



## EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF THE INNOVATIVE BENCHMARKING SYSTEM FOR AUTOMOTIVE ENTERPRISES

Темирова Ф. С.

Қарши муҳандислик-иқтисодиёт институти катта ўқитувчиси

### Abstract:

The article describes the factors that determine the innovative benchmarking potential of the automotive industry, the algorithm for the development and assessment of benchmarking potential, and formulas for assessing the innovative benchmarking potential.

**Keywords:** innovation, enterprise, automotive, benchmarking, potential, opportunity, profit, need, result, population.

### Кириш

Бугунги кунда автосаноат бозо-рини тадқиқ этиш доирасидаги кенг кўламли тадқиқот натижалари, автосаноат корхоналари фаолиятини ривожлантириш жараёни корхона-ларда ишлаб чиқаришнинг катта қисмини юқори технологияли илмий сиғимли асосда ташкил этиш билан бирга, халқаро ва ички бозорларда кенг кўламли бенчмаркинг фаолиятини амалга ошириш зарур эканлигидан далолат беради.

Айниқса, автосаноат корхоналарида бенчмаркинг самарадорлигини баҳолаш, уларнинг шаклланиш жараёнларини тизимлаштириш, бозорда ҳукумрон кучга эга истеъмолчиларнинг хулқ-атвори, нафлилик даражаси билан боғлиқ жараёнларни тадқиқ этиш орқали узоқ ва қисқа муддатли бенчмаркинг дастурларини шакллантиришга зарурат ортиб бормоқда.

Шу билан бирга автосаноат корхоналари бенчмаркинг фаолиятининг самарадорлигини ошириш йўналишларини шакллантиришда халқаро тадқиқот институтларининг бенчмаркинг изланиш натижаларини амалиётга жорий этиш орқали автосаноат корхоналари бенчмаркинг тизимига самарали таъсир кўрсатиш, пировард натижада автосаноат корхоналарининг инвестицион салоҳияти ва рақобатбардошлигини ошириш муҳим аҳамиятга эга.

Бугунги кунда автосаноаткорхоналари бенчмаркинг тизимининг самарадорлигини ошириш нархларни белгилаш орқали эмас, балки эркин рақобат муҳитини таъминлаш жараёнига асосланади. Бу борадаги қатор



ислоҳотларни амалга ошириш мамлакатимиз иқтисодиётида долзарб вазифалар қаторидан муҳим ўрин эгаллашини қайд этган Ўзбекистон Республи-каси Президенти Ш.М. Мирзиёев 2020 йил 24 январдаги Олий Мажлисга Мурожаатномасида қуйидагичатўхталиб ўтган эди: “... энди асосий эътиборни нархларни белгилашга эмас, балки корхоналар ўртасида соғлом рақобатни таъминлаш орқали, нархларни пасайтиришга ва сифатни оширишга қаратишимиз керак. Халқаро тажрибани ўрганиб, рақобатни олиб кириш мумкин бўлган монополия соҳаларига хусусий сектор учун йўл очиш ва шу орқали рақобат муҳитини шакллантириш лозим”[1].

Юқоридаги ҳолатлар, автосаноат корхоналарининг инвестицион ва инновацион салоҳиятини ошириш, рақобатбардошлигини таъминлаш, савдо ҳажмини оширишга йўналтирилган тадқиқот изланишларини олиб бориш жараёни муҳим аҳамиятга эга эканлигини асослашга хизмат қилади.

**Адабиётлар таҳлили.** Маркетинг тизими самарадорлигини ошириш, унинг фаолият йўналишларини такомиллаштириш, саноат корхоналарининг бозор фаолиятини қўллаб-қувватлашдоирасидаги кенг кўламли илмий тадқиқотлар хорижлик иқтисодчи олимлардан А.Банкин, Г.Беквит, С.Н.Бердышев, С.Божук, М.Горштейн, А.Карасев, Р.Фатхудинов, Г.Хардинг, В.Шкардун томонидан амалга оширилган[2].

Мамлакатимизда саноат корхоналарининг бозор фаолиятини тадқиқ этиш, саноат корхоналарининг маркетинг стратегиясини шакллантириш ва тизимлаштиришга оид илмий тадқиқотишлари иқтисодчи олимлардан Ш.Эргашходжаева, У.Шарифхўжаев, М.Икрамов, Л.Т.Абдухалилова, Н.М.Набиева, С.А.Салимов, Т.А.Акрамов, Г.Б.Муминова[3] ва бошқалар томонидан амалга оширилган.

