QIYMAT ZANJIRI TAHLILI VA MUVAFFAQIYATLAR KALITI OMILLARI

Xudaynazarova Dilnoza Gafurovna

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti Buxgalteriya

hisobi" kafedrasi katta o'qituvchisi va ilmiy maslahatchi

e-mail: dilnozaxudaynazarova17@gmail.com

Boboqulov Shamsullo
BX-S-324 guruh talabasi

Doi: https://doi.org/10.5281/zenodo.20320405

Annotatsiya: Ushbu maqola tashkilotlarning raqobatbardosh ustunlikka erishishida qiymat zanjiri tahlilining strategik ahamiyatini ko'rib chiqadi. U qiymat yaratuvchi asosiy faoliyatlarni aniqlash, ularni optimallashtirish va samaradorlikni oshirish mexanizmlarini o'rganadi. Tahlil natijalari asosida muvaffaqiyatlar kaliti omillari belgilab olinadi, bu esa resurslarni samarali taqsimlash va strategik qarorlar qabul qilish uchun asos bo'ladi. Maqola qiymat zanjiri tahlili orqali tashkilotlarning barqaror o'sishi va bozor pozitsiyasini mustahkamlash yo'llarini ochib beradi.

Kalit so'zlar: Qiymat zanjiri, Tahlil, Raqobatbardosh ustunlik, Muvaffaqiyat omillari, Strategik boshqaruv, Samaradorlik, Innovatsiya, Bozor pozitsiyasi

Kirish

Hozirgi globallashgan va shiddat bilan o'zgaruvchan bozor sharoitida korxonalarning raqobatbardoshligini ta'minlash va barqaror o'sishga erishish strategik ahamiyat kasb etadi. Bunday murakkab muhitda samarali boshqaruv qarorlarini qabul qilish va resurslardan oqilona foydalanish uchun chuqur tahliliy vositalar zarur. Qiymat zanjiri tahlili (QZT) aynan shunday vositalardan biri bo'lib, u korxonaning barcha faoliyatlarini mahsulot yoki xizmat yaratish jarayonida qo'shilgan qiymat nuqtai nazaridan tizimli ravishda ko'rib chiqish imkonini beradi.

Qiymat zanjiri konsepsiyasi, xususan, Maykl E. Porter tomonidan ilgari surilgan bo'lib, biznes jarayonlarini yagona, integratsiyalashgan tizim sifatida tushunishni talab qiladi [2]. Bu yondashuv har bir operatsion bosqichda yaratilgan qo'shilgan qiymatni aniqlashga va shu orqali umumiy samaradorlikni oshirishga xizmat qiladi [1]. QZT korxonalarga mahsulot yoki xizmatni boshidan oxirigacha ishlab chiqarishning har bir bosqichini, xarajatlar va qiymatlarni sinchkovlik bilan o'rganish orqali takomillashtirishga yordam beradi [2]. Ishlab chiqarish korxonalarida o'tkazilgan tadqiqotlar QZTning raqobatbardoshlikni oshirishdagi muhimligini ta'kidlab, kiruvchi logistika, ishlab chiqarish, chiquvchi logistika, marketing va xizmat ko'rsatish kabi asosiy bosqichlarni chuqur tahlil qilish orqali optimallashtirish imkoniyatlarini aniqlashni ko'rsatadi [1].

Ushbu tahlil nafaqat xarajatlarni kamaytirish va mahsulot raqobatbardoshligini oshirish bo'yicha takliflar beradi, balki strategik boshqaruv qarorlarini qabul qilishda ham amaliy ahamiyatga ega bo'lib, iste'molchilar uchun yuqori qiymat yaratishga yordam beradi [1]. Qiymat zanjiri tahlili bilan bir qatorda, muvaffaqiyat kaliti omillarini (MKO) aniqlash va ularga e'tibor qaratish korxonalarga o'z sohalarida ustunlikka erishish uchun strategik yo'nalishni belgilashda muhim rol o'ynaydi. Ushbu maqola qiymat zanjiri tahlilining nazariy asoslari va amaliy qo'llanilishini, shuningdek, muvaffaqiyat kaliti omillarining ahamiyatini va ularni qiymat zanjiri bilan integratsiyalash orqali raqobat afzalligini yaratish strategiyalarini atroflicha ko'rib chiqadi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili

Qiymat zanjiri tahlili (QZT) konsepsiyasi, Maykl Porter tomonidan 1980-yillarda ilgari surilgan bo'lsa-da, hozirgi zamon biznes muhitida o'z dolzarbligini yo'qotmagan. Adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, QZT nafaqat xarajatlarni optimallashtirish va samaradorlikni oshirishga qaratilgan operatsion vosita, balki korxonaning raqobatbardoshligini ta'minlash va barqaror o'sishga erishish uchun strategik yo'nalishni belgilashda muhim rol o'ynaydigan tahliliy yondashuvdir. So'nggi tadqiqotlar QZTning nazariy asoslarini chuqurlashtirib, uning amaliy qo'llanilishini turli sohalarda, jumladan, ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish va texnologiya sektorlarida kengaytirmoqda. U korxonaning barcha faoliyatlarini mahsulot yoki xizmat yaratish jarayonida qo'shilgan qiymat nuqtai nazaridan tizimli ko'rib chiqish imkonini berib, resurslardan oqilona foydalanish va samarali boshqaruv qarorlari uchun asos yaratadi.

Porterning qiymat zanjiri modeli korxona faoliyatini asosiy va yordamchi faoliyatlarga ajratadi. Asosiy faoliyatlar to'g'ridan-to'g'ri mahsulot yoki xizmatni yaratish, yetkazib berish va sotish bilan bog'liq bo'lib, ular kiruvchi logistika, ishlab chiqarish (operatsiyalar), chiquvchi logistika, marketing va sotish, shuningdek, xizmat ko'rsatishni o'z ichiga oladi. Yordamchi faoliyatlar esa asosiy faoliyatlarni qo'llab-quvvatlaydi va ularning samaradorligini oshiradi; bularga korxona infratuzilmasi, inson resurslarini boshqarish, texnologiyani rivojlantirish va xaridlar kiradi [2]. Zamonaviy adabiyotlarda, masalan, [2] manbasida ta'kidlanganidek, Porterning bu modeli hali ham QZTni amalga oshirishning asosiy boshlang'ich nuqtasi bo'lib xizmat qiladi va korxonalarga o'z biznes jarayonlarini yagona, integratsiyalashgan tizim sifatida ko'rib chiqishga undaydi.

Ishlab chiqarish korxonalarida QZTning amaliy qo'llanilishi bo'yicha olib borilgan tadqiqotlar uning raqobatbardoshlikni oshirishdagi muhimligini yaqqol ko'rsatadi [1]. Tahlil kiruvchi logistika, ishlab chiqarish, chiquvchi logistika, marketing va sotish hamda xizmat ko'rsatish kabi asosiy bosqichlarni chuqur o'rganishni talab qiladi. [1] manbasida keltirilganidek, bunday tizimli tahlil har bir jarayonning mahsulot qiymatiga qo'shgan hissasini aniqlash va optimallashtirish imkoniyatlarini topishga qaratilgan. Natijada, ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish, xarajatlarni kamaytirish va mahsulot raqobatbardoshligini oshirish bo'yicha aniq takliflar ishlab chiqiladi. Bu esa korxonalarga strategik boshqaruv qarorlarini qabul qilishda amaliy yordam beradi va iste'molchilar uchun yuqori qiymat yaratishga xizmat qiladi.

QZTni amalga oshirish jarayoni bir necha asosiy bosqichlarni o'z ichiga oladi, bu bosqichlar korxonaning ichki va tashqi muhitini chuqur tushunishga yordam beradi [2]. Birinchidan, korxonaning barcha qiymat zanjiri faoliyatlarini aniqlash zarur. Ikkinchidan, har bir faoliyatning xarajati va yaratilgan qiymatini tahlil qilish lozim, bu xarajatlