SANOAT KORXONALARINING RAQOBATBARDOSHLIK DARAJASINI BAHOLASH ASOSIDA INNOVATSION JARAYONLARNI BOSHQARISHNI TAKOMILLASHTIRISH

Yuldasheva Nilufar Abduvaxidovna
Farg‘ona politexnika instituti
Menejment kafedrasi dotsenti, iqtisodiyot fanlari doktori
https://doi.org/10.5281/zenodo.14191907

Annotatsiya*. Istiqbolli tadbirlar ijrosini ta’minlash orqali korxona raqobatbardoshligi ortadi, shu bilan birga ichki va tashqi bozorlarni tayyor mahsulotlar bilan ta’minlashga, aholini ish bilan bandligini va daromadlarini ortishiga ham xizmat qiladi. Shu jihatdan maqolada sanoat korxonalarining raqobatbardoshlik darajasini baholash uslubiyotlari mohiyati va tamoyillari ochib berilgan. Sanoat korxonalarining biznes loyihalari samaradorligini baholashning uslubiy vositalari tavsiflangan.*
Kalit so‘zlar. *Sanoat korxonalari, baholash, innovatsion rivojlantirish, raqobatbardoshlik, metodologiya, strategik joylashish, samaradorlik*

Korxona faoliyatini baholashning murakkabligi uning tashqi va ichki iqtisodiy va moliyaviy siyosat talablariga bo‘ysunishidadir. Faoliyatning barqarorligini baholashda qo‘llaniladigan har bir ko‘rsatkich o‘ziga xos ma’noga ega va amalga oshirilayotgan faoliyat bilan bog‘liq bo‘lgan muassasalar, davlat, xodimlar jamoasini ta’minlovchi mulkdorlarning ma’lum bir manfaatlarini aks ettiradi.

Korxona raqobatbardoshligini baholashga kelsak, shuni ta’kidlaymizki, hozirgi vaqtda uni baholashning universal, keng qamrovli va umume’tirof etilgan metodologiyasi ishlab chiqilmagan. Shu bilan birga, ushbu baholash zarurati korxonani innovatsion rivojlantirish strategiyasini shakllantirishning zaruriy shartidir.

Korxonaning raqobatbardoshligi quyidagi maqsadlarda baholanadi [1]:

– iqtisodiy faoliyat samaradorligini aniqlash;
– bozorda hamkorlarni tanlash;
– yangi bozorlarga chiqish rejasini shakllantirish;
– investitsiya va innovatsion siyosatni ishlab chiqish.

Raqobatbardoshlikni baholashdan maqsad korxonaning tahlil qilinayotgan bozordagi mavqeini aniqlashdan iborat. Mavjud yondashuvlarning tasnifini ko‘rib chiqib, hozirda juda ko‘p turli xil usullar ishlab chiqilganligini ta’kidlash mumkin. Yondashuvlarning xilma-xilligi mavjud ko‘plab tasniflarni aks ettiradi: faoliyat ko‘rsatayotgan bozorga ko‘ra, nazariy mazmuniga ko‘ra, olingan va aks ettirilgan natijalar shakliga ko‘ra, foydalanilgan matematik apparatga ko‘ra va hokazo. Bozor sharoitida samaradorlik natijalar va xarajatlar nisbati sifatida ko‘rib chiqilganligi sababli, raqobatbardoshlik resurslarning optimal qiymatida maksimal foyda olishga qaratiladi. Shuningdek, raqobatbardoshlik raqobatchilarga nisbatan korxona resurslaridan foydalanish samaradorligini aks ettiradi.

Raqobatbardoshlik mazmunini tahlil qilish natijasida, raqobatbardoshlikning ikkita manbai mavjudligin ko‘rish mumkin: operatsion samaradorlik va strategik joylashish. Bundan iqtisodiy resurslardan foydalanish samaradorligini tavsiflash, uning operatsion samaradorligi va strategik

joylashuvini baholashgacha kamaytirish mumkinligi ma'lum bo'ladi. Ushbu baholash ko'rib chiqilayotgan korxona va raqobatchilarning ma'lum ko'rsatkichlarini solishtirish orqali amalga oshiriladi. Ko'rsatilgan koeffitsiyentlarni yagona ko'rsatkichga kamaytirish orqali korxonaning raqobatbardoshligi baholanadi [1].

$$K=K_r*K_i \quad (1)$$

bu yerda:

K - tahlil qilinayotgan korxonaning raqobatbardoshligi;

K_r - strategik joylashish koeffitsiyenti,

K_i - operatsion samaradorlik koeffitsiyenti.

