korxonalarida innovatsion boshqaruv mexanizmini tadqiq etishning dolzarbligini anglatadi [1].

Korxona innovatsion strategiyasini amalga oshirishga nisbatan tizimli yondashuv, korxonaning innovatsion faoliyatini bitta tizim sifatida tushunishga, innovatsion faoliyatning maqsad va vazifalarini o'rnatish, ularga erishish yo'llarini, nazorat qilish va baholash ko'rsatkichlarini ishlab chiqishga asoslanadi.

Innovatsion strategiyani ishlab chiqishning asosi – mahsulotning hayot sikli nazariyasi, bozordagi pozitsiya va kompaniya amalga oshirayotgan ilmiy-texnik siyosatdan iborat.

Shuningdek, innovatsion strategiya doirasida kompaniyaning milliy innovatsion tizim bilan hamkorligi masalasi ham ko'rib chiqilishi zarur.

“Kompaniyaning innovatsion strategiyasi, odatda, yangiliklardan foydalanish strategiyasini anglatadi” [2]. Agar kompaniya rahbariyati yangiliklarni joriy etish urinishlarini qo'llab-quvvatlasa, bu yangilikni tashkilotda amalga oshirish ehtimoli oshadi. Kompaniya tomonidan amalga oshiriladigan har qanday strategik chora-tadbirlar muayyan darajada innovatsion xususiyatga ega, chunki ular iqtisodiy, ishlab chiqarish yoki sotuv salohiyatidagi yangiliklarga asoslanadi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Bugungi kunda sanoat korxonalari, xususan to'qimachilik sanoati korxonalari innovatsion faoliyatini rivojlantirish, strategik boshqarishning ilmiy asoslari va uning nazariy-uslubiy asoslarini tadqiq etish ustuvor yo'nalishlardan hisoblanadi.

Sanoat korxonalarida strategik boshqarishning ilmiy va nazariy-uslubiy asoslarini takomillashtirish masalasi O'zbekistonlik hamda chet ellik olimlar tomonidan keng tadqiq etilgan.

Bu borada S.A.Agarkov, Ye.S.Kuznetsova, M.O.Gryaznova, I.S.Minko, P.C.Kaplan, D.P.Norton va boshqa bir qator xorij olimlarining ilmiy ishlarini ko'rsatib o'tish mumkin

O'zbekiston milliy iqtisodiyotining raqobatbardoshligini oshirish, strategik boshqaruvning nazariy va amaliy jihatlarini takomillashtirish, shuningdek, yengil sanoatning yetakchi tarmoqlaridan bo'lgan to'qimachilik sanoati korxonalarini rivojlantirishning nazariy va uslubiy asoslari A.Bekmurodov, M.Boltaboyev, N.Maxmudov, D.Nasirxodjayeva, U.Shodmonova, G.Ostonaqulova, D.Karimova va boshqa bir qator olimlarning ishlarida o'z aksini topgan. Shu bilan birga, ushbu ilmiy tadqiqot ishlarida to'qimachilik sanoatini innovatsion rivojlanishida strategik boshqarishning ilmiy asoslari yetarlicha to'liq o'rganilmagan.

METODOLOGIYA

Tadqiqot davomida mavzu yuzasidan xorij olimlari, MDH mamlakatlari olimlari hamda O'zbekistonlik olimlarning elektron va yozma shakldagi manbalari tahlil qilindi. Ishning uslubiy asosini umumiy nazariy va umumiy uslubiy yondashuvlar, tizimli tahlil qilish va sintez qilish usullari; iqtisodiy-statistik usul, ko'p omilli tahlil usuli, boshqaruv qarorini qabul qilishga yondashuv shuningdek, qiyosiy tahlil usullari tashkil qiladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Innovatsion strategiyani amalga oshirish – korxonaning innovatsion strategiyasida ko'zda tutilgan maqsadga erishish uchun amalga oshirilishi kerak bo'lgan taktik va operativ vazifalarni ishlab chiqish tushuniladi. Innovatsion strategiyani amalga oshirishda uning bajarilishini ta'minlash, vakolatlarni taqsimlash, korxonaning har bir bo'linmasi bo'yicha vazifani bajarilishiga javobgarlik, mas'uliyat alohida o'rin tutadi.

Korxona strategiyasini amalga oshirish va innovatsion rivojlanish istiqbollari baholashda bir qator usullardan foydalanishimiz mumkin, xususan:

- texnologik audit;
- biznes rejalashtirish;
- budjetlashtirish tizimi;
- iqtisodiy qo'shilgan qiymat (Economic Value Added) tahliliga asoslangan boshqaruv tizimi;
- farqlanishlar tahlili;
- balanslashgan tizim ko'rsatkichlari va boshqalar.

Texnologik audit kamchiliklarni baholash, jarayonlarni, tizimni yaxshilashga qaratilgan auditdir. Innovatsion strategiyani amalga oshirishda uni innovatsion audit deb, nomlashimiz mumkin.

Innovatsion strategiyani amalga oshirishda biznes rejalashtirish usulidan foydalanish ham, samarali hisoblanadi.

“Biznes rejalashtirish jarayonini tashkil etishning vazifalari quyidagilardan iborat:

- ijrochilar o'rtasidagi tezkor aloqa, ularning harakatlarini muvofiqlashtirish;
- tugallangan biznes-rejani jiddiy qayta ko'rib chiqish zaruriyatini bartaraf etish;
- biznes-rejadagi ishlarning korxonaning joriy faoliyatiga salbiy ta'sirini bartaraf etish;
- biznesni rejalashtirish jarayonida olingan ma'lumotlarni, shu jumladan ish va xizmatlarning tarkibi, mehnat zichligi va narxi to'g'risida ma'lumotlarni saqlash va to'plash;
- biznesni rejalashtirish bo'yicha ish uslubiyatini hisobga olish, saqlash va takomillashtirish;
- kompyuter texnologiyalari va ma'lumotlar bazalaridan maksimal darajada foydalanish” [3].

Bunda korxonani rivojlantirishning innovatsion strategiyasini amalga oshirish uchun zarur bo'ladigan barcha xarajatlar, xususan moddiy xarajatlar, ish haqi

xarajatlari, yagona ijtimoiy to'lov, asosiy fondlar amortizatsiyasi hamda ishlab chiqarish tavsifidagi boshqa xarajatlar asoslanadi. So'ngra, innovatsion strategiyani amalga oshirishdan kutilayotgan moliyaviy natijalar asoslanadi. Moliyaviy natijalarni asoslash orqali mazkur strategiya amalga oshirilganida, korxona tomonidan olinadigan sof foyda, korxonaning rentabelligi, qilingan xarajatlarning qoplanish muddati, jalb etilgan investitsiyalarning oqlanish muddati, zararlarsiz ishlab chiqarish hajmi kabi ko'rsatkichlarni baholash imkoniyati bo'ladi.

Budjetlashtirish tizimi asosan, moliyaviy ko'rsatkichlarga yo'naltirilgan bo'lib, natijada ko'pchilik ko'rsatkichlarni qayta hisoblab chiqishga, tuzatishga to'g'ri keladi.

Iqtisodiy qo'shilgan qiymat tahliliga asoslangan usul korxonada qiymatning ortishini baholashga asoslangan bo'lib, bunda iqtisodiy qo'shilgan qiymat bilan mukofotlash o'rtasidagi bog'liqlik qisqa muddatli foydaning ortishiga qaratilgan qarorlarning qabul qilinishiga sabab bo'ladi. Shu bilan birga yuqorida ko'rib o'tilgan ko'rsatkichlar tizimi uzoq muddatli muvaffaqiyatni erishishni hisobga olish imkoniyatini bermaydi.

Sanoat korxonasini rivojlantirishning innovatsion strategiyasini tizimli yondashuv asosida amalga oshirishda balanslashgan ko'rsatkichlar tizimidan (Balanced Scorecard) foydalanish samarali usullardan biri hisoblanadi. Bu usulda strategiyani amalga oshirish jarayoniga barcha xodimlarini jalb etish orqali barcha kuchlarni korxonaning umumiy strategik maqsadiga erishishga qaratish imkonini beradi [8].

Balanslashgan ko'rsatkichlar tizimining asoschilari R.Kaplan va D.Norton "strategiyani amalga oshirilishini ta'minlashga qaratilgan korxonani yaratishning yangi boshqaruv tizimini ishlab chiqqan korxonalarda bu usul yuqori samara beradi", deb ta'kidlaydilar [4]. Balanslashgan ko'rsatkichlar tizimi korxonaning umumiy boshqaruv tizimiga qanchalik uzviy integratsiyalashgan bo'lsa, innovatsion strategiyaning amalga oshish samaradorligi shunchalik yuqori bo'ladi.