Юқоридаги тадқиқот ишларининг асосий мақсади саноат корхоналари маркетингнинг стратегиясини шакллантириш орқали корхоналарнинг фаолият самарадорлигини оширишга бағишланган бўлиб, маркетинг стратегиясининг корхона рақобат устунлиги, истеъмолчи ва рақобатчилар йўналишига боғлиқлиги тизимли тартибда тадқиқ этилган. Аммо саноат корхоналари, хусусан, автосаноат корхоналари фаолиятида халқаро рақобат ва миллий ишлаб чиқаришнинг ўрнини ҳисобга олган



ҳолда корхоналар маркетинг стратегиясини такомиллаштириш жараёни мустақил тадқиқот объекти сифатида ўрганилмаган.

Мамлакатимизда саноат салоҳиятидан самарали фойдаланиш жараёни, саноат ишлаб чиқариш фаолиятини тубдан такомиллаштиришга эътибор қаратиш лозимлигини тақозо этади. Бу каби ҳолатлар саноат корхоналари, хусусан, автосаноат корхоналари фаолиятинибозор талабларига мувофиқлаштириш заруратини юзага келтиради.

Ўзбекистон Республикаси Президенти-нинг 2019 йил 18 июлдаги ПҚ-4397-сонли “Ўзбекистон Республикаси автомобиль саноатини жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори ва унинг амалий ижроси, автомобиль саноатини жадал ривожлантириш ва унинг инвестициявий жозиба-дорлигини оширишни таъминлаш, илғор халқаро тажриба асосида замонавий бозор механизмлари ва бошқарув усулларини жорий этиш орқали автосаноат корхоналарининг бозор фаоллигини оширишга ижобий таъсир кўрсатади.

**Тадқиқот методологияси.** Тадқиқотни амалга ошириш жараёнида таққослама таҳлил, мантиқий ва абстракт фикрлаш, монографик кузатув ва бошқа усуллардан кенг фойдаланилган.

**Асосий қисм.** Бенчмаркинг фаолияти бозорни комплекс тадқиқ қилиш, инновацияларни яратишни режалаштириш, уларнинг рақобатбардошлиги, нарх сиёсати, силжитиш, сотувини ташкил этиш ҳамда сервис хизмат кўрсатишни тезлаштиришни назарда тутаяди. Мас равишда, кўрсатиб ўтилган барча йўналишлар бўйича алоҳида методикалар ишлаб чиқиш мумкин.

Ҳозирги кунда кўплаб корхоналарда бенч-маркинг асосида инновациялар йўлга қўйилмоқда. Таклиф этилаётган методиканинг таркибий қисмларига корхона фаолиятининг аниқ шароитидан келиб чиқиб, қўшимчалар киритилиши ва улар кенгайтирилиши ҳам мумкин. Шу билан бирга, аниқ бир турдаги корхонада инновацион фаолиятни бошқаришнинг самарали механизмини шакллантиришга ёрдам берувчи зарур методик асослар корхонанинг ўзига хос хусусиятларига кўра ўз-ўзини намоён этади.

Бугунги кунда инновацияларнинг барқарор ривожланиб бориши иқтисодийнинг барча соҳаларида уни яратиш ва қўллашни талаб



этноқда.Шу жиҳатдан, бозордаги рақобат ва ноаниқлик шароитида бенчмаркинг фаолиятида ҳам инновациялардан фойдаланиш муваффақиятга эришиш имкониятини беради. Жумладан, автосаноатни ривожлантириш, истиқболдаги мақсадларини руёбга чиқаришда инновацион фаолиятга асосланган бенчмаркингнинг янги кўринишларини яратиш ва жорий этиш муҳим аҳамият касб этмоқда. Янги кўринишдаги самарали тижоратлаштирувчи бенчмаркинг воситаларини қўллаш учун аввало, автосаноат корхоналарининг инновацион бенчмаркинг фаолияти етарли потенциалга эга бўлиши керак.Автосаноат тизимида инновацион бенч-маркинг потенциалини тадқиқ этмай,автомобилларни тижоратлаштириш имкониятларини аниқлаш иложсиз, албатта. Шу боисдан, автосаноатни ривожлантиришда инновацион бенчмаркинг потенциалини тадқиқ қилиш ва баҳо-лаш, уни шакллантирувчи омилларни ўрганиш ва ривожлантириш муаммоларини ҳам юзага келтиради.

Автосаноатда инновацион бенчмаркинг фаолиятини ташкил этишда,аввало, корхона инновацион технологияларга эга бўлиши, хизмат кўрсатиш жараёнида инновацион маҳсулот ёки хизматларни яратиш ҳамда инновацион усуллар орқали силжитиш масалаларидан иборат дастурий жараёнларни амалга ошириш ке-рак. Унинг замирида замонавий автосаноат тизимига эга корхоналар аҳолига сифатли автомобилларни ишлаб чиқариш, саноат маҳсулоти хавфсизлигини ошириш ва экологик маданиятни шакллантиришга йўналтирилган бенчмаркинг тадбирларини амалга оширишда инновацион бенчмаркинг потенциали ташхиси вазифасини бажаради.

Умуман, инновацион бенчмаркинг фаолиятини инновацияларни яратиш ва жорий этиш йўли билан фойда олиш ҳамда истеъмолчилар эҳтиёжларини қондириш учун корхонанинг эришиш мумкин бўлган имкониятлари, ресурслардан самарали фойдаланишга йўналтирилган бошқарув концепцияси сифатида ўрганиш мумкин. Бунда инновацион бенчмаркинг потенциали инновацион бенчмаркинг фаолиятини синовдан ўтказувчи жараён деб, ифодалай оламиз. Демак, инновацион бенчмаркинг натижадорлигини ошириш учун,аввало, унинг потенциалини ошириш ва ривожлантириш масалаларини тизимли тадқиқ қилиш нуқтаи назаридан ёндашув талаб этилади.



Innovative benchmarking potentials korhonaning umium potentials tarkibiga kirib, jumladan, korhona potentials, benchmarking potentials, innovation potentialini ўз ichiga olib, ular bir-birini тўлдириб боршга хизмат қилади. Shuning uchun innovation benchmarking potentialini tizimli tadқиқ этишда "Korhona potentials", "Benchmarking potentials" са "Inovation potentials" tushunchalari moхiyatini kengroқ ёritibberishi maқсадga мувофиқ.

Корхона потенциали деганда, унинг ихтиёридаги мавжуд ресурслардан оқилона фойдаланган ҳолда аҳолининг товар ва хизматларга эҳтиёжини юқори даражада қондиришнинг барча имкониятларини айтиб ўтиш мумкин. Шунингдек, иқтисодий тадқиқотларда корхона потенциали ҳам алоҳида тадқиқот объекти ҳисобланади. Корхонанинг рақобатдошлиги унинг хусусий потенциалларидан бири бўлган бозор потенциали ва ундан фойдаланиш самарадорлигига ҳам боғлиқ. Корхона потенциали инновацион бенчмаркинг фаолиятини самарали ташкил этиш учун барча ички имкониятлари жамланмасини аналитиб, улар маълум бир ҳолатларда тўлиқ ёки қисман амалга оширилиши масалаларини белгилаб беради.

Автосаноат корхоналарининг инновацион бенчмаркинг потенциали-транспорт хизматларини самарали ташкил этиш, хизмат кўрсатиш жараёнида инновацион ташиш технологияларини қўллай олиш ва уни силжитишда инновацион усуллардан фойдаланиш имкониятларини ифода этади.

Автосаноат корхоналарини инновацион фаолиятга йўналтиришда аниқловчи ва унинг инновацион бенчмаркинг потенциалини шакллантириш имконини берувчи омиллар сифатида қуйидагилар тақлиф қилинади:

1. Транспорт хизматлари бозорининг барча субъект эҳтиёжлари таркибида инновацион транспорт хизмати улуши ошиб бораётганлигини акс эттириб бориши.
2. Автомобиль транспортикорхонасининг инновацияларни яратиш ва уларни силжитиш борасидаги фаоллиги ёки инновацион ташиш технологияларини қўллашда аутсорсинг хизматларидаги бенчмаркинг бошқарувини амалга ошириши.
3. Инновацион бенчмаркинг фаолияти билан шуғулланувчи корхона жамоасини эътиборга олган ҳолда бозор субъектлари эҳтиёжларини қондириш, корхонанинг инсон капитали ва интрапренер(айнан, янгилик



яратувчи ходим)ларидан ташкил топган жамоанинг инновацион фаолиятини рағбатлантириш.

Фикримизча, автомобиль саноати корхоналарининг инновацион бенчмаркинг потенциалини моддий ресурслар, инсон ресурслари, ахборот ва бенчмаркинг воситалари билан боғлиқ омилларнинг умумий йиғиндиси сифатида ўрганиш мумкин.