Dastlab strategik joylashish aniqlanadi. Strategik joylashish - bu ishlab chiqarilgan iste'mol qiymatining o'ziga xosligini ta'minlaydigan tashqi savdo faoliyatini amalga oshirish va raqobatchilardan farq qiladigan texnologiyalardan foydalanish asosida korxona pozitsiyasini yaratishdan iborat. Strategik joylashishni aniqlashning asosiy mezoni asosan korxona mahsulotlarini sotishdan tushgan tushumning bozor sig'imiga nisbati bilan belgilanadigan egallagan bozor ulushi ko'rsatkichi hisoblanadi [1]. Shu bilan birga, korxonaning bozordagi o'rnini aniqlash boshqa tegishli ko'rsatkichlar - innovatsiyalar samaradorligi va texnologik rivojlanish darajasi bo'yicha ham amalga oshirilishi mumkin.

Strategik joylashishni aniqlashni amalga oshirish uchun tanlanma olish tushunchasi qo'llaniladi. Tanlanma deganda o'rganilayotgan obyekt taqqoslanadigan bozordagi raqobatchilar sifatida qaraladigan korxonalar to'plami tushuniladi. Taqqoslash korxonalar guruhi bilan ham, bitta raqobatchi bilan ham amalga oshirilishi mumkin.

Tanlanma asosida bozor ulushi aniqlanadi [1]:

$$D^s=B^s/V \quad (2)$$

bunda:

D^s - korxonaning tanlamadagi bozor ulushi;

B^s – namunadagi korxona mahsulotlarini sotishdan tushgan tushumlar;

V - bozor hajmi.

Bu yerdan korxonaning bozor ulushi dinamikasi aniqlanadi:

$$\Delta D=(B/V)*(V_0/B_0) \quad (3)$$

bunda:

ΔD - tahlil qilinayotgan korxonaning bozor ulushi dinamikasi;

B_0 - oldingi davrda korxonani sotishdan tushgan tushumlar;

V_0 – oldingi davrdagi bozor hajmi.

Keyinchalik, tanlanma bo'yicha bozor ulushi dinamikasi tahlil qilinadi [1]:

$$\Delta D^s=(B^s/V)*(V_0/B_0^s) \quad (4)$$

bu yerda:

ΔD^s - namuna bo'yicha bozor ulushi dinamikasi;

B_0^s - o'tgan davrda namuna bo'yicha mahsulotlarni sotishdan tushgan tushumlar;

V_0 – oldingi davrdagi bozor hajmi.

Tahlil qilinayotgan korxonaning strategik joylashuvini baholash uchun korxona ko'rsatkichini tanlanmadagi tegishli ko'rsatkich bilan solishtirish lozim [1]. Bunda quyidagiga ega bo'lamiz:

$$K_i=\Delta D/\Delta D^s \quad (5)$$

Operatsion samaradorlik o‘xshash faoliyat turi bilan shug‘ullanadigan bir hil korxonalar guruhida aniqlanadi. Taqqoslash predmeti - qo‘shilgan qiymatni realizatsiya qilish jarayonida olingan foyda. Biroq, har xil o‘lchamdagi korxonalarni solishtirganda, yirik korxonalar doimo afzalliklarga ega bo‘ladi. Shunday qilib, taqqoslash ishlab chiqarish va mahsulotni sotish rentabelligi sifatida tushunilishi mumkin bo‘lgan faoliyatning "rentabelligi" parametrlari bo‘yicha amalga oshirilishi kerak. Operatsion samaradorlikni hisoblashda salbiy qiymatlarning oldini olish uchun rentabellik foyda bilan emas, balki uni ishlab chiqarish va sotish xarajatlari sifatida tasniflangan mahsulotlarni sotishdan olingan daromad bilan belgilanishi kerak. Bunday holda, raqobatbardoshlik ko‘rsatkichi quyidagicha bo‘ladi [2].

$$O_э=B/3 \quad (6)$$

bu yerda:

B - mahsulotlarni sotishdan tushgan tushum;

3 - mahsulot ishlab chiqarish va sotish xarajatlari.