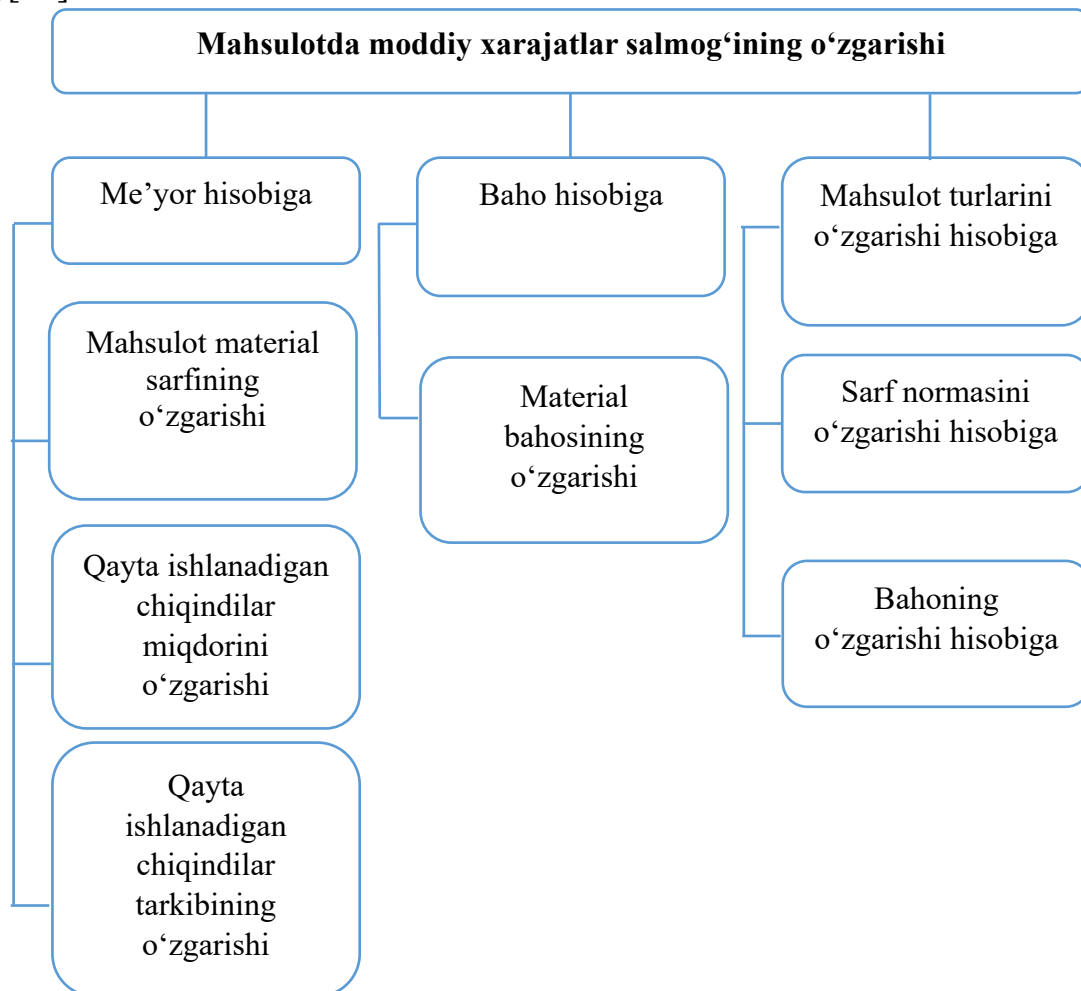
Fikrimizcha, korxonada innovatsion strategiyani ishlab chiqish va amalga oshirish samaradorligini baholashning mezon va ko'rsatkichlarini ishlab chiqishda, ishlab chiqarish jarayonida ishtirok etuvchi asosiy unsurlardan samarali foydalanishni ta'minlash uchun, ko'p omilli tahlil usulidan ham foydalanish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

To'qimachilik korxonalari mahsulotlari moddiy xarajatlar sarfini eng ko'p talab qiladigan tarmoqlar qatoriga kiradi. Shu boisdan ham, korxonaning innovatsion strategiyasida chiqindilar foizini, materiallar sarfi ko'rsatkichini kamaytirishga qaratilgan jarayonlar, ularga ta'sir etuvchi omillar, hamda ularning ta'sir doirasini, qo'shimcha mahsulot ishlab chiqarish imkoniyatlarini baholash alohida ahamiyat kasb etadi [7].

Tovar mahsuloti ishlab chiqarish hajmining rejadagiga nisbatan chetlanishini yuqorida qayd etib o'tilgan omillarga bog'lash, ijobiy omillarni mustahkamlash va rivojlantirish yuzasidan boshqaruv qarorini qabul qilish uchun ham etarlicha tahliliy axborot bera olmaydi. Shu sababli, moddiy xarajatlarni ko'p omilli tahlil qilish

maqsadga muvofiq hisoblanadi. To'qimachilik korxonalarida moddiy xarajatlar salmog'ining o'zgarishiga bir qator omillar ta'sir ko'rsatadi (1-rasm).

Moddiy xarajatlar miqdori bevosita uch asosiy omilga, ya'ni tovar mahsuloti hajmining o'zgarishiga, ishlab chiqarilgan mahsulot turlarini o'zgarishiga va alohida mahsulot turlarini asosiy xarajatlar darajasida o'zgarishiga bog'liq bo'ladi (1-rasm)[10].



1-rasm. Mahsulot ishlab chiqarish qiymatida moddiy xarajatlarni pasaytirishga ta'sir etuvchi omillar¹

Tovar mahsuloti hajmining o'zgarishi hisobiga asosiy xarajatlarning o'zgarishini (AX_{tm}) tovar mahsuloti ishlab chiqarishning foizlarda bajarilish darajasini ($\pm AX$) asosiy xarajatlarning rejadagi miqdoriga ko'paytirish yo'li bilan hisoblash mumkin [8]:

$$\pm AX_{tm} = \frac{AX^m \cdot (\pm TM)}{100}, \% (1)$$

Mahsulot tarkibining o'zgarishi hisobiga asosiy xarajatlarning o'zgarishi tovar mahsulotining rejadagi meyor bo'yicha amaldagi hajmi va tarkibda hisoblangan rejadagi asosiy xarajatlar qiymatidan (AX_{ratm}) tovar mahsulotining rejadagi meyor

¹ Muallif ishlanmasi

hisoblangan reja bo'yicha asosiy xarajatlar qiymatini va (AX_r) tovar xarajatlardan o'zgarishini (AX_{tx}) ayirish yo'li bilan aniqlanadi:

$$\pm AX_{tar} = AX_{ratm} - AX_r - (\pm AX_{tx}) \quad (2)$$

Asosiy xarajatlarning alohida mahsulotlar tannarxida ularning darajasi o'zgarishi hisobiga rejadagidan o'zgarishi $(\pm AX_{ud})$ mahsulotning amaldagi hajm va tarkibida amalda yuzaga kelgan meyor bo'yicha hisoblangan asosiy xarajatlar amaldagi qiymati bilan (AX^a) tovar mahsulotining amaldagi hajmi va tarkibida reja bo'yicha hosil bo'lgan asosiy xarajatlar qiymatini (AX_{ratm}) ayirish yo'li bilan hisoblanadi:

$$\pm AX_{ud} = AX^a - AX_{ratm} \quad (3)$$

To'qimachilik korxonalarida mahsulotga sarflangan moddiy xarajatlar miqdoriga ta'sir etuvchi omillarni uchta guruhga, jumladan "Meyor hisobiga $(\pm MX_m)$ ", "Baho hisobiga $(\pm BX_u)$ " va "Mahsulot turlarini o'zgarishi hisobiga $(\pm AX_u)$ " ajratishimiz mumkin.

Birinchi omil, ya'ni bitta mahsulotga qilinadigan materiallar sarfi amaldagi meyorlarining rejadagiga $(\pm M_{rm})$ nisbatan o'zgarishi, o'z navbatida quyidagilarga ta'sir ko'rsatishi mumkin:

- mahsulotga ketadigan material sarfining o'zgarishiga;
- mahsulotni ishlab chiqarishda ishlatilgan materiallardan foydalanishda yuzaga kelgan qayta ishlanadigan chiqindilar miqdorining o'zgarishiga $(\pm QCh_m)$;
- foydalanilgan materiallar bo'yicha qayta ishlatilmaydigan chiqindilar miqdorining o'zgarishiga $(\pm YCh_m)$.

Ikkinchi omil, sarflangan materiallarning amaldagi bahosining rejadagiga nisbatan o'zgarishi $(\pm BM_i)$ o'z navbatida tadqiq etilayotgan ko'rsatkichlarga ta'sir ko'rsatishi mumkin:

- materiallarni sotib olish bahosi, shu jumladan transport xarajatlari;
- tayyorlov xarajatlari va ularni olib kelish xarajatlari $(\pm B_m)$;
- qayta ishlangan chiqindilar o'rtacha bahosi o'zgarishida o'z aksini topadigan qayta ishlanadigan chiqindilar tarkibi (B_{qch}) ;
- sarflangan materiallar (xom ashyo) tarkibi, paxta aralashmasi o'rtacha bahosining o'zgarishi $(\pm B_{ar})$.

