



## AKTUAR MOLIYA VA BUXGALTERIYA HISOBI ILMIY JURNALI

Vol. 4 Issue 11 | pp. 20-25 | ISSN: 2181-1865

Available online <https://finance.tsue.uz/index.php/afa>

### SANOAT KORXONALARINI SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI.



**Muxtarov Maxmudjon Marifovich**

Andijon mashinasozlik instituti  
Intellectual boshqaruv va kompyuter tizimlari  
fakulteti dekani i.f.f.d

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada sanoat korxonalarida marketing faoliyatini ahamiyati, bugungi kundagi mavjud holati, shuningdek ishlab chiqarish samaradorligiga korxonalar marketing faoliyati ta'siri o'rganilgan. Muallif mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirish, korxonalarining iqtisodiy natijalarini yaxshilash va iqtisodiy samaradorlikni oshirish bo'yicha mulohazalar yuritadi.

**Аннотация:** В данной статье рассматривается значение маркетинговой деятельности на промышленных предприятиях, текущая ситуация, а также влияние маркетинговой деятельности предприятий на эффективность производства. Автор комментирует развитие экономики страны, улучшение экономических результатов предприятий и повышение экономической эффективности.

**Abstract:** This article examines the importance of marketing activities in industrial enterprises, the current situation, as well as the impact of marketing activities of enterprises on production efficiency. The author comments on the development of the country's economy, improving the economic results of enterprises and increasing economic efficiency.

**Kalitli so'zlar:** sanoat, marketing, innovatsiya, korxonalar, samaradorlik, ishlab chiqarish, baholash, fond qaytimi, kapital qaytimi, mehnat salohiyati, mehnat unumdorligi, iqtisodiyot.

**Ключевые слова:** промышленность, маркетинг, инновации, предприятие, эффективность, производство, оценка, доходность акций, возврат капитала, рентабельность, модернизация, экономика.

**Keywords:** industry, marketing, innovation, enterprise, efficiency, production, valuation, stock return, return on capital, labor potential, labor productivity, economy.

Jahonning rivojlangan davlatlari amaliyotida ham mavjud ishlab chiqarish imkoniyatlaridan foydalanish darajasi aholi turmush farovonligiga bevosita bog'liq. Sanoat korxonalarini rivojlanishi asosida ham mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy jihatdan rivojlanadi.

Sanoat korxonalarining iqtisodiy natijalari marketing faoliyati natijalariga bog'liq bo'lib, amaliyotda ham ishlab chiqarish faoliyati natijalarini shartli ravishda uchga bo'lib o'rganish mumkin:

- ta'minot jarayoni (50 foiz);
- ishlab chiqarish jarayoni (20 foiz);
- sotuv jarayoni (30 foiz).

Mahsulot ishlab chiqarish jarayonining asosiy bosqichlari ta'minot va sotuvga to'g'ri keladi. Sanoat korxonalarida faoliyatida mahsulotlarni sotishni samaradorlikka ta'siri kundan kunga hamayati ortib bormoqda, bunda bevosita korxonalarining marketing faoliyati natijalarini o'rganish talab etiladi.

Sanoat korxonalarida iqtisodiy marketing samaradorligi tushunchasiga turlicha yondashuvlar mavjud.

V.Y.Glebov tadqiqotida korxonalar iqtisodiy natijalariga ichki va tashqi omillarni umumlashtirgan holda baholagan bo'lib, muallif omillarni o'zaro bir-biriga ta'siri yuqoriligini o'rgangan va bunga bozor omili va korxonani marketing strategiyasini to'g'ri belgilash ahamiyatini [3] yoritib bergan.

O.Rodionov samaradorlikka ta'sir etuvchi omillarni ishlab chiqarishni avtomatlashtirish, xodimlar malakasi, ishlab chiqarish infratuzilmasi, mahsulot sifatini boshqarish, ishlab chiqarish jarayonlarini kuzatish, ishlab chiqarishni bozorga moslashtirish hamda rag'batlantirishga ajratib guruhga umumlashtirgan holda o'rgangan [11]. Bundan ko'rinib turibdiki sanoat korxonalarining iqtisodiy natijalari bevosita infratuzilma, mehnat salohiyati, ishlab chiqarish kuchlaridan foydalanish holati va marketing strategiyasiga bog'liq.

Ishlab chiqarish va bozor aloqalarini sanoat korxonalarida iqtisodiy samaradorligiga ta'sirini D.A.Fedin [4], M.B.Chirkova [5], G.Stigler [6], Ye.K.Chirkunova [7], N.I.Morozkolar [8] iste'molchilar talablari, ichki va tashqi bozordagi raqobatdan kelib chiqib, ishlab chiqarishni tashkil etish va mahsulot hajmiga ta'sirini hamda mahsulotlar realizatsiyasi va yetkazib berish shart-sharoitlariga bog'liqligini asoslaganlar.

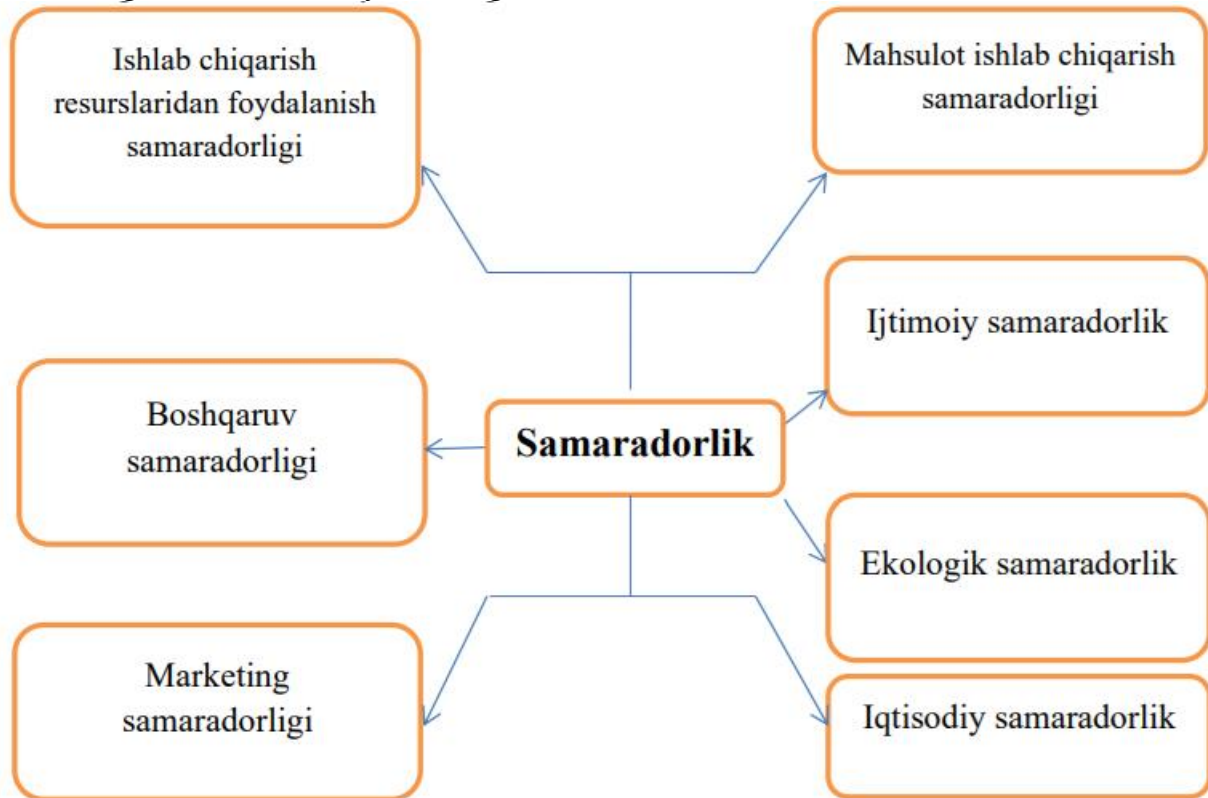
A.M.Kadirov esa sanoat korxonalarini iqtisodiy barqarorligini o'rgangan. U korxonalarining rentabelligini ta'minlash uchun moliyaviy, ishlab chiqarish, marketing va texnologik barqarorlik ko'rsatkichlarini tahlil etgan. Shuningdek, muallif yuqoridagi to'rt omil (moliyaviy, ishlab chiqarish, marketing va texnologik) asosida barqaror rivojlanishni hozirgi darajasi va kelgusidagi o'zgarish dinamikasiga baho bergan [9].

