

М.Р.Болтабаев,
иқтисод фанлари доктори, профессор

ТЎҚИМАЧИЛИК САНОАТИ КОРХОНАЛАРИНИНГ РАҚОБАТДОШЛИГИНИ БАҲОЛАШ УСЛУБИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Тўқимачилик саноати республикамиз иқтисодиётининг етакчи тармоқларидан биридир. Мамлакатимиз иқтисодиётининг реал секторини модернизация қилиш, техник ва технологик қайта жиҳозлаш ҳамда ишлаб чиқаришни диверсификация қилиш борасида амалга оширилаётган ишлар натижасида тўқимачилик саноатининг мамлакат ялпи ички маҳсулотигаги улуши йилдан - йилга ошиб бормоқда. Мамлакатимиз Президенти И. Каримовнинг 2010 йилда мамлакатимизни ижтимоий - иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2011 йилга мўлжалланган энг муҳим устувор йўналишларга бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузасида: *«Тўқимачилик саноатида экспортбоп рақобатдош маҳсулотлар тайёрлашга йўналтирилган, якуний ишлаб чиқариш шаклига эга бўлган янги, замонавий тўқимачилик комплексларини ривожлантириш устувор аҳамият касб этиши зарур. Бу, ўз навбатида, пахта толасини ўзимизда қайта ишлаш ҳажмини 2 баробардан кўпроқ, калава ишлаб чиқаришни 2,6 баробар, тайёр трикотаж ва тикувчилик буюмларини 3 баробар, тўқимачилик саноати маҳсулотлари экспортини 2 баробар оширишини таъминлайди»*, - деб таъкидлади.

Албатта, бу каби улкан мақсадларга эришишда тўқимачилик корхоналари фаол маркетинг сиёсатини юритиши, самарали маркетинг тадқиқотларини ўтказиш асосида хорижий бозорларда рақобатдош бўлган маҳсулотлар ишлаб чиқаришни тақозо этади.

Маркетинг тадқиқотларининг асосий мақсади – корхонанинг рақобатдошлик имкониятларини, кучли ва заиф томонларини аниқлаш, унинг фаолиятини такомиллаштириш йўллари топиш, корхонанинг ишлаб чиқариш сотув имкониятларини таҳлил қилиш ва шу билан бир пайтда бозорда ўхшаш товарлар билан иш олиб бораётган рақобатчи корхоналарнинг тегишли кўрсаткичларини ҳам баҳолаб боришдан иборат.

Бугунги кунда корхоналар рақобатдошлигини баҳолашнинг турли усуллари мавжуд бўлиб, улардан кенг тарқалган усуллар:

- матрица усули;
- товарнинг рақобатдошлик назариясига асосланган усул;
- самарали рақобат назариясига асосланган усул.

Корхона рақобатдошлигига тўлақонли баҳо беришга имкон берадиган усул, самарали рақобат назариясига асосланган усул бўлиб, унга кўра маҳсулот ишлаб чиқариш, сотиш ва молиявий бошқарув тизими яхши ташкил қилинган корхонанинг рақобатдошлик даражаси юқори ҳисобланади. Ушбу усул экспертларнинг босқичма-босқич таққослаш усули ёрдамида аниқланган рақобатдошликнинг тўрт гуруҳ кўрсаткичлари ёки мезонлари (корхонанинг

ишлаб чиқариш фаолиятини белгиловчи самарадорлик, корхонанинг молиявий аҳволини белгиловчи самарадорлик, товарни сотиш ва бозорда илгари суришни ташкил қилиш самарадорлиги ва товарнинг рақобатдошлиги)га асосланади.

Корхонанинг рақобатдошлик коэффициенти. (K_{kn}):

$$K_{kn} = 0,15 \times \Xi_n + 0,29 \times \Phi_n + 0,23 \times \Xi_c + 0,33 \times K_T, \quad (1)$$

формула орқали аниқланади. Бу ерда:

K_{kn} - корхонанинг рақобатдошлик коэффициенти;

Ξ_n – корхонанинг ишлаб чиқариш фаолиятини белгиловчи самарадорлик мезони;

Φ_n – корхонанинг молиявий аҳволини белгиловчи самарадорлик мезони;

Ξ_c – товарни сотиш ва бозорда илгари суришни ташкил қилишнинг самарадорлик мезони;

K_T – товарнинг рақобатдошлик мезонлари;

0,15, 0,29, 0,23, 0,33 - мезонларнинг салмоқ коэффициентлари. Салмоқ коэффициентларнинг миқдори экспертлар томонидан белгиланган.

