

САНОАТ КОРХОНАЛАРИНИНГ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ БАҲОЛАШГА ТИЗИМЛИ ЁНДАШУВ

Абдуллаева Матлуба Нематовна, и.ф.н., доцент, ТДТУ

Аннотация. Ушбу мақолада саноат корхоналари, хусусан металлургия корхоналарининг рақобатбардошлигига таъсир этувчи омиллар ҳамда уни баҳолашга тизимли ёндашув кўриб чиқилган.

Калит сўзлар. Саноат корхоналари, рақобат, металл маҳсулотлари, иқтисодий самарадорлик, металлургия корхоналари, инвестицион жозибадорлик, стратегия.

Annotation. This article examines the factors affecting the competitiveness of industrial enterprises, especially metallurgical enterprises, and a systematic approach to its assessment.

Keywords. Industrial enterprises, competition, metal products, economic efficiency, metallurgical enterprises, investment attractiveness, strategy.

Ҳозирги вақтда бозорда рақобатбардош бўлиш учун бозорга фақат юқори сифатли товарларни етказиб бериш етарли бўлмайди. Истеъмолчилар учун юқори сифат билан бир қаторда, маҳсулотнинг умуман рақобатбардошлиги, ишлаб чиқариш ва бошқарувнинг юқори техник даражаси, корхона имиджи, корхонанинг товар сотиш имкониятлари каби омиллар ва бошқалар муҳим роль ўйнайди.

Умуман олганда, ҳар қандай баҳолаш, шу жумладан саноат, хусусан металлургия корхонасининг рақобатбардошлигини баҳолаш ҳам баҳолаш моделининг бир-бири билан боғлиқ бўлган бир нечта таркибий қисмларини ўз ичига оладики, ушбу моделга кўриб чиқиладиган вазифани ҳал қилиш билан боғлиқ равишда қуйидагилар киради:

- баҳолашнинг мақсади;
- баҳолаш объекти (маълум бир бозорда саноат корхонасининг рақобатбардошлиги – параметр ва кўрсаткичлар);
- баҳолаш субъекти (баҳолашни амалга оширувчи шахс);
- баҳолаш базаси (баҳолаш мақсадлари, тамойиллари ва усуллари, бозорда рақобатчиларнинг параметрлари ва кўрсаткичлари);
- баҳолаш натижаси.

Шуни таъкидлаш керакки, металлургия корхонасининг рақобатбардошлигини баҳолашда мумкин бўлган аниқ субъектлар таркибига, баҳолаш мақсадига қараб қуйидагиларни киритиш мумкин:

- бевосита ўрганилаётган металлургия корхонаси, у масалан ўзининг муайян бозордаги рақобатбардошлигини ўзи баҳолайди;
- бевосита ўрганилаётган металлургия корхонасининг буюртмасига биноан мустақил ташкилот;
- истеъмолчи (иккинчи тараф ёки истеъмолчи номидан), яъни улгуржи ёки чакана (интуитив даражада) миждоз (ёки истеъмолчи номидан);
- давлат ташкилоти ёки у тайинлаган орган (учинчи тараф);
- меҳнат буюмлари ва воситаларини етказиб берувчи (иккинчи тараф ёки унинг буюртмасига биноан бошқа ташкилот);
- қарз берувчи, потенциал ёки ҳақиқий инвестор ва бошқалар.

Жаҳон иқтисодий тенденцияларини ҳисобга олган ҳолда, замонавий шароитда саноат маҳсулотларининг рақобатбардошлик муаммоси сифат жиҳатидан янги ўлчовга эга бўлмоқда, бу эса ишлаб чиқаришнинг иқтисодий самарадорлигини ошириш ва саноат соҳасида таркибий силжишларни амалга ошириш мақсадида инновацион-технологик иқтисодиётни шакллантириш жараёнининг энг муносиб акси ҳисобланади[1].

Шу билан бирга, адабиётларда саноат корхонасининг рақобатбардошлигини баҳолаш усуллариининг тўғри таснифи деярли учрамайди. Бирок, рақобатбардошликнинг ажралмас қисми сифатида сифат даражасини баҳолаш усуллариининг таснифи кўплаб олимлар томонидан ишлаб чиқилган.

Ю.Я. Еленеванинг [2] тадқиқотида ташкилотнинг бозор қиймати кўрсаткичига асосланган ёндашув кўриб чиқилган бўлиб, у ташкилот фаолиятини ҳар томонлама баҳолайди ва бошқарув сифати ҳамда молиявий ҳолатини тўғри акс эттиради. Ёндашув асосида саноат корхонаси ҳолатининг куйидаги асосий тавсифномалари таклиф қилинади:

- тўлов қобилияти;
- самарадорлик;
- стратегик бошқарув;
- бошқарув тизимининг мослашувчанлиги;
- молиявий ва бошқарув шаффофлиги;
- бизнеснинг бошқарилувчанлиги;
- инвестицион жозибадорлик.

Кўриб чиқилган ёндашувлар асосида биз металлургия корхонасининг молиявий-хўжалик фаолияти самарадорлигини акс эттирувчи мезонлар ва кўрсаткичларнинг уч гуруҳдан иборат мажмуини шакллантирдик (1-жадвал).

1 -жадвал

**Металлургия корхонасининг молиявий-хўжалик фаолияти
самарадорлиги мезонлари ва кўрсаткичлари**

Фаолият сифатини тавсифловчи мезонлар	Кўрсаткичларни ҳисоблаш усуллари	Иқтисодий мазмуни
1. Металлургия корхонасининг ишлаб чиқариш фаолиятининг самарадорлиги	1. Фонд қайтими = Маҳсулот таннархи / асосий фондлар қиймати	Асосий ишлаб чиқариш фондларидан фойдаланиш самарадорлиги
	2. Товарнинг соф фойда ва ишлаб чиқариш таннархи бўйича рентабеллиги = (соф фойда / сотиш таннархи) x 100	Товар ишлаб чиқаришнинг фойдалилик даражаси
	3. Меҳнат унумдорлиги = маҳсулотдан ялпи тушум / ходимларнинг ўртача сони	Ишлаб чиқаришни ташкил этиш ва ишчи кучидан фойдаланиш самарадорлиги
2. Металлургия корхонасининг молиявий ҳолати	1. Автономлик коэффициенти = ўз маблағлари / активлар қиймати	Ташкилотнинг қарз манбаларидан мустақиллиги
	2. Тўлов қобилияти коэффициенти = айланма маблағлар / қисқа муддатли мажбуриятлар	Ташкилотнинг ўз молиявий мажбуриятларини бажариш ва банкротлик эҳтимолини ўлчаш қобилияти
	3. Мутлақ ликвидлик коэффициенти = пул маблағлари, қисқа муддатли молиявий инвестициялар / жорий (қисқа муддатли) мажбуриятлар	Компаниянинг қарздорликни дарҳол тўлаш қобилияти
	4. Айланма маблағларнинг айланиш коэффициенти = айланма маблағларнинг ўртача йиллик миқдори / маҳсулотни сотиш миқдори x	Айланма маблағлардан фойдаланиш самарадорлиги. Айланма маблағларнинг барча ишлаб чиқариш ва муомала босқичларини

	даврдаги кунлар сони (ёки 365)	босиб ўтишига кетадиган вақтга тенг
3. Маҳсулотни сотиш ва силжитишни ташкил этиш самарадорлиги	1. Савдо рентабеллиги коэффиценти = соф фойда / маҳсулот сотишдан олинган соф тушум	Ташкилотнинг бозордаги ишининг фойдадорлик даражаси, товар нархини тўғри белгилаш
	2. Тайёр маҳсулотнинг тўпланиб қолиш коэффиценти = сотилмаган маҳсулотлар ҳажми / сотиш ҳажми	Тайёр маҳсулотнинг тўпланиб қолиш даражаси. Кўрсаткичнинг ўсиши талабнинг камайганлигини кўрсатади.
	3. Ишлаб чиқариш қувватини юклаш коэффиценти = маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми / ишлаб чиқариш қуввати	Корхонанинг ишбилармонлик фаоллиги, сотиш хизматининг иш самарадорлиги
	4. Реклама ва сотишни рағбатлантириш воситалари самарадорлиги коэффиценти $\mathcal{E} = \frac{(T_d \times H_T)}{100} - (U_p + U_d)$ <p>Э - рекламанинг иқтисодий самараси, сўм. Т_д - реклама таъсири натижасида қўшимча товар айланма; сўм Н_т – товарга савдо устамаси, сотиш баҳосига нисбатан % да; U_р – реклама харажатлари; U_д - товар айланмаси қўшимча ўсиши учун қўшимча харажатлар, сўм</p>	Реклама ва сотишни рағбатлантириш воситаларининг иқтисодий самарадорлигини тавсифлайди

	<p>5. Рекламанинг рентабеллиги</p> $P = \frac{\Pi \times 100}{U}$ <p>P – маҳсулотни реклама қилиш рентабеллиги,%; П - товарни реклама қилишдан олинган фойда, сўм; U – мазкур маҳсулотни реклама қилиш харажатлари, сўм</p>	<p>Олинган фойданинг харажатларга нисбати. Бу кўрсаткич реклама харажатларининг самарадорлигини аниқ кўрсатади.</p>
--	---	---

Манба: муаллиф томонидан ишлаб чиқилган

Биринчи гуруҳга ишлаб чиқариш жараёнини бошқариш самарадорлигини тавсифловчи кўрсаткичлар: ишлаб чиқариш харажатларининг тежамлилиги, асосий фондлардан оқилона фойдаланиш, товарларни ишлаб чиқариш технологиясининг мукамаллиги, ишлаб чиқаришда меҳнатни ташкил этиш кабилар киради.

Иккинчи гуруҳга айланма маблағларни бошқариш самарадорлигини акс эттирувчи кўрсаткичлар: ташкилотнинг ташқи молиялаштириш манбаларидан мустақиллиги, ташкилотнинг ўз қарзларини тўлаш қобилияти, келажакда ташкилотнинг барқарор ривожланиши имконияти кабилар киради.