Oxirgi omil mahsulot turlari o'zgarishi hisobiga almashtirayotgan materiallar xarajati meyor $(\pm X_{mayo})$ va bahosining $(\pm B_{ayo})$ almashtiriladigan materialning xarajat meyor $(\pm X_{mad})$ va bahosi $(\pm B_{ad})$ ga nisbatan o'zgarishida o'z ifodasini topadi.

Bu omillar ta'sirining yo'nalishi va o'lchamini $(\pm SU_m)$ quyidagicha hisoblash mumkin: mahsulotning natura birliklaridagi miqdori (SU^a) va uning rejadagi miqdori (SU^r) o'rtasidagi ayirmani materialning rejadagi bahosi (B_m^r) ga ko'paytirish yo'li bilan aniqlash mumkin:

$$\pm SU_m = (SU^a - SU^r) \cdot B_m^r \quad (4)$$

Qayta ishlanadigan chiqindilar miqdori o'zgarishi $(\pm QCh)$ omilining ta'sirini qayta ishlanadigan chiqindilar amaldagi miqdori (QCH_m^a) bilan uning amalda ishlab chiqirilgan mahsulotdagi reja bo'yicha miqdori (QCH_m^{ram}) ayirmasini materialning

rejadagi bahosi (B_m^r) va qayta ishlanadigan chiqindilar o'rtacha rejadagi bahosi ($\overline{B_m^r}$) o'rtasidagi farqqa ko'paytirish orqali aniqlash mumkin:

$$\pm QCH = (QCH_m^a - QCH_m^{ram}) \cdot (B_m^r - \overline{B_m^r}) \quad (5)$$

Qayta ishlanadigan chiqindilar miqdori o'zgarishi ($\pm QICH_t$) omilining ta'sirini, qayta ishlanmaydigan chiqindilar amaldagi miqdori ICH_i^a va uning amalda ishlab chiqarilgan mahsulot birligiga reja bo'yicha sarflanishi kerak bo'lgan miqdori ICH_i^{ram} ayirmasini materialning reja bahosiga B_m^r ko'paytirish orqali aniqlash mumkin:

$$QICH_t = (ICH_i^a - ICH_i^{ram}) \cdot B_m^r \quad (6)$$

Baho o'zgarishi omilining ta'siri foydalanilgan materialning amaldagi bahosi B_m^a va uning reja bo'yicha bahosi o'rtasidagi farqni shu mahsulot uchun sarflangan materialning amaldagi miqdoriga SM_m^a ko'paytirish yo'li bilan aniqlanadi:

$$\pm B_i = (B_m^a - B_m^r) \cdot SM_m^a \quad (7)$$

Xom ashyo turining o'zgarishi natijasida materillar xarajat meyori o'zgarishi ($\pm XM_{m.a.}$) ta'sirini hisoblash uchun rejalashtirilgan material xarajat meyoridan ($\pm XM_{at_a}^m$) almashtirilayotgan material xarajat meyorini $XM_{at_a}^n$ ayirib, hosil qilingan farqni almashtirayotgan material bahosiga ($B_{m.a.}$) ko'paytirish kerak:

$$\pm XM_{m.a.} = (XM_{at_a}^m - XM_{at_a}^n) \cdot B_{m.a.} \quad (8)$$

Sarf normalari o'zgarishi hisobiga ularning bahosi o'zgarishini ($\pm B_{mx}$) ni rejalashtirilgan materialning bahosidan (B_{at}) almashtirilayotgan materialning bahosini (B_{as}) ayirib, hosil qilingan farqni reja bo'yicha almashtiruvchi materiallar xarajati miqdori (MX_{at}^m) ga ko'paytirish yo'li bilan aniqlash mumkin:

$$\pm B_{mx} = (B_{at} - B_{as}) \cdot MX_{at}^m \quad (9)$$

Bu kabi tadqiqotlar nafaqat tahlil qilinayotgan sohaning, balki alohida ishlab chiqarish, ularning texnologiyasi va tashkil qilish asoslari, shuningdek boshqaruv tizimining o'ziga xos jihatlari yanada kengroq yoritish imkonini beradi.

Bu xususiyatlar material xarajatlar normasida ham o'z aksini topadi, jumladan amaldagi meyorlar ilmiy-texnika rivoji yutuqlarini, bir-biriga o'xshash mahsulot ishlab chiqaruvchi etuk korxonalar ilg'or tajribasini, meyor o'zgarishining zamonaviy hisobini o'z ichiga olgan meyorlashtirish tizimi qanday tashkil qilinganligi bilan tavsiflanadi.