Корхонанинг рақобатдошлигига таъсир этувчи ҳар бир гуруҳ кўрсаткичи ва мезонларини алоҳида кўриб чиқамиз.

1-мезон. Корхонанинг ишлаб чиқариш фаолиятини белгиловчи самарадорлик мезони

$$\Xi_n = 0,31 \times И + 0,19 \times \Phi + 0,40 \times P_T + 0,10 \times П_T, \quad (2)$$

формуласи билан ҳисобланади.

Бу ерда И, Φ , P_T , $П_T$ -нисбий кўрсаткичлар бўлиб:

И - маҳсулот бирлигига тўғри келадиган ишлаб чиқариш харажатлари;

Φ - фонд қайтими;

P_T - товар рентабеллиги;

$П_T$ - меҳнат унумдорлигини ифодалайди.

0,31, 0,19, 0,40, 0,10 – мезонларнинг салмоқ коэффициентлари. Салмоқ коэффициентларнинг миқдори экспертлар томонидан белгиланади.

2-мезон. Корхонанинг молиявий аҳволини белгиловчи самарадорлик мезони

$$\Phi_n = 0,29 \times K_a + 0,20 \times K_n + 0,36 \times K_{\text{л}} + 0,15 \times K_o, \quad (3)$$

формуласи билан ҳисобланади.

Бу ерда: K_a -автономия коэффициенти;

K_n - тўлов лаёқати коэффициенти;

$K_{\text{л}}$ - абсолют ликвидлилик коэффициенти;

K_o - айланма воситаларнинг айланувчанлик коэффициенти.

0,29, 0,20, 0,36, 0,15 - мезонларнинг салмоқ коэффициентлари. Салмоқ коэффициентларнинг миқдори экспертлар томонидан белгиланади.

3-мезон. Товарни сотиш ва бозорда илгари суришни ташкил қилишнинг самарадорлик мезони.

$$\Xi_c = 0,34 \times P_n + 0,29 \times K_3 + 0,21 \times K_m + 0,16 \times K_p, \quad (4)$$

формуласи билан ҳисобланади.

Бу ерда: P_n – савдонинг рентабеллиги коэффициенти;

K_3 - тайёр маҳсулотнинг омбордаги захираси коэффициенти;

K_m - ишлаб чиқариш кучларининг юкланиш коэффициенти;

K_p – реклама ва савдони рағбатлантириш воситалари коэффиценти;
0,34, 0,29, 0,21, 0,16 - мезонларнинг салмоқ коэффицентлари. Салмоқ коэффицентларнинг миқдори экспертлар томонидан белгиланади.

4-мезон. Товарнинг рақобатдошлиги мезони

$$K_t = K / \text{Ц}, \quad (5)$$

формула орқали аниқланади. Бу ерда: К-товарнинг сифати; Ц-товарнинг нархи.

Юқорида келтирилган корхонанинг рақобатдошлик мезонлари ва кўрсаткичларини жадвал кўринишида ифодалаймиз.

1- жадвал

Корхонанинг рақобатдошлик мезонлари ва кўрсаткичлари

Рақобатдошлик мезонлари ва кўрсаткичлари	Бел-гиланиши	Кўрсаткични баҳолашдаги роли	Кўрсаткични ҳисоблаш қондаси (кейинги жадвалдаги кўрсаткичлар бўйича)
1	2	3	4
1. Корхонанинг ишлаб чиқариш фаолияти самарадорлиги			
1.1. Маҳсулот бирлигига тўғри келадиган ишлаб чиқариш харажатлари	И	Маҳсулот ишлаб чиқаришда харажатларнинг самарадорлигини кўрсатади	ялпи харажатлар / маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми
1.2. Фонд қайтими	Ф	Асосий ишлаб чиқариш фондларининг самарадорлигини таснифлайди	маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми / асосий ишлаб чиқариш воситаларининг ўртача йиллик қиймати
1.3. Товарнинг рентабеллиги, %	P_t	Ишлаб чиқариладиган товарнинг фойдалилик даражасини таснифлайди	савдодан тушган фойда $\times 100\%$ / маҳсулотнинг тўлиқ таннари
1.4. Меҳнат унумдорлиги, минг сўм/киши	P_t	Ишлаб чиқариш, ташкил қилишни ва ишчи кучидан фойдаланишнинг самарадорлигини кўрсатади	маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми / ишчиларнинг рўйхатдаги ўртача сони
2. Корхонанинг молиявий аҳволи			
2.1. Автономия коэф.	K_a	Корхонанинг қарз манбаларига боғлиқ эмаслигини таснифлайди	корхонанинг хусусий капитали / молиявий манбаларнинг умумий суммаси
2.2. Тўлов лаёқати коэф.	K_n	Корхонанинг ўз молиявий мажбуриятларини бажариш қобилиятини кўрсатади ва банкротлик эҳтимолини ўлчайди	айланма воситалар / умумий мажбуриятлар
2.3. Абсолют ликвидлик коэф.	K_l	Жорий мажбуриятларни қоплаш манбалар бўлган воситаларнинг сифат таркибини кўрсатади	пул маблағлари ва тез сотиладиган қимматли қўғозлар / қисқа муддатли мажбуриятлар
2.4. Айланма воситаларнинг айланувчанлик коэф.	K_x	Айланма воситалардан фойдаланиш самарадорлигини таснифлайди	

1-жадвал давоми

1	2	3	4
3. Товари сотиш ва илгари суришни ташкил қилиш самарадорлиги			
3.1 Савдонинг рентабеллиги, %	R_n	Корхонанинг бозордаги фаолиятининг фойдалилик даражасини, товарга нархнинг тўғри қўйилганлигини таснифлайди	савдо фойдаси $\times 100\%$ / савдо ҳажми
3.2. Тайёр маҳсулотнинг омборда туриб қолиш коэффиценти.	K_z	Тайёр маҳсулотнинг омборда туриб қолиш даражасини акс эттиради, кўрсаткичнинг ўсиши талабнинг сусайишини билдиради	сотилмаган маҳсулотлар ҳажми / савдо ҳажми
3.3. Ишлаб чиқариш кувватларининг юкланиш коэффиценти.	K_m	Корхонанинг фаоллигини, сотув хизмати фаолиятининг самарадорлигини таснифлайди	маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми / ишлаб чиқариш куввати
3.4. Реклама ва сотувни рағбатлантириш воситалари коэффиценти.	K_p	Реклама ва сотувни рағбатлантириш воситаларининг иқтисодий самарадорлигини таснифлайди	реклама ва сотувни рағбатлантириш харажатлари савдо фойдасининг ўсиши
4. Товарнинг рақобатдошлиги			
4.1. Товарнинг сифати	K	Эҳтиёжни унинг турига қараб қондириш қобилиятини таснифлайди	комплекс баҳолаш усули
4.2. Товарнинг нархи	C		

Жадвалнинг биринчи устунида корхонанинг рақобатдошлик мезонлари ва кўрсаткичлари, иккинчи устунида кўрсаткичларнинг шартли белгиланиши, учинчи устунида кўрсаткични баҳолашдаги роли, тўртинчи устунда кўрсаткични ҳисоблаш қоидаси келтирилган.

Корхонанинг рақобатдошлигини 2010 йил учун мисол тарзида олинган тўқимачилик корхонаси мисолида ҳисоблаймиз (шартли маълумотлар). Биз танлаган усул бир неча корхоналарнинг рақобатдошлигини ўзаро таққослаб кўришга ҳам, битта корхонанинг турли даврлардаги рақобатдошлигини ўзаро таққослашга ҳам имкон беради. Жорий кўрсаткич сифатида «ТТТ»нинг 2010 йилдаги рақобатдошлик кўрсаткичини, базис кўрсаткичи қилиб эса 2009 йилдаги кўрсаткични оламиз. Бирлик кўрсаткичларни ҳисоблаш учун зарурий дастлабки маълумотларни 2-жадвалда кўрсатамиз.