Yuqorida nomlari keltirilgan barcha mualliflar tadqiqotlarida samaradorlikka ta'sir etuvchi omillarni ichki va tashqi omillar ta'siri yuqori. Shu sababli samaradorlikka mavjud resurslardan foydalanish darajasi hamda ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarga bozordagi talab va taklif holati ham ta'sirini baholash zarur. Demak, zamonaviy texnologiyalar bilan ishchi malakasi mutanosibligining o'zi samaradorlik uchun yetarli bo'lmaydi. Samaradorlikni ta'minlashda bozor muvozanatini talab va taklif muvofiqligiga e'tibor qaratish zarur.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, samaradorlikni shartli ravishda quyidagicha guruhlariga ajratishimiz mumkin (1-rasmga qarang).

**Mahsulot ishlab chiqarish samaradorligi.** Mahsulot ishlab chiqarish samaradorligi mahsulot hajmi o'zgarishiga resurslar sarfi ya'ni mahsulot birligiga to'g'ri keluvchi xarajatlar o'zgarishi asosida baholanadi.

**Mahsulot ishlab chiqarish resurslaridan foydalanish samaradorligi.** Bu turdagi samaradorlik xo'jalik yurituvchi sub'ektlar faoliyatidan olinayotgan natijalarni muayyan turdagi resurslarga nisbati asosida o'rganiladi. Ishlab chiqarishda bevosita ishtirok etadigan moddiy resurslar, kapital mablag'lar va mehnat salohiyati bilan bog'liq xarajatlar va ularning alohida turi bo'yicha o'rganiladi.



**1-rasm. Ishlab chiqarish samaradorligi turkumlanishi<sup>1</sup>.**

**Korxonalarining boshqaruv samaradorligi.** Korxonalarining iqtisodiy faoliyatini tashkil etish, barcha sanoat ishlab chiqarish xodimlarini muayyan maqsad asosida faoliyatini ta'minlash, mahsulotlarni diversifikayasini amalga oshirish, qarorlarni qabul qilish jarayonlarini axborot bilan ta'minlash, mahsulot ishlab chiqarish va sotish hajmi, korxonaning bozordagi mavqei hamda yakuniy natija foyda ko'rsatkichlarini o'zgarishi asosida baholanadi.

**Marketing samaradorligi.** Mahsulotlar narxi, reklama, sotuvdan keyingi xizmat asosida baholanib, ishlab chiqarilgan va sotilgan mahsulot hajmi mutanosibligiga asoslanadi, bunda asosiy e'tibor iste'molchilar ehtiyojlari va daromadlari o'zgarishini hisobga olgan holda marketing faoliyatini to'g'ri tashkil etishga qaratiladi.

**Ekologik samaradorlik.** Mahsulot ishlab chiqarish natijasida atmosferaga chiqqan chiqindilar, atrof-muhitga va aholiga salbiy ta'sir ko'rsatishni oldini olishga qaratiladi.

**Iqtisodiy samaradorlik.** Mahsulot ishlab chiqarish va sotish hajmini hamda, mahsulot birligi uchun sarflanayotgan resurslar sarfi o'zgarishi asosida baholanadi.