Yuqorida tavsiya etilayotgan ko'p omilli tahlil usuli korxonaning innovatsion strategiyasini amalga oshirishda moddiy resurslarni tejashning mavjud manbalarini aniqlash va ulardan foydalanish bo'yicha aniq chora tadbirlarni ishlab chiqish imkonini beradi.

Ko'rib chiqilgan barcha omillarning tannarxga ta'sirini miqdoriy jihatdan aniqlash uchun har bir omilning ta'siri miqdorini amalda ishlab chiqarilgan mahsulotlar miqdoriga ko'paytirish, so'ngra ularning umumiy yig'indisini aniqlash kerak:

$$\begin{aligned} \pm MS_t = & \sum (\pm XM_m \cdot U_k^a) + \sum (\pm MB_u \cdot U_k^a) \\ & + \sum (\pm SM_u \cdot U_k^a) = \sum (\pm SU_m \cdot U_k^a) + \sum (\pm KCH_u \cdot U_k^a) \\ & + \sum (\pm KICH_t \cdot U_k^a) + \sum (\pm B_m \cdot U_k^a) \\ & + \sum (\pm XM_{mx} \cdot U_k^a) + \sum (\pm B_{mx} \cdot U_k^a) \quad (10) \end{aligned}$$

Demak, to'qimachilik sanoati korxonalarini rivojlantirish innovatsion strategiyasini amalga oshirishda, tarmoq mahsulotlari tannarxida moddiy xarajatlar salmog'i yuqori ekanligini hisobga olishimiz zarur, boisi iqtisod qilingan materiallardan qo'shimcha mahsulotlar ishlab chiqarish imkoniyati yuzaga keladi.

Shu bilan birga, yuzaga kelayotgan qo'shimcha mahsulotlar ishlab chiqarish imkoniyati mahsulotning xossa va xususiyatlarini yomonlashuvi, sifatning pasayishiga olib kelmasligi kerak. Mahsulot sifati – mahsulotni belgilangan maqsadda foydalanilishi mumkin bo'lgan iste'mol xususiyatlari majmuasidir. Mahsulotning xususiyatlarini belgilovchi bir yoki bir necha miqdoriy o'lchamlari uning sifat ko'rsatkichlari hisoblanadi.

Shu boisdan ham, korxonaning innovatsion rivojlanish strategiyasini amalga oshirar ekanmiz, ko'p omilli tahlilga asoslangan holda, sifatni ta'minlashga qaratilgan ishlar amalga oshirilishi kerak, xususan [5]:

- mahsulotning texnik darajasini baholash;
- mahsulotni ishlab chiqarishda texnik darajadan siljishlarni aniqlash;
- mahsulot hajmida mahsulot turlarini ishlab chiqarish bo'yicha sifat siljishlarini tahlil etish;
- mahsulot sifatining texnik darajasining o'sishiga ta'sir etuvchi omillarni tahlil etish;
- mahsulot sifatini oshirishga, sifatsiz mahsulot miqdorini kamaytirishga ta'sir etuvchi omillarni asoslash.

Shu bilan birga, mahsulot sifatining iqtisodiy ko'rsatkichlarini ham asoslash maqsadga muvofiq hisoblanadi [6]:

- mahsulotning sifati darajasi, sifatni oshirish bo'yicha ichki imkoniyatlar;
- jahon darajasi bo'yicha baholanishiga qarab, aniqlangan nisbiy qiymat;
- umumiy mahsulot hajmida eksport qilingan mahsulot hajmi;
- yaroqsiz, nuqsonli mahsulot hajmi, salmog'i;
- reklamatsiyalar soni va reklamatsiya qilingan mahsulotlar qiymati;
- nuqsonli ishlab chiqarilgan mahsulotning nisbiy qiymati va hokazolar. Bunda oxirgi uchta ko'rsatkich mahsulot ishlab chiqarishda sifat bo'yicha standart shartlaridan, meyorlardan chetlanishni tavsiflaydi.

Innovatsion strategiyani amalga oshirishda sifat bo'yicha meyorlardan chetlanishlarni ko'p omilli tahlil etishda nuqsonli mahsulot topshirish va mahsulotga kelgan reklamatsiyalarning asosiy sabablarini aniqlash hamda ularning oldini olish chora-tadbirlari ko'rilishi kerak [7]:

- ishchilar malakasining talab darajada bo'lmasligi;
- asbob-uskunalarining nosoz bo'lishi;

- moslama va instrumentlarning takomillashmaganini ishlatilishi;
- texnologik jarayondan chetlanishga yo‘l qo‘yilishi;
- yashirin defektlari bor material va yarimfabrikatlardan foydalanish;
- o‘rash-joylashtirish ishlarining talabga javob bermasligi;
- saqlash, tashish va yuklash shartlarining buzilishi.

To‘qimachilik korxonalari nafaqat xom ashyo sarfini, balki mehnat sarfini ham ko‘p talab qiladigan tarmoq korxonalari hisoblanadi. Korxonani rivojlantirish innovatsion strategiyasida mahsulotning mehnat sarfini kamaytirish hamda mehnat unumdorligini oshirish masalasi alohida ahamiyat kasb etib, bunda mehnat unumdorligining o‘zgarishi quyidagi bir qator omillar hisobiga yuzaga kelishi mumkin, jumladan [9]:

- mehnat intensivligining kamayishi;
- mahsulot mehnat sarfining oshishi;
- ish vaqtidagi yo‘qotish;
- ish vaqtidan unumsiz foydalanish;
- ish vaqtidan tashqari ishlangan vaqt;
- kooperatsiyalashgan etkazib berishlardagi o‘zgarishlar;
- ishlab chiqarilgan mahsulot tarkibining o‘zgarishi;
- sanoat-ishlab chiqarishda band bo‘lgan xodimlar sonida asosiy guruh ishchilari salmog‘ining o‘zgarishi.

Shu bilan birga, mahsulot tannarxini kamaytirish manbalarini asoslashda bir xil manbalarni takroran hisoblashdan saqlanish zarur. Buning uchun noishlab chiqarish xarajatlari hisobotiga qayd qilingan aniq chora-tadbirlarning bajarilmasligi oqibatida kelib chiqqan salbiy natijalarni, o‘zini oqlamaydigan ortiqcha xarajatlar bilan o‘zaro bog‘lab olib borish kerak.

To‘qimachilik korxonalarida quyidagi omillar hisobiga tannarxni pasaytirish imkoniyatlari mavjud [11]:

a) innovatsion tashkiliy-texnik tadbirlarni (I_m^t) tatbiq qilish hisobiga moddiy xarajatlarni kamaytirish yo‘li bilan erishish mumkin. Mazkur omilning ta‘sirini innovatsion tadbir tatbiq qilingunga qadar mavjud bo‘lgan material xarajatlar meyor (XM_0^n) va tatbiq etilgandan keyingi (XM_1^n) xarajatlar meyor o‘rtasidagi farqni ishlab chiqarishga o‘rnatilishi rejalashtirilgan uskunalar miqdori (U_m^r) va materiallarning rejalashtirilgan bahosi (B_m^r) ga ko‘paytirish yo‘li bilan aniqlash mumkin:

$$I_m^t = (XM_0^n - XM_1^n) \cdot U_m^r \cdot B_m^r \quad (11)$$

b) innovatsion tashkiliy-texnik tadbirlarni tatbiq etish hisobiga mehnatga haq to‘lash bilan bog‘liq xarajatlarni kamaytirish yo‘li bilan (E_{mx}^t) erishish mumkin. Mazkur tadbirning ta‘sirini tadbir tatbiq qilingunga qadar, mahsulotning mehnat sarfi talabi ($UMST_0$) va tatbiq qilingandan keyingi mehnat sarfi talabi ($UMST_1$) ning o‘rtasidagi farqni bir soatlik o‘rtacha tarif stavkasi (UTS) va ishlab chiqarilishi rejalashtirilgan mahsulotlar soniga U_s^r ko‘paytirish yo‘li bilan aniqlash mumkin:

$$E_{mx}^t = (UMST_0 - UMST_1) \cdot UTS \cdot U_s^r \quad (12)$$

v) asosiy vositalarni sotish, tugatish, haq olmasdan berib yuborish omillari hisobiga (E_a^{rav}) erishilishi mumkin, bu ko‘rsatkich hisobdan chiqarilayotgan asosiy

vositalarning dastlabki qiymatini (SAV)ni amortizatsiya meyorlariga (A^k) ko'paytirish yo'li bilan aniqlanadi:

$$E_a^{rav} = SAV \cdot A^k \quad (13)$$

g) ishlab chiqarish vositalaridan samaraliroq foydalanish omili hisobiga (I_a^{ich}) erishilishi mumkin, bu ko'rsatkich uning oshirilish qiymati (A_0^m) bilan 1 ming so'mlik tovar mahsulotiga nisbatan (A_1^m) ayirmasini rejalashtirilgan davrdagi tovar mahsuloti hajmiga (TM^r) ko'paytirish yo'li bilan aniqlanadi:

$$I_a^{ich} = (A_0^m - A_1^m) \cdot TM^r \quad (14)$$

XULOSA VA TAKLIFLAR

Korxonaning innovatsion rivojlanish strategiyasini amalga oshirar ekanmiz, ko'p omilli tahlilga asoslangan holda, sifatni ta'minlashga qaratilgan ishlar amalga oshirilishi kerak, xususan:

