

KPI SHAHSIY BAHOLASHNING ZAMONAVIY TIZIMI

Abdumo‘minov Muzaffar Erkin o‘g‘li

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

Inson Resurslarini boshqarish fakulteti 2-kurs magistranti

Annotatsiya: Mazkur maqolada tarmoqlarning bozor mexanizmida asosiy bo‘g‘inga aylanib borayotgan savdo xizmatlarida yordam beruvchi KPI shaxsiy baholash tizimlarini har tomonlama chuqur o‘rganish maqsad qilangan

Kalit so‘zlar: raqobat, modernizatsiya, boshqaruv vektori, sub’ektiv ko‘rsatkichlar, korxonalar, savdo xizmatlari.

KIRISH

Bugungi kunda yurtimizda amalga oshirilayotgan islohotlar milliy iqtisodiyot samaradorligini oshirishga qaratilgan. Uning tarkibiy qismi bo‘lib hisoblangan savdo xizmatlari sohasini rivojlantirish – aholiga ko‘rsatilayotgan savdo xizmatlari sifatini oshirish hamda turli xildagi talablarini qondirish muhim yo‘nalishlardan biri hisoblanadi.

O‘zbekistonda so‘nggi yillarda milliy iqtisodiyotni tubdan modernizatsiya qilish bo‘yicha olib borilayotgan keng qamrovli islohotlar doirasida mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy hayoti va davlat boshqaruvi tizimiga raqamli texnologiyalarni joriy etish borasida qator choratadbirlar amalga oshirildi. Xususan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi PF4947sonli «O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida»gi Farmonida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish, iqtisodiyotda davlat boshqaruvini kamaytirish, davlat va xususiy sektorlarning o‘zaro foydali hamkorligining zamonaviy shakllarini, «Elektron hukumat» tizimini rivojlantirish bo‘yicha chora-tadbirlarni amalga oshirish ustuvor vazifalar sifatida belgilab berilgan.

TADQIQOT METODOLOGIYASI VA EMPIRIK TAHLIL

Zamonaviy tadqiqotlarda samaradorlik ko‘rsatkichlarini attestatsion va xarajatli ko‘rsatkichlarga ajratilmoqda. Attestatsion samaradorlik ko‘rsatkichlari umumiy natijalarni va korxonaning yalpi rivojlanishini aniqlashni maqsad qiladi. Xarajatli samara dorlik ko‘rsatkichlari esa korxonaning ma‘lum bir faoliyat turida xarajatlar va ularning qoplanish darajasini o‘lchashni maqsad qiladi.

1-jadval. Savdo korxonalaridagi samaradorlik ko'rsatkichlari turlari

Samaradorlik ko'rsatkichlari turlari	Izoh
Ob'ektiv ko'rsatkichlar	Korxonaning ob'ektiv moliyaviy va iqtisodiy holatini baholash uchun ishlab chiqilgan ko'rsatkichlar
Sub'ektiv ko'rsatkichlar	Korxonada xodimlarining psixologik va jismoniy resurslarini baholashga qaratilgan ko'rsatkichlar
Attestatsion ko'rsatkichlar	Korxonaning umumiy rivojlanish holatini aniqlashni maqsad qilgan ko'rsatkichlar
Xarajatli samaradorlik ko'rsatkichlari	Korxonaning ma'lum bir tovar yoki xizmatni ishlab chiqarish va sotishgaketgan xarajatlarni baholashni maqsad qiladi
KPI (key performance in dicators) Asosiy faoliyatko'rsatkichlari	Korxonaning oldiga qo'ygan maqsadlariga erishishini ta'minlanganligini baholashga yo'naltirilgan ko'rsatkichlar

Bugungi kunda KPI asosiy faoliyat ko'rsatkichlarini ko'plab tashkilotlarda tobora ko'proq qo'llanilmoqda. KPI ko'rsatkichlar tizimini yaratish orqali nafaqat individual korxonalar, balki butun sanoat turlarini ham baholash imkoniyati paydo bo'ladi. Masalan, Biletix.ru onlayn savdo agentligining bosh direktori A.Siznitsevga ko'ra onlayn savdoda oflayn savdoda qo'llaniladigan ko'rsatkichlarning ko'pi samaradorlikni aniqlashda qo'llanilmaydi. Siznitsevga ko'ra onlayn savdo bozorida bozorning o'sishi savdo hajmlari o'sishidan sekinroq bo'lgani sababli odatda onlayn savdo do'konlari samaradorlik normasini onlayn savdo bozorining o'sish tezligini belgilab olinadi. Agar savdo hajmlarining o'sishi umumiy bozorning o'sish tezligidan pastroq bo'lsa, demak samaradorlik pasaygan degan xulosani beradi. Bu holatda veb-sayt reklamasini ko'paytirish va xizmat ko'rsatish sifatini oshirishga ko'proq e'tibor qaratiladi. Shu bilan birga, onlayn savdoda qo'shilgan qiymati yuqoriroq tovar va xizmatlarning jami sotilgan tovar va xizmatlardagi ulushining o'sishi samaradorlikning o'sishini anglatadi.