Учинчи гуруҳга реклама ва рағбатлантириш воситалари орқали бозорда маҳсулотни сотиш ва силжитишни бошқариш самарадорлиги тўғрисида маълумот берувчи кўрсаткичлар киради.

Компаниянинг рақобат стратегияси одатда хужумкор ва мудофаа ҳаракатларини ўз ичига олади ва улар орасида бозор шароитлари билан оқланган ҳаракатларга алоҳида эътибор беради.

Рақобатбардошликни баҳолаш жиҳатидан энг кўп эътироф этилган тадқиқотлар М.Портерга тегишли бўлиб, у ташкилотнинг рақобатбардошлигига таъсир этувчи қуйидаги беш омилни аниқлаган:

- мавжуд рақобатчиларга қарши кураш;
- янги рақобатчилар томонидан таҳдидлар;
- етказиб берувчилар билан савдолар ўтказиш имконияти;
- истеъмолчиларнинг танлов қилиш ва улар билан савдо қилиш имкониятлари;
- муқобил маҳсулотлар ва хизматлар (аналог маҳсулотлар) томонидан таҳдидлар.

Портер кўриб чиқилган омиллар асосида бизнеснинг қуйидаги учта асосий стратегиясини аниқлаган, корхоналар улардан фойдаланиб рақобат устунликларига эришишга ҳаракат қилмоқдалар:

- маълум бир тармоқ ёки бизнес соҳасида энг паст таннархли маҳсулот ишлаб чиқариш учун паст ишлаб чиқариш харажатларига эга ишлаб чиқарувчи бўлишга интилиш;

- истеъмолчиларнинг эҳтиёжлари ва талабларини тўлароқ қондириш учун маҳсулотлар ва хизматларни дифференциациялашга интилиш, бу эса ўз навбатида нисбатан юқори нархларни назарда тутди;

- қатъий белгиланган доирадаги истеъмолчиларнинг эҳтиёжлари ва талабларини паст нарх ёки юқори сифат ҳисобига қондириш учун бозорнинг асосий сегментларига эътибор қаратиш.

Шундай қилиб, қуйидаги вазифаларни ҳал қилиш орқали рақобат устунликларига эришиш мумкин:

- маҳсулот (хизмат)нинг сифати ва истеъмол хоссаларини яхшилаш;
- харажатларни камайтириш ва энг мақбул нарх даражасини сақлаб туриш;
- ўз маҳсулотларини бозорнинг юқори даражадаги турли-туманлиги туфайли рақобат заифлашган мақсадли сегментларга йўналтириш[3].

Адабиётлар рўйхати

1. Курбанова Д.М. Повышение конкурентоспособности промышленности Узбекистана как направление индустриально-инновационного развития страны/ Материалы науч.-прак. конф.на тему «Вопросы развития национальной экономики: российский и зарубежный опыт» Пермь, 2010.С.171-179.

2. Еленева, Ю.Я. Теория и методы разработки системы обеспечения конкурентоспособности промышленных предприятий: автореф. дис. ... д-ра экон. наук. М.: 2002.

3. Портер М. Конкуренция. М.: Вильямс, 2005. 602 стр.

4. Boltaevna, S. F. A., & Upashevna, A. L. (2022). Signs of Innovation Economy and its Assessment Indicators. *Specialusis Ugdyimas*, 2(43), 3178-3190.

5. Шакирова, Ф. Б. (2022). ИННОВАЦИОН РИВОЖЛАНИШ МОДЕЛЛАРИ ВА УЛАРНИНГ ИҚТИСОДИЙ ЎСИШ БИЛАН АЛОҚАДОРЛИГИ. *Journal of new century innovations*, 17(1), 101-105.

6. Шакирова, Ф. Б. (2022). МАМЛАКАТДА ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ВА САМАРАЛИ ИҚТИСОДИЙ ЎСИШНИ ТАЪМИНЛАШНИНГ ЗАРУРЛИГИ. *Journal of new century innovations*, 17(1), 114-118.

7. Boltaevna, S. F. A., & Upashevna, A. L. (2022). Signs of Innovation Economy and its Assessment Indicators. *Specialusis Ugdyimas*, 2(43), 3178-3190.

8. Akbarova, L. U. (2022). APPLICATION OF PEDAGOGICAL TECHNOLOGIES IN PRACTICAL CLASSES IN THE DISCIPLINE" ECONOMIC THEORY". *Journal of new century innovations*, 16(1), 133-3/. Akbarova, L. U. (2022). APPLICATION OF PEDAGOGICAL TECHNOLOGIES IN PRACTICAL CLASSES IN THE DISCIPLINE" ECONOMIC THEORY". *Journal of new century innovations*, 16(1), 133-135.

9. Akbarova, L. U. (2022). THE SIGNIFICANCE OF ECONOMIC THEORY IN KNOWING AND SOLVING PROBLEMS OF ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN. *Journal of new century innovations*, 16(1), 128-129.