2-жадвал

Корхонанинг рақобатдошлик кўрсаткичларини ҳисоблаш учун дастлабки маълумотлар (шартли маълумотлар)

	Ҳисоблашнинг дастлабки элементлари	2009 й.	2010 й.
1	2	3	4
1.	Маҳсулотнинг таннари (ялпи харажатлар, млн. сўм)	42501	46722
2.	Маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми (млн. сўм)	42672,9	46794
3.	Савдо тушуми (млн. сўм)	42748	47381
4.	Асосий и/ч фондларининг ўртача йиллик қиймати (млн. сўм)	75816,7	44462,9

2-жадвал давоми

1	2	3	4
5.	Савдодан тушган фойда (млн. сўм)	75,16	586,9
6.	Ишчиларнинг ўртача рўйхатдаги сони (киши)	632	632
7.	Корхонанинг хусусий капитали (млн. сўм)	89638,4	62337,4
8.	Молиявий манбаларнинг умумий суммаси (млн. сўм)	99031,5	71111,2
9.	Айланма воситалар (млн. сўм)	8668,2	8976,8
10.	Қисқа муддатли мажбуриятлар (млн. сўм)	9393,0	8776,8
11.	Пул маблағлари ва тез сотиладиган қийматли қоғозлар (млн. сўм)	386,5	723,9
12.	Айланма воситаларнинг ўртача йиллик қолдиғи (млн. сўм)	14940,0	17281,3
13.	Йил охиридаги сотилмаган маҳсулот ҳажми (млн. сўм)	1924,0	2242,3
14.	Ишлаб чиқариш қуввати (млн. сўм)	47028,0	54831,9
15.	Реклама ва сотув харажатлари (млн. сўм)	126,1	232,6

Корхонанинг рақобатдошлигини баҳолаш бўйича ҳисоб-китоблар уч босқичда олиб борилади:

Биринчи босқичда - рақобатдошликнинг нисбий кўрсаткичларини (1-жадвалдаги 1.1дан 3.4гача бўлган кўрсаткичларни) нисбий катталикларга (балларга) айлантирилади. Бунда таянч кўрсаткич этиб соҳа бўйича ўртача кўрсаткич ёки рақобатчининг шу ҳолатлар бўйича кўрсаткичи асос қилиб олинади. Бу ерда 15 баллик шкала танланади. Агар кўрсаткич таянч кўрсаткичдан паст бўлса 5 балл, агар таянч кўрсаткич даражасида бўлса 10 балл ва ундан юқори бўлса 15 балл белгиланади.

Иккинчи босқичда - корхонанинг рақобатдошлик мезонлари 2, 3, 4 формулалар бўйича ҳисобланади.

Учинчи босқичда - корхонанинг рақобатдошлик коэффиценти 1-формула бўйича ҳисобланади.

Ҳисоблаш босқичларини алоҳида, аниқ кўрсаткичлар асосида ҳисоблаб чиқамиз.

1-босқич ҳисобларини белгиланган шартлар бўйича 1 ва 2-жадваллардаги кўрсаткичлар асосида ҳисоблаб оламиз.

Мисол учун: 1-жадвалдаги 1.1 биринчи устун биринчи кўрсаткични топамиз. Бунинг учун шу жадвалдаги тўртинчи устундаги қоидага мурожаат қиламиз. Унга кўра, маҳсулот бирлигига тўғри келадиған ишлаб чиқариш харажатлари, яъни харажатларни маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмига нисбати орқали ҳисобланади. Сўнгра 2-жадвалдаги айни шу кўрсаткичлар ҳисоблаб олинади. Яъни, 2010 йилда маҳсулот таннархи (яъни харажатлари) 46722 млн. сўмни, маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми эса 46794 млн. сўмни ташкил этган. Демак, уларнинг нисбати 0,998 ни ташкил этмоқда.