So‘ngra tanlanmaning ishlash samaradorligi aniqlanadi [2]:

$$R= B^s/3^s \quad (7)$$

bunda:

R - tanlanma bo‘yicha ish samaradorligi;

B^s - tanlanma bo‘yicha daromad;

3^s - tanlanma bo‘yicha xarajatlar.

Shunday quyidagi natijaga erishiladi:

$$K_r= O_э/R \quad (8)$$

bu yerda K_r - korxona ish samaradorligi koeffitsiyenti.

2.8 formulasini qo‘llash orqali biz mazkur raqobatbardoshlik ko‘rsatkichini olamiz [3].

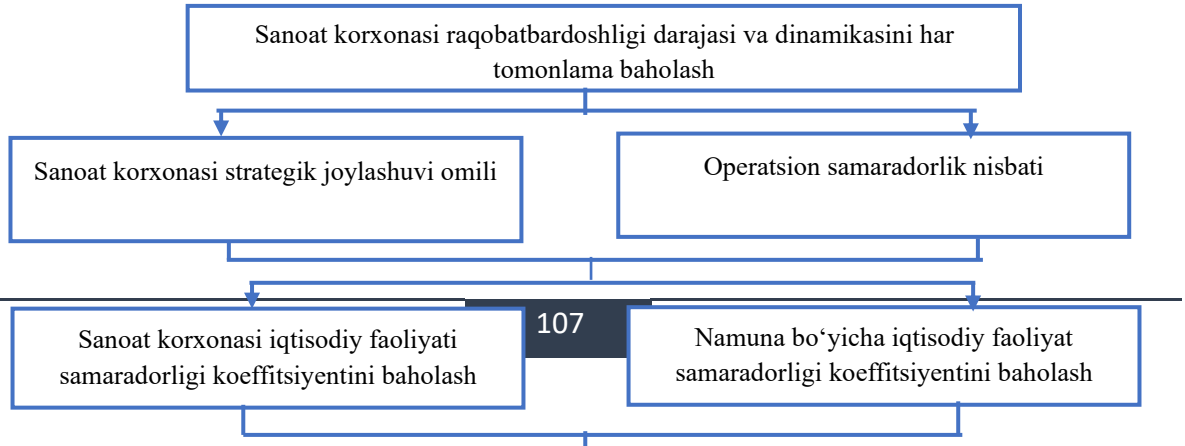
$$K_r= O_э/R*(\Delta D/\Delta D^s) \quad (9)$$

Ko‘rsatkichning qiymati qanchalik katta bo‘lsa, namunani hisobga olgan holda korxona raqobatdosh bo‘ladi. Raqobatbardoshlik qadriyatlar bilan baholanadi: $0<K<\infty$.

Bundan tashqari, agar , unda tanlovga nisbatan raqobatbardoshlik past bo‘ladi $0<K<1$. (K 0 ga intiladi); $K=1$ korxonaning raqobatbardoshligi namunadagi raqobatbardoshlikka teng bo‘lganda; $K>1$ raqobatbardoshligi namunadagidan yuqori.

Bizning fikrimizcha, raqobatbardoshlikni baholashning dinamik usulining asosiy afzalligi shundaki, baholash raqobatbardoshlikning yakuniy ko‘rsatkichlari - uning faoliyati barqarorligini belgilaydigan korxonaning rentabelligi va bozor ulushi bo‘yicha amalga oshiriladi [4]. Bu usul omillarni baholashdan farqli o‘laroq, natijalarning sezilarli ishonchliligini ta’minlaydi. Uning o‘ziga xos afzalligi shundan iboratki, asosiy e’tibor jarayonlarni dinamikada o‘rganishga qaratilgan.