Автосаноат корхоналари инновацион бенчмаркинг потенциалига баҳо бериш билан бир қаторда, таъсир этувчи кўп турдаги омиллар мезони аниқланиб, уларнинг ичидан рақобатбардошликни ошириш мақсадида турли даражадаги инновацион транспорт хизматларини яратиш, транспорт хизматларини силжитиш ва позициялаш имконияти эътироф этилади.

Autosanoat korhonalari da innovation benchmarking potentials omillarini tadqiq qilargamiz, omillarning ta'siriga kuraularni besh ta kiruvchi omillar innovation potentials, moddiy resurslar potentials, inson resurslar potentials, ahborot resurslarini potentials, benchmarking vositalari potentsiali innovation benchmarking faoliyatiga tusiq buladi eki faoliyatni samaraly tashkil etishga epdam beradi.

Ҳар бир корхонанинг асосий потенциали ресурслар билан боғлиқ. Шу нуқтаи назардан ресурслар потенциалини оптимал даражада бошқариш, инновацион фаолиятни ташкил қилиш билан бирга бенчмаркингни таъминлайди ва унинг рақобатдошлик даражасини оширувчи восита ҳисобланади. Н.В.Шаланов ҳам ўз тадқиқотларида, инновацион бенчмаркинг потенциалини ривожлантириш ресурслардан самарали фойдаланиш ва уни оптимал бошқариш, шу билан бирга инновацион фаолиятга асосланган хўжалик субъектларининг барча кўрсаткичларини аниқлаш орқали амалга оширилади, деб таъкидлайди.

Бундай инновацион бенчмаркинг потенциалидан ўзаро боғлиқ кўрсаткичлар таъсирини аниқлаш, биринчидан, инновацион бенчмаркинг потенциални энг кўпи билан қандай даражага чиқиши, ресурсларни бирлаштириш, турли даражадаги инновацион фаолиятни бошқаришда бенчмаркинг хизматини таъминлай олиши, фаолиятда корпоратив ҳолатларни шакллантириш ва тезкор қарорларни қабул қилишда фойдаланиш мумкин.

Инновацион бенчмаркинг потенциалини тадқиқ қилиш ва баҳолашда у маълум бир ривожлантирувчи концепцияга эга бўлиши керак. Шунинг





учун автомобиль саноати корхоналарининг бенчмаркинг потенциалини ривожлантириш ва баҳолаш концепциясининг умумий кўриниши ишлаб чиқилди.

The concept of riveting the potential of the innovation marketing is applied to a number of processors, such as muzhassam veterinary hussusiyaga ega blib, poisonous vacancies:

- автомобиль саноатикорхоналарининг инновацион бенчмаркинг имкониятлари ва моддий ресурсларини ривожлантириш йўлларини аниқлаш;
- бундайривожлантириш йўналишлари бўйича кўзланган вазифаларни асослаш;
- choose the technologies of innovation synchmarking in the process of rivozlantization;
- innovation benchmarking faoliatiati уўnalishinni tanlash бўйича etarli strategy mehanizmlarini ishlab чиқиш;
- Innovative benchmarking potentialini rivozhlantirish жараёни samaradoligini аниқлаш.

The concept of introducing the potential of innovation in auto-savannah coronalari is applied to the following:

- 1) ички ва ташқи омилларни баҳолаш;
- 2) Innovation Benchmarking ResourcesLaridan Samarali Foidalanish.

Автосаноатда инновацион бенчмаркинг потенциалини тадқиқ қилиш ва баҳолаш борасидаги тадқиқотларимиз шундан иборатки, таъсир кўрсатувчи омиллар ва танланган кўрсаткичлар хусусиятидан келиб чиқиб баҳолаш учун аниқ услубиятга эга бўлиш керак.

Инновацион бенчмаркинг потенциалини баҳолаш услуби бўйича юқорида келтирилган барча фикрлардан келиб чиқиб, автомобиль саноати тизимида инновацион бенчмаркинг потенциали унинг моддий ресурслар потенциали, инсон ресурслари потенциали, ахборот ресурслари потенциали ва бенчмаркинг воситалари потенциали билан баҳолаш услубиятини таклиф этамиз.

Автосаноат корхоналарининг инновацион бенчмаркинг потенциали қуйидаги формула орқали баҳоланади:

$$P = f1 (P1, P2, P3, P4, P5) (1)$$



Here's what:

P1 – Autosanoatkorhonasin innovation potential;

P2 – autosanoatcorhonasining moddii resource potentials;

P3 – autosanoatcorhonasining inson resource potentials;

P4 – autosanoatkorhonasining ahborot resource potentials;

P5 is an autosanoatcorhonasinating benchmark-king potential.