Шу тарзда 1- ва 2- жадваллар асосида барча кўрсаткичлар ҳисоблаб чиқилади. Сўнгра корхонанинг икки йиллик кўрсаткичлари бўйича рақобатдошлик даражасининг ўсиш ёки пасайиш даражасини аниқлаб, уларни нисбий катталиқ (бал)ларга айлантириб чиқамиз (3-жадвал).

3-жадвал.

**Корхонанинг 2009 ва 2010 йиллардаги
рақобатдошлик мезонлари ва кўрсаткичлари**

Рақобатдошлик мезонлари ва кўрсаткичлари	Белгиланиши	2009 йил	2010 йил	Балл
1. Корхона ишлаб чиқариш фаолиятининг самарадорлиги				
1.1. Маҳсулот бирлигига тўғри келадиган ишлаб чиқариш харажатлари	И	0,996	0,998	5
1.2. Фонд қайтими	Ф	0,564	1,066	15
1.3. Товарнинг рентабеллиги, %	Р_т	0,18	1,26	15
1.4. Меҳнат унумдорлиги, минг сўм/киши	П	67,52	77,04	15
2. Корхонанинг молиявий аҳволи				
2.1. Автономия коэф.	К_а	0,905	0,877	5
2.2. Тўлов лаёқати коэф.	К_п	0,97	1,135	15
2.2. Абсолют ликвидлик коэф.	К_л	0,0412	0,08	15
2.4. Айланма воситаларнинг айланувчанлик коэф.	К_о	2,86	2,84	5
3. Товарни сотиш ва илгари суришни ташкил этиш самарадорлиги				
3.1. Савдонинг рентабеллиги, %	Р_п	0,18	1,27	15
3.2. Тайёр маҳсулотнинг омборда туриб қолиш коэф.	К_з	0,045	0,047	5
3.3. Ишлаб чиқариш қувватларининг юкланиш коэф.	К_м	0,91	0,85	5
3.4. Реклама ва сотувни рағбатлантириш воситалари коэф.	К_р	1,68	0,39	15
4. Товарнинг рақобатдошлиги				
4.1. Товарнинг сифати	К	10,6	10,6	10
4.2. Товарнинг нархи	Ц	30870,0	33878,1	-

2-босқич. Корхонанинг рақобатдошлик мезонларини 2, 3, 4 формулаларга 3 - жадвалдаги балларни қўйиб ҳисоблаймиз.

Яъни:

$$\text{Э}_n = 0,31 \times 5 + 0,19 \times 15 + 0,40 \times 15 + 0,10 \times 15 = 11,9;$$

$$\text{Ф}_n = 0,29 \times 5 + 0,20 \times 15 + 0,36 \times 15 + 0,15 \times 5 = 10,6;$$

$$\text{Э}_c = 0,34 \times 15 + 0,29 \times 5 + 0,21 \times 5 + 0,16 \times 15 = 10,00.$$

Ҳисоб-китобларнинг кўрсатишича, 2010 йилда корхонанинг «Ишлаб чиқариш фаолияти самарадорлиги» (Э_n) 2009 йилдаги таянч кўрсаткичдан юқори бўлган ва у, фонд қайтими, товарнинг рентабеллиги ва меҳнат унумдорлиги ҳисобига яхшиланган. Лекин, маҳсулот бирлигига тўғри келадиган ишлаб

чиқариш харажатлари миқдори бир оз ортган. Бунинг асосий сабаби хомашё, энергия ресурслари ва бошқаларнинг нархлари ўзгарганлиги (ортганлиги) билан изоҳланади.

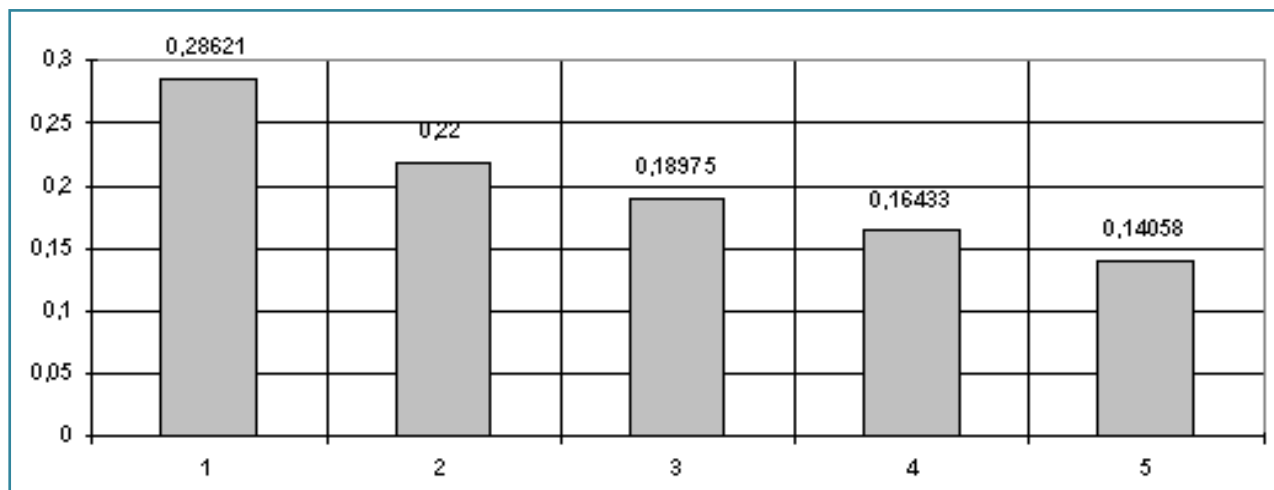
«Корхонанинг молиявий аҳволи бўйича» (Фн) 2009 йилдаги таянч кўрсаткичдан бир оз юқори бўлган ва у, корхонада тўлов лаёқати, абсолют ликвидлилик коэффициентлари кўрсаткичларидаги ижобий ўзгаришлар билан изоҳланади. Лекин, корхона айланма воситаларининг айланувчанлик коэффициенти кўрсаткичи бир оз сустлашган. Бунинг асосий сабаби корхонанинг хўжалик фаолиятида юзага келадиган объектив ва субъектив сабаблардир.

«Товарни сотиш ва илгари суришни ташкил этиш» (Эс) 2009 йилдаги таянч кўрсаткич даражасида бўлган. Самарадорлик кўрсаткичлари асосан савдонинг рентабеллигига ва сотувни рағбатлантириш ҳисобига яхшиланган. Лекин, корхонада олиб борилган маркетинг тадқиқотларининг талаб даражасида эмаслиги, умуман маркетингга тизим сифатида ёндашмаслик натижасида тайёр маҳсулотларнинг оморда туриб қолиши ва ишлаб чиқариш қувватларидан самарали фойдаланмаслик ҳолатлари юзага келган.

Бу босқич товарнинг рақобатдошлик мезонини ҳисоблаш билан яқунланади.

Товарнинг рақобатдошлик баҳосини ҳисоблаш методикасини намойиш этиш учун биз бозорда талаб юқори бўлган ва ишлаб чиқариш ҳажмида маълум бир улушга эга бўлган 40 лх артикулли ипларни танладик. Енгил саноат маҳсулотларини тикишда ишлатиладиган ипларнинг истеъмолчилар учун энг муҳим бўлган хусусиятлар - уларнинг тикиш жараёнидаги узилиш кўрсаткичи ҳамда чокларнинг яроқлилигига таъсир қиладиган хусусиятлар бўлиб, бундан ташқари ипларнинг узилиш юқламаси, қалинлигининг ўзгариши, бўёқнинг мустаҳкамлиги, узилганда чўзилиши, рангининг ранглар харитасига мос келиши каби кўрсаткичлар ҳам муҳим ҳисобланади.

Тикув ипларининг сифат кўрсаткичлари шкаласидан уларнинг эксперт баҳолаш усули ёрдамида топилган ва рус олими М.М. Варковецкийнинг асарларида келтирилган салмоғини аниқлаймиз. Мазкур кўрсаткичларнинг ичида узилиш юқламасининг салмоғи энг юқоридир (1-расм).



1-расм. Тикув иплари сифат кўрсаткичларининг салмоғи.

- 1 - ипларнинг узилиш юкламаси (P_n);
- 2 – қалинлик бўйича четланиш (O_T);
- 3 – бўёқнинг мустаҳкамлиги (Π_o);
- 4 – узилганда чўзилиши (Y);
- 5 – рангининг ранглар харитасига мос келиши ($C_{цв}$).