Shunday qilib, sanoat korxonalarining iqtisodiy samaradorligi maqsadli faoliyatni tavsiflaydi va foydalanilayotgan tabiiy, iqtisodiy, texnik va boshqa resurslardan optimal foydalanishga bog'liq bo'ladi.

<sup>1</sup> Tadqiqotlar natijasida muallif ishlanmasi

O'rganilayotgan metodologiyaning asosiy maqsadi samaradorlikka ta'sir ko'rsatuvchi mezonlarni har tomonlama baholash hisoblanib, marketing samaradorligini o'sishi rentabellikni ta'minlaydi. Demak, sanoat korxonalarini iqtisodiy holatini ifodalovchi omillarga asoslanib samaradorlikni ta'minlovchi marketing samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar tizimini shakllantirishimiz zarur.

Samaradorlikni ta'minlovchi asosiy omillardan biri korxonalarda marketing faoliyatini to'g'ri yo'lga qo'yilganligi bo'lib, sanoat mahsulotlariga bozordagi talabni tez o'zgaruvchanligi marketing samaradorligini aniqlashni talab etadi.

$$Mars = \frac{(1-Mss)+Ks+(1-Kyu)+Rs}{4} \quad (1)$$

Bunda: Mss-sotish uchun sarflangan xarajatlardan foydalanish koeffitsiyenti; Ks-sotish hajmini o'zgarish koeffitsiyenti; Kyu-aylanma mablag'larni yuklanish koeffitsiyenti; Rs-sotilgan mahsulotlar rentabelligi koeffitsiyenti.

Korxonalarining ishlab chiqarish natijalariga marketing samaradorligi ta'sirini Andijon viloyatida ayrim to'qimachilik sanoat korxonalarini ma'lumotlari asosida tahlil qilganimizda korxonalarini marketing samaradorligiga mahsulotlarni sotish xarajatlari va sotish hajmi ta'siri yuqori bo'lgan va amaliyotda diversifikatsiya qilish zarurligini ko'rishimiz mumkin (1-jadvalga qarang).

$$Mars = \frac{(1-Mss)+Ks+(1-Kyu)+Rs}{4} = \frac{(1-0,09)+0,99+(1-0,13)+0,067}{4} = 0,71$$

1-jadval

**Andijon viloyatida ayrim to'qimachilik sanoat korxonalarida marketing samaradorligi holati (koeffitsiyent)<sup>2</sup>**

Yillar	«Skorton tekstil» MCHJ	«Saxovat Teks» MCHJ	«Xo'jaobod turon tekstil» MCHJ
2011-yil	0,64	0,69	0,56
2015-yil	0,69	0,75	0,49
2020-yil	0,68	0,72	0,62
2023-yil	0,71	0,80	0,54

“Skorton tekstil” MCHJ “Skorton tekstil” MCHJda marketing samaradorligi ko'rsatkichi 2023-yil uchun 0,71 koeffitsientni, 2011-yili 0,64 koeffitsientni, 2015-yili 0,69 koeffitsientni va 2020-yili 0,68 koeffitsientga teng bo'lgan. “Saxovat Teks” MCHJ da 2023-yili xisob kitoblarimizga ko'ra bu ko'rsatkich 0,8 koeffitsientga teng bo'lgan va 2015-yilga nisbatan 6 foizga, 2020-yilga nisbatan 14 foizga yaxshilangan.

Demak ishlab chiqarishda marketing samaradorligini ta'minlash nafaqat sanoat tarmog'ini balki iqtisodiyotimizni barcha tarmoqlarni mutanosib rivojlanishini ta'minlovchi manbalardan biri, ya'ni:

- ishlab chiqarish faoliyatini kengaytirish;

<sup>2</sup> «Skorton tekstil» MCHJ, «Saxovat Teks» MCHJ va «Xo'jaobod turon tekstil» MCHJ ma'lumotlari asosida muallif ishlanmasi

- mahsulotlarni yangi turlarini ishlab chiqarishga joriy etish;
- marketing va innovatsion faoliyat asosida iqtisodiy rivojlanishni ta'minlash.