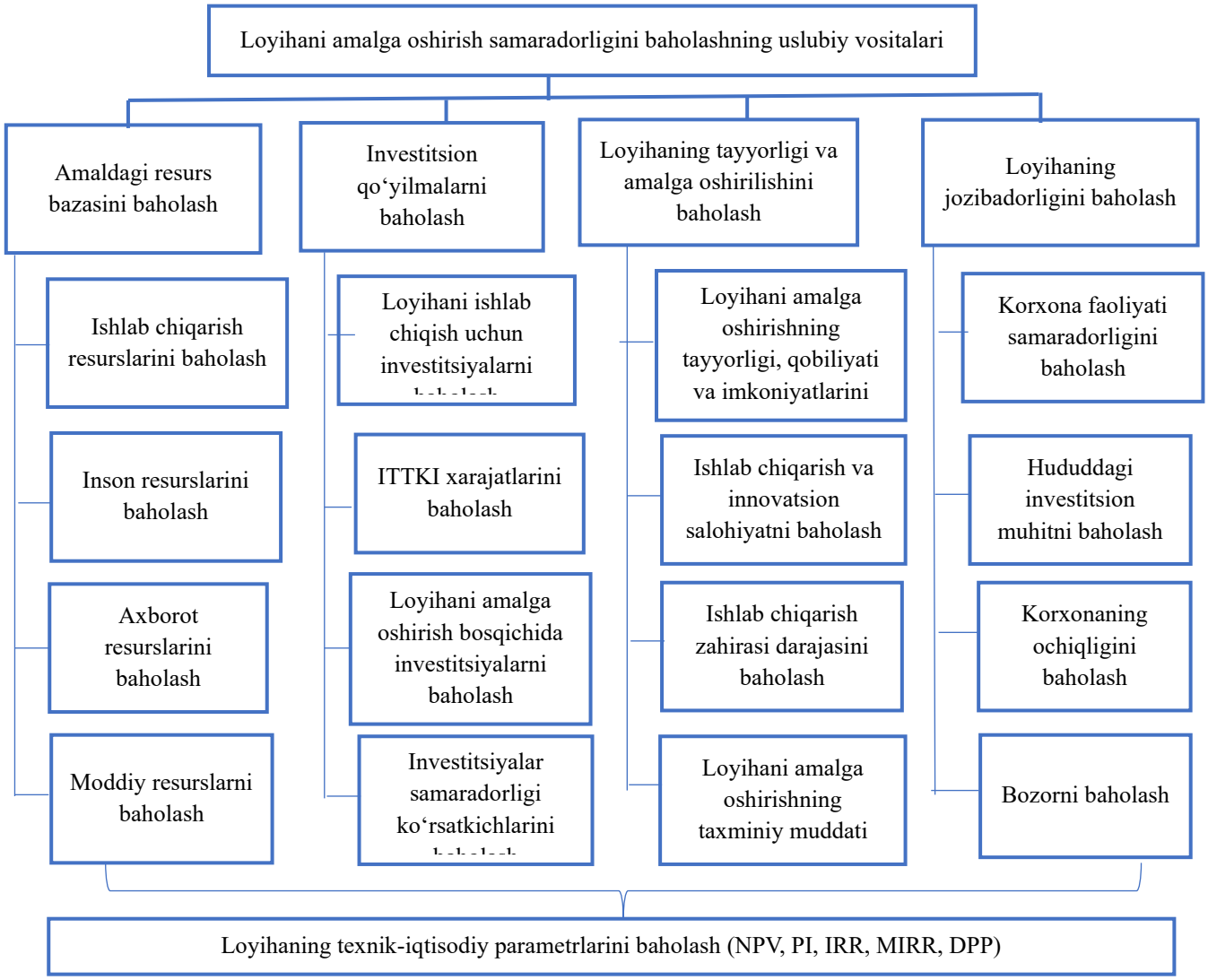
Korxonaning raqobatbardoshligini baholash usullarini tahlil qilingach, biz tomondan korxona raqobatbardoshligini baholashning kompleks metodologiyasi taklif etildi (1-rasm).



1-rasm. Sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini baholashning kompleks metodologiyasi [muallif ishlanmasi]

Sanoat korxonasi samaradorligi, barqarorligi va raqobatbardoshligini baholashning muhim elementi uning biznes loyihalarini amalga oshirish samaradorligini aniqlashdir. Ko‘pgina tadqiqotlarda loyihaning texnik-iqtisodiy parametrlarini baholashda asosiy yondashuvlar statistik (PP, ARR) va dinamik (NPV, PI, IRR, DPP) usullardir [5]. Ushbu yondashuvlar loyihaning investitsion jozibadorligini tahlil qilishda moliyaviy koeffitsiyentlardan foydalanishga asoslangan.