Сифатнинг комплекс мезонига ўтиш учун ипларнинг сифатини аниқлаш учун танланган омилларнинг амалдаги кўрсаткичларини норматив кўрсаткичларга солиштириб кўриб, сўнгра ушбу кўрсаткичларга амалдаги кўрсаткичларнинг меъёрадаги кўрсаткичлардан кам, тенг ёки кўплигига қараб мос равишда 5, 10 ва 15 балл баҳо қўйиш керак. Баҳолашнинг баллик тизими ҳисоб-китобларни мураккаблаштирмаслик ва корхонанинг рақобатдошлигини баҳолаш методикасига мослигини сақлаб қолиш мақсадида танланган.

Иплар кўрсаткичларининг салмоғини кўрсатувчи қийматларни ипларнинг хоссаларини тавсифловчи турли омилларга берилган балларга кўпайтириш лозим. Қийматнинг кўрсаткичи 15 га қанчалик яқин бўлса, ипларнинг сифати шунчалик юқори бўлади.

Шундай қилиб, комплекс сифат мезони қуйидаги кўринишга эга:

$$K = 0,28 \times P_n + 0,22 \times O_T + 0,19 \times \Pi_{окр} + 0,16 \times Y + 0,14 \times C_{цв} \quad (6)$$

Ипларнинг сифат кўрсаткичлари қиймати ДСТ талабларига жавоб бериши керак. Амалдаги ва меъёрий қийматларни таққослаш қуйидагича бўлди:

1. Узилиш юкламасига 15 балл берилди, чунки унинг амалдаги қиймати таҳлил қилинаётган корхонада 1867 сН (санти Ньютон)га тенг, меъёрий қийматларда эса бу кўрсаткич 1651 сН га тенг.

2. Ипларнинг чизикли зичлигининг йўл қўйиш мумкин бўлган натижавий номинал зичликдан амалдаги энг юқори четланиши 45,5 %га меъёрий кўрсаткичда эса 45 ± 5 %га мос келади, шу сабабли бу омилга 10 балл берилди.

3. Иплар бўялган бўёқнинг мустаҳкамлиги ва рангнинг бўёқлар харитасига мослиги каби кўрсаткичлар 5 баллик шкала бўйича баҳоланди. Чунки корхонанинг техник назорат бўлими эксперт сифатида бу омилларни 4 балл билан баҳолади. Иплар бўялган бўёқнинг мустаҳкамлиги ва ранглар харитасига мос келишининг амалдаги қийматидан юқори бўлмаганлиги учун, уларга энг кам (5) балл қўйилди.

4. Сўнгги кўрсаткич - чўзилгандаги узилиш кўрсаткичига 15 балл қўйилди, чунки амалда ушбу кўрсаткич 20,2 %га тенг бўлиб, меъёрий кўрсаткич эса 22 % деб белгиланган. Маълумки, корхонада 2009 ва 2010 йилларда ипларнинг сифатида ўзгариш юз бермади, демак комплекс сифат мезонининг қиймати ҳам ўзгармади ва 2009 йилда ҳам, 2010 йилда ҳам ушбу кўрсаткичлар қуйидагига тенг бўлди:

$$K = 0,29 \times 15 + 0,22 \times 10 + 0,19 \times 5 + 0,16 \times 15 + 0,14 \times 5 = 10,6$$

Демак, сифат кўрсаткичи мезонининг 2009 ва 2010 йиллардаги қийматини таққослаб кўриб, 2009 йилги маҳсулот сифатини 10 балл билан баҳолаймиз.

Рақобатдошликни баҳолаш учун товарнинг сифат кўрсаткичидан (К) ташқари товарнинг нарх кўрсаткичини (Ц) ҳам аниқлаш керак. И. Максимованинг «Саноат корхонасининг рақобатдошлигини баҳолаш» деб номланган мақоласида таклиф қилинган маҳсулотнинг рақобатдошлик (5) формуласидан фойдаланишда биров қийинчилик мавжуд, чунки маҳсулотнинг рақобатдошлигини ҳисоблаш натижасида олинadиган қиймат балл/сўм ўлчовга эга бўлиб, маънога эга бўлмай қолади. Шунинг учун биз ушбу ноаниқликларни бартараф этишга, маҳсулот рақобатдошлигини балларда ўлчаш аниқлигини баҳолаш ва айти пайтда, нархнинг таққосланаётган даврлардаги (бунда бир ишлаб чиқарувчининг турли пайтлардаги намуналари таққосланиши лозим) ўзгариш динамикасини кузатиб боришга имкон берувчи формулани таклиф қиламиз.

$$Ц = Ц_n / Ц_б, \quad (7)$$

бу ерда:

$Ц_n$ - ўрганилаётган намунанинг истеъмол нархи (харид + қайта ишлаш);

$Ц_б$ - асосий намунанинг истеъмол нархи.

Шунда товарнинг 2010 йилдаги нарх кўрсаткичи қуйидагига тенг:

$$Ц = 33878,1 / 30870,02 = 1,097.$$

Товарнинг рақобатдошлиги:

$$K_r = 10 / 1,097 = 9,10 \text{ балл.}$$

Ҳисоб-китобларнинг кўрсатишича, товарнинг рақобатдошлиги 2010 йилда (2009 йилги кўрсаткичга нисбатан камайиб, 9,1 баллни ташкил этган. Бу пасайиш товар нархининг 1,097 баравар ўсганлиги оқибатида юз берган.

Методиканинг 3-босқичи - «Корхонанинг рақобатдошлик коэффиценти» (1) формула бўйича биринчи ва иккинчи босқичларда олинган натижалар ёрдами билан ҳисобланади.

$$K_{kn} = 0,15 \times 11,9 + 0,29 \times 10,6 + 0,23 \times 10,00 + 0,33 \times 9,10 = 1,785 + 3,074 + 2,335 + 3,003 = 10,20$$

Ушбу методикада корхонанинг рақобатдошлик кўрсаткичининг K_{kn} максимал қиймати 15 баллга етиши мумкинлиги кўзда тутилди. Агар рақобатдошлик мутлақо ўзгармаса, кўрсаткичнинг қиймати 10 баллга тенг бўлади. Бизнинг таҳлилимиз бўйича $K_{kn} = 10,20$ бўлиб, бу ўрганилаётган тўқимачилик корхонасида 2010 йилда рақобатдошликнинг 2009 йилга нисбатан биров ўсганлигини кўрсатади.

2010 йилда рақобатдошликни оширишга сабаб бўлган омиллар 3 - жадвал таҳлилида айтиб ўтганимиздек, қуйидагилардан иборат: фонд қайтими, товарнинг рентабеллиги, меҳнат унумдорлиги, тўлов қобиляти ва абсолют ликвидлик коэффицентилари, савдо рентабеллиги, реклама ва савдони рағбатлантириш воситаларининг самарадорлиги сезиларли даражада ўсган.

Салбий таъсир кўрсатган омиллар эса қуйидагилардан иборат: маҳсулот бирлигига сарфланган ишлаб чиқариш харажатларининг ўсиши, мустақиллик

коэффициентлари, айланма воситаларнинг айланувчанлиги ва ишлаб чиқариш қувватларининг бандлик кўрсаткичи камайди, тайёр маҳсулотнинг тўпланиб қолиш коэффициенти ва ипларнинг нархи ошди.

Маркетинг хизматлари сотув бўлими билан биргаликда ўз хатти-ҳаракатларини тайёр маҳсулотнинг ортиқча тўпланиб қолишини камайтириш ҳамда ишлаб чиқариш ва савдо ҳажмларини оширишга йўналтириши мумкин. Бунинг учун эса корхонанинг товар, нарх, савдо ва коммуникация сиёсатини қайта кўриб чиқиш ва қайта ишлаб чиқиш зарур.

Хулоса қилиб айтганда корхона рақобатдошлигини ўзгартиришга қандай омиллар таъсир этганлигини билган ҳолда бошқарув аппарати айрим хизматлар ва бўлимлар ишини яхшилаш учун керакли бўлган бошқарув қарорларини қабул қилишда муҳим аҳамият касб этади.