Муаллифлик нуқтаи назаридан ушбу фор-мула ёрдамида транспорт корхоналарининг инновацион бенчмаркинг потенциални баҳолаш билан бирга барча иқтисодий кўрсаткичларни ижобий натижада ифодалаш ҳамда сенергетик самарадорликка эришишга мувофиқлигини келтириб ўтиш мумкин.

**Хулоса ва таклифлар:** Юқорида келтирилган мулоҳазалардан шундай хулоса қилиш мумкинки, автосаноат корхонасининг инновацион бенчмаркинг потенциални тадқиқ қилиш ва баҳолаш, унинг транспорт хизматлари кўрсатишда инновацион фаолиятни ривожлантириш, умумтранспорт хизматлари бозорида рақобат устунликка эришиши нафақат транспорт хизматлари жараёнларини бошқариш, балки инновацион потенциални ҳам бошқаришни самарали ташкил этишни тақозо этади.

**Bund:**

–бозор иқтисодиёти талабларини ҳисобга олган ҳолда автотранспорт хизматлари кўрсатишда инновацион ташиш технологияларини қўллаган ҳолда эксплуатацион ва таъминот харажатларини қисқартирган ҳолда бозордаги улушни ошириш;

–автосаноат корхонаси фаолиятини кенгайтиришни таъминлай оладиган даражадаги даромади инновацион потенциални бошқаришнинг натижавий самарадорлиги ҳисобланади. Бунинг натижасида автосаноат корхоналарининг инновацион бенчмаркинг потенциални ривожлантириш билан боғлиқ инновацион бошқарув қарорлари қуйидаги икки йўналишда қабул қилиниши мумкин:

1.Транспорт корхоналарининг инновацион бенчмаркинг потенциални уни ривожлантириш, хизмат кўрсатиш жараёнида инновацион маҳсулотларни яратиш, шунингдек, инновацион усулларни қўллаш ва хизмат кўрсатиш баҳоларини мувофиқлаштириш ҳисобига корхонанинг инновацион потенциални ошириш билан амалга оширилади.





2. Инновацион бенчмаркинг потенциални тадқиқ қилиш ва ривожлантириш жараёни узлуксиз олиб борилиши керак, агар у сезиларли натижа бера олмаса, корхона стратегияси қайта кўриб чиқилади.

**Манба ва фойдаланилган адабиётлар рўйхати:**

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2020 йил 24 январдаги Олий Мажлисга Мурожаатномаси <https://www.review.uz/oz/post/uzbekiston-respublikasi-prezidenti-savkat-mirzиеevning-olij-mazlisga-murozaatnomasi>
2. Эргашходжаева Ш., Шарифхўжаев У. Маркетингни бошқариш. Дарслик. – Т.: ТДИУ, “Iqtisodiyot” нашриёти, 2019.–324 бет.,
3. Ikramov M., Abdusalilova L.T., Nabieva N.M. Marketing tadqiqotlari. Ўқув қўлланма. –Т.: ТДИУ, 2017. –145 б.
4. Bankin A. Content-marketing for sales growth. St. Petersburg: Piter, 2017. 272 p., Beckwith G. Four Keys to Service Marketing.–Moscow: Alpina Publisher, 2017. 252 p. (In Russian).
5. Berdyshev S.N. Secrets of effective online advertising. Practical manual.–Moscow: Dashkov and K, 2018. 120 p. (In Russian).
6. Bozhuk S. Marketing research. Textbook. Moscow, Yurayt Publ., 2017. 280 p. (In Russian).
7. Gorshtein M. Modern Marketing.–Moscow: Dashkov & Co., 2017. 404 p.,
8. Karasev A. Marketing research and situational analysis. Textbook and Practicum for Applied Bachelor's Degree.–Moscow, Yurayt Publ., 2017. 315 p. (In Russian).
9. Fatkhuddinov R.A. Strategic Marketing: Textbook for Higher Educational Institutions, 5th Edition. St. Petersburg, Piter Publ., 2008. 368 p. (in Russian).
10. Harding G. Marketing of industrial goods. /Lane. Moscow, Sirin Publ., 2002. 272 p. (In Russian).
11. Shkardun V.D. Marketing Foundations of Strategic Planning: Theory, Methodology, Practice: Monograph. Moscow, Delo Publ., 2005. 376 p. (in Russian).
12. Эргашходжаева Ш., Шарифхўжаев У. Маркетингни бошқариш. Дарслик. –Т.: ТДИУ, “Iqtisodiyot” нашриёти, 2019.–324 бет.