Yuqoridagi ma'lumotlardan kelib chiqqan holda sanoat korxonalarida маркетинг samaradorlikni oshirishda quyidagilarga e'tibor berish zarur:

- sanoat korxonalarida mehnat natijalarini baholash asosida mavjud ishlab chiqarish samaradorligini oshirish imkoniyatlarini aniqlash;
- korxonada ишлаб чиқариш ва бозор алаоқаларини тўғри йўлга қўйиш;
- iqtisodiy samaradorlikni ta'minlashda muvozanatlashgan ko'rsatkichlar tizimidan foydalanish;
- ishlab chiqarish quvvatidan kelib chiqib, bozor iqtisodiyotining o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda ishlab chiqarish strategiyasini shakllantirish. Bunda, asosiy e'tiborni ishlab chiqarish muvozanatini ta'minlashga, bozor talabga mos sifatli mahsulot ishlab chiqarishga va ularning realizatsiyasiga qaratish zarur.

Demak ishlab chiqarish barqarorligini ta'minlash nafaqat sanoat korxonalarini iqtisodiy taraqqiyotini ta'minlaydi, balki aholini iste'mol tovarlari bilan ta'minlaydi, ishsizlikni oldini oladi, pul muomalasini tartibga soladi va milliy iqtisodiyotni barqaror rivojlanishini ta'minlaydi. Yuqoridagilardan kelib chiqqan holda sanoat korxonalarida ishlab chiqarish samaradorligini ta'minlash asosida iqtisodiy barqarorligini ta'minlash, har bir korxonaga mavjud resurslardan samarali foydalanish imkonini beradi.

#### Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvarda "2022-2026 yilarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida" gi PF-60-sonli Farmoni.
2. O'zbekistogn Respublikasi Davlat statistika qo' 'mitas ma'lumotlari.
3. В.Ю.Глебов «Управление эффективностью промышленных предприятий на основе кооперации их деятельности». автореферат. дис. канд. экон. наук. М., 2012 г. 21 ст. О.Родионов «7 шагов к повышению эффективности производства: опыт Компании «ГРАЙН»» статья. Деловой портал «Управление производством» 2020 г.
4. D.A.Fedin «Financial stability by means of the analysis of the current assets of an enterprise», Economic and legal Sciences, 1-1, 2014 y. p 28.
5. M.BChirkova «Legal regulation of cost accounting and the role of cost prices of production in managing the production», Socio-economic problems of innovative development, 2015 y. p.488-493.
6. G.J.Stigler «Essays in the History of Economics». – Chicago: The University of Chicago Press, 1965 y. – p 57.
7. Е.К.Чиркунова «Теоретические основы инновационного управления проблемным объектом» // Экономика и управление собственностью. 2014 г. № 3. Ст. 25–48.

8. Н.И.Морозко «Оценка эффективности деятельности предприятия» Интернет-журнал «Наукоедение» <http://naukovedenie.ru>. Том 7, №2 (март - апрель 2015 г).
9. А.М.Кадиров Sanoat korxonalarining iqtisodiy barqarorligini ta'minlash mexanizmlarini takomillashtirish («Andijonneft» AJ misolida) mavzusidagi (PhD) dissertatsiyasi avtoreferati Toshkent– 2019-y. 11-bet
10. ММ Marifovich - Deutsche Internationale Zeitschrift für Zeitgenössische ..., 2023.
11. О.Родионов «7 шагов к повышению эффективности производства: опыт Компании «ГРАЙН»» статья. Деловой портал «Управление производством» 2020 г.

Copyright: © 2024 by the authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution- 4.0 International License (CC - BY 4.0)

