

INNOVATSION 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

Аннотация

Ushbu maqolada innovatsion strategiyani ishlab chiqish va amalga oshirish samaradorligini baholashning mezon va ko'rsatkichlari tadqiq etilgan. Shuningdek, korxonaga strategiyasini amalga oshirish va innovatsion rivojlanish istiqbollari 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].

Korxonada 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 korxonalarini, xususan to‘qimachilik sanoati korxonalarini 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.

Korxonaning 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, korxonada 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 oshirish samaradorligi shunchalik yuqori bo'ladi.

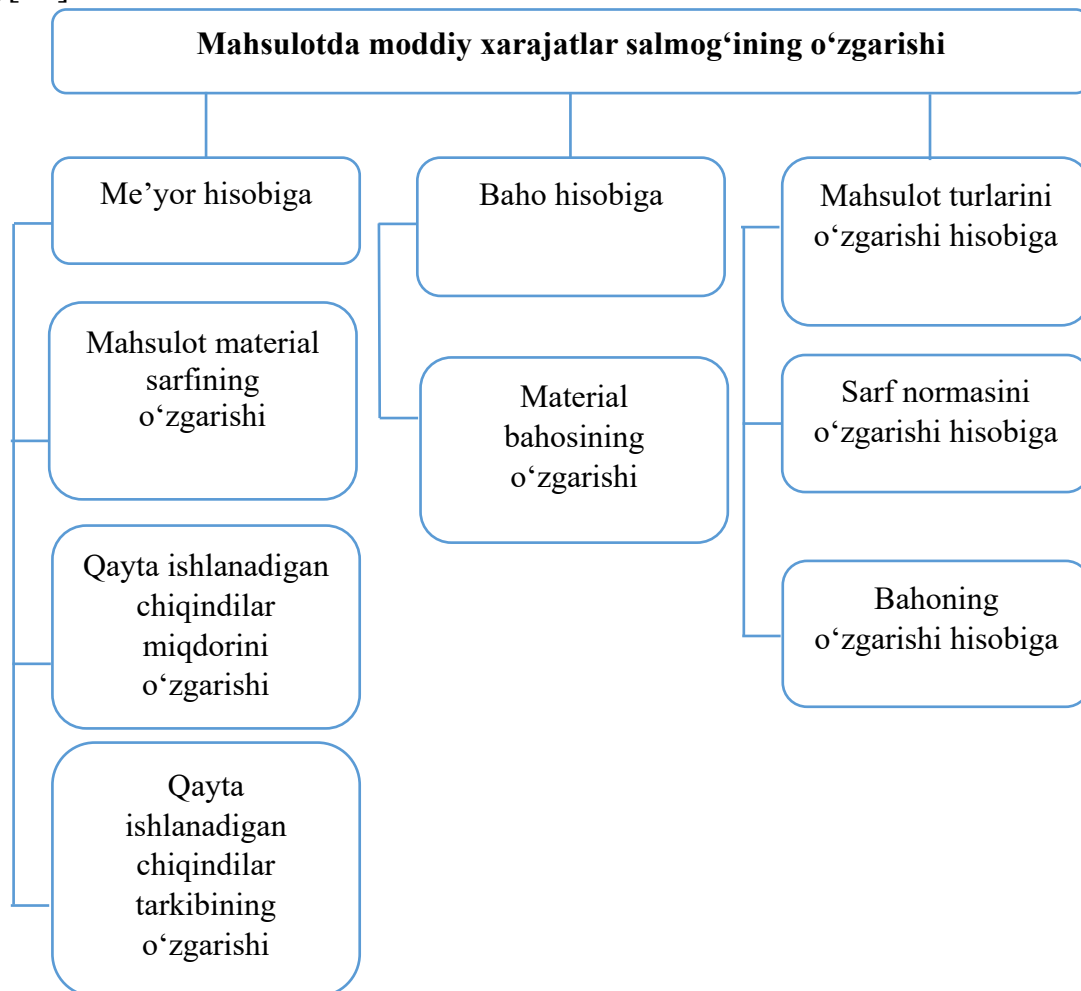
Fikrimizcha, korxonada innovatsion strategiyani ishlab chiqish va amalga oshirish samaradorligini baholashning mezon va ko'rsatkichlarini ishlab chiqishda, ishlab chiqarish jarayonida ishtirok etuvchi asosiy unsurlardan samarali foydalanishni ta'minlash uchun, ko'p omilli tahlil usulidan ham foydalanish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

To'qimachilik korxonalarini 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]:

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

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 bo'yicha $(\pm X_{mayo})$ va bahosining $(\pm B_{ayo})$ almashtiriladigan materialning xarajat meyor bo'yicha $(\pm X_{mad})$ 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‘shishiga 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 meyordan 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-uskunalarning 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 korxonolari nafaqat xom ashyo sarfini, balki mehnat sarfini ham ko‘p talab qiladigan tarmoq korxonolari 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‘zgarishilar;
- 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 farqini 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., Грузнова 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 стратегия. 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
Musahhah: 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**. GOCT 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**