Shu bilan birga, ular loyihani keng ma’noda tavsiflay olmaydilar, chunki ular korxonaning salohiyatini, foydalanilayotgan resurs bazasini va loyihaning bozor jozibadorligini hisobga olmaydilar. Umumiy uslubiyot doirasida bizningcha quyidagi vositalar yordamida biznes-loyihalarni amalga oshirish natijalarini baholash usulini qo‘llash maqsadga muvofiq (2-rasm).



2-rasm. Sanoat korxonalarining biznes loyihalari samaradorligini baholashning uslubiy vositalari [muallif ishlanmasi]

Vositalar to‘plamida baholash ko‘rsatkichlari alohida-alohida ishlab chiqilgan. Baholash metodologiyasining asosiy qismi korxonaning xo‘jalik faoliyatini, uning resurs bazasini tahlil qilishdan iborat.

Keyinchalik, investitsiyalariga bo‘lgan ehtiyoj baholanadi, loyihaning tayyorligi va jozibadorligi baholanadi. Loyihaning texnik-iqtisodiy ko‘rsatkichlarini yakuniy baholash loyiha samaradorligining an’anaviy ko‘rsatkichlari - NPV, IRR, PI, DPP yordamida amalga oshiriladi.

Amalga oshirilayotgan loyihalar samaradorligini baholash vositalarini takomillashtirish bo‘yicha taklif etilayotgan yo‘nalishlar baholash tartib-qoidalari va loyiha samaradorligi ko‘rsatkichlarini birlashtirish, loyihaning daromadlari va xarajatlarini baholash imkonini beradi. Sanoat korxonalari faoliyatini baholash ishlab chiqarish faoliyatida muhim ahamiyatga ega bo‘lib, olingan natijalar asosida asosli qarorlar qabul qilish, korxonalar foydasini oshirish imkonini beradi.

Zamonaviy nazariya va amaliyotda korxona raqobatbardoshligini boshqarishning eng muhim jihati - raqobatbardoshlikni miqdoriy baholash, tahlil qilish, raqobatbardoshlikni prognozlashtirish, marketing va moliyaviy ko‘rsatkichlarni oshirish usullarini tadqiq etish va strategik normalarni shakllantirishdir. Ularni qo‘llash bozor ishtirokchilarining qiyosiy tahlilini o‘tkazishga va boshqaruv qarorlarini qabul qilishga imkon beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Белоусов, В.Л. Анализ конкурентоспособности фирмы / В.Л. Белоусов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 5 (25).
2. Романова, О.А., Конкурентоспособность предприятия: методы оценки, стратегии повышения / О.А. Романова // Современная конкуренция. 2007. – № 5 . – С. 78–84
3. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учебное пособие / Р.А. Фатхутдинов. – Москва: Маркет ДС, 2008. – 432 с.
4. Аблаев, А.Р. Выбор метода оценки конкурентоспособности предприятия / А.Р. Аблаев, Р.Р. Аблаев // Вестник СЕВНТУ. – 2012. – № 130.
5. Абакумова, К.Н. Инновационная политика как способ поддержания конкурентоспособности и развития / К.Н. Абакумова// Инновации и инвестиции. – 2017. – № 3. – С. 18–21.
6. Yuldasheva Nilufar Abduvakhidovna. (2022). Classification of innovative strategies of industrial enterprises. International journal of social science & interdisciplinary research ISSN: 2277-3630 Impact Factor: 7.429, 11(06), 239–242. Retrieved from http://www.gejournal.net/index.php/IJSSIR/article/view/699
7. Yuldasheva Nilufar Abduvakhidovna. (2022). Directions for the effective use of innovative strategies in the management of industrial enterprises. Open Access Repository, 8(6), 125–129. https://doi.org/10.17605/OSF.IO/NH86J
8. Юлдашева Н.А. Научно-теоретические аспекты разработки инновационных стратегий в управлении промышленными предприятиями // Бюллетень науки и практики. 2022. №5. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/nauchno-teoreticheskie-aspekty-razrabotki-innovatsionnyh-strategiy-v-upravlenii-promyshlennymi-predpriyatiyami