- mahsulotning texnik darajasini baholash;
- mahsulotni ishlab chiqarishda texnik darajadan siljishlarni aniqlash;
- mahsulot hajmida mahsulot turlarini ishlab chiqarish bo'yicha sifat siljishlarini tahlil etish;
- mahsulot sifatining texnik darajasining o'sishiga ta'sir etuvchi omillarni tahlil etish;
- mahsulot sifatini oshirishga, sifatsiz mahsulot miqdorini kamaytirishga ta'sir etuvchi omillarni asoslash.

Shu bilan birga, mahsulot sifatining iqtisodiy ko'rsatkichlarini ham asoslash maqsadga muvofiq hisoblanadi:

- mahsulotning sifati darajasi, sifatni oshirish bo'yicha ichki imkoniyatlar;
- jahon darajasi bo'yicha baholanishiga qarab, aniqlangan nisbiy qiymat;
- umumiy mahsulot hajmida eksport qilingan mahsulot hajmi;
- yaroqsiz, nuqsonli mahsulot hajmi, salmog'i;
- reklamatsiyalar soni va reklamatsiya qilingan mahsulotlar qiymati;
- nuqsonli ishlab chiqarilgan mahsulotning nisbiy qiymati va hokazolar.

Mazkur uslubdan foydalanib, korxonada innovatsion tadbirlarni amalga oshirish orqali mahsulot tannarxini pasaytirishni asoslash mumkin. Mavjud resurslardan oqilona foydalangan holda, mahsulot tannarxini pasaytirish innovatsion strategiyaning asosiy yo'nalishlaridan bo'lgan optimal xarajatlar strategiyasini amalga oshirish imkoniyati yaratiladi. Mahsulotning xossa va xususiyatlarini ta'minlagan holda, tannarxni pasaytirish korxonaning raqobatbardoshligini, uning barqaror rivojlanishini belgilab beruvchi asosiy omillardan biri hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvar PF-60-son "2022-2026 yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi Farmoni <https://lex.uz/ru/docs/-5841063>

2. Агарков С.А., Кузнецова Е.С., Грязнова М.О. Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика. Пенза: Академия Естествознания, 2011. -43 с.

3. Минко И.С. Бизнес-планирование инновационных проектов: Учеб. пособие. СПб.: НИУ ИТМО; ИХиБТ, 2014. – 14 с.
4. Каплан Р.С., Нортон Д.П. Организация, ориентированная на стратегию. М.: Изд-во ЗАО «Олимп-Бизнес», 2009.
5. Бекмуродов А.Ш., Yan Son Be. Стратегия развития текстильной промышленности Узбекистана: Кластерный подход. Монография. -Т.: ТГЭУ, 2006. -112 с.
6. Boltaboev M.R. To‘qimachilik sanoatida marketing strategiyasi. Monografiya. -Т.: FAN, 2004. -223 b.
7. Махмудов Н.М., Сичева Н.И., Балтаева Л.Р. Моделирование эффективности фирм и отраслей. Т., ТДИУ, 2003.
8. Каримова Д.А. Развитие швейного производства в условиях многоукладной экономики (на материалах Республики Узбекистан): Автореф. дисс. Сахарная экономическая наука. -Т.: ТГТУ, 2002. -20 с.
9. Насырходжаева Д.С. Формирование стратегии развития промышленных предприятий на вторичном рынке: Автореф. дисс. доктор эконом. наук, -Т.: Институт экономики АН РУз, 2011. -47 с.
10. Ostonaqulova G.M. Ipakchilik tarmog‘ini rivojlanishining marketing strategiyasi (O‘zbekiston Respublikasi misolida): Iqtisod fanlari nomzodi... dis. -Т.: TDIU, 2010. -147 b.
11. Shodmonova U.A. Iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida yengil sanoatning barqaror rivojlanish xususiyatlari: Iqtisod fanlari nomzodi... dis. Ijtimoiy-iqtisodiy tadqiqotlar markazi. -Т.: 2006. -149 b.



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
Musahhih: Karimova Shirin Zoxid qizi
Sahifalovchi va dizaynerlar: Sadikov Shoxrux Shuxratovich
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2025-yil, noyabr, 11-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: [@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)
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**. ГОСТ 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlaro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**