Onlayn savdoning muhim jihatlardan yana biri bu rentabelligi yuqori bo'lgan savdo kanallari orqali sotuvlar hajmini oshirish hisoblanadi. Ya'ni yuqori darajada mashhur bo'lgan platformalar orqali savdo hajmlarini ko'paytirish daromadlarni tezda yuqorilashiga olib keladi. Yana bir muhim samaradorlik ko'rsatkichlaridan biri bu sodiq mijozlar sonining ko'payishi hisoblanadi. "Sodiq" mijoz deganda ikki martadan ko'p marta tovar va xizmatlarni sotib olgan mijozlar nazarda tutiladi. Yuqorida keltirilgan samaradorlik ko'rsatkichlar o'ziga xos KPI bo'lib xizmat qiladi. KPI yordamida xodimlarning natijaviyligini samarali baholash imkoniyati paydo bo'ladi. KPI ni qamrov darajasiga qarab operatsion va global turlarga ajratish

mumkin. Operatsion KPI deganda korxonaning joriy holatida yuz berayotgan tashqi o'zgarishlarni vaqtida aniqlash va rejali choralar ko'rishni nazarda tutadi. Aynan shu turdagi KPI asosida korxonada mahsulot sifatlilik darajasini ham aniqlash mumkin. Global KPI esa korxonaning umumiy rivojlanishida muammolarni aniqlash va bartaraf etishga yo'naltirilgan bo'ladi.

XULOSA VA MUNOZARA

Umuman olganda, KPI korxonada rahbariyati tomonidan xodimlarga aniq vazifalarni qo'yishi va ushbu vazifalarning bajarilishi ustidan qat'iy nazorat o'rnatilishi bilan bog'liq hisoblanadi. Ushbu usul korxonada natijalarini oldindan hisoblash imkoni borligi va bosh strategiyani vaqt davomida to'g'rilab borish imkoni borligiga asoslangan gipotezada qurilgan hisoblanadi. KPI ning boshqa samaradorlik ko'rsatkichlaridan ustunligi shundaki, ushbu ko'rsatkichlar tizimi har bir korxonada uchun faoliyat turiga qarab individual tuziladi hamda yuqori natijadorlikka erishgan xodimlarni aniqlash va ularni rag'batlantirishga zamin yaratadi. Savdo xizmatlarida KPI quyidagilarga asoslanadi: mahsulot realizatsiyasi, foyda, tannarx, aylanma kapital va korxonada rezervlari hajmi kabilar hisoblanadi.

ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2008 yil 15 iyuldagi «Innovatsion loyihalarni va texnologiyalarni ishlab chiqarishga tatbiq etishni rag'batlantirish bora sidagi qo'shimcha choratadbirlar to'g'risida»gi PQ916son qarori. <https://lex.uz/ru/docs/1372342>
2. Savdo iqtisodiyoti muammolari. O'quv qo'llanma. // G'.H.Qudratov, B.A.Abdukarimov, M.Q.Pardaev, A.Bektemirov, Sh.A.Sultonov, F.B.Abdukarimov, U.N.Normurodov, Z.S.Artikov, O.M.Pardaeva, Sh.Sh.Negmatova; // I.f.d., professor M.Q.Pardaevning umumiy tahriri ostida.
– T.: «IQTISODMOLIYA» nashriyoti, 2016. – 430 bet.
3. Xaydarov M.T., Muminov N.G. Davlat xaridlari bo'yicha axborot portalini amal qilishini tashkil etish tamoyillari // *Ekonomika i finansy (Uzbekistan)*. 2011. № 3. B.8995.
4. Samuelson P., «*Ekonomika*» T., INAO, «ALGON» VNIISI, 1992, s.36.
5. Kotler F. «*Osnovy marketinga*». M., Progress, 2010 s. 54
6. Dilovar Najmiddinovich Rashidov, Sharofat Amonovna Kadirova, & Ziyoda Abduvositovna Karimova (2022). MEHNAT BOZORIDA TENG SHARTLARDA RAQOBATLASHA OLMAYDIGANLAR, AYNIQSA NOGIRONLARNI ZAXIRALANGAN ISH O'RINLARIGA ISHGA JOYLASHTIRISH MUAMMOLARI. *Academic research in educational sciences*, 3 (TSTU Conference 2), 281-285.
7. Рашидов Диловар Нажмиддинович, & Холбоев Йигитали Авганович (2022). КОРХОНА ВА ТАШКИЛОТЛАРДА ИЖТИМОЙ ҲИМОЯГА МУҲТОЖ ШАХСЛАР УЧУН ИШ ҲАМДА ҲАМРАФЛАРИНИ ҲАМРАФЛАРИНИ КЕСИМИДА ЗАХИРАЛАШНИНГ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ. *Трансформация моделей корпоративного управления в условиях цифровой экономики*, 1 (1), 73-78. doi: 10.24412/cl-36899-2022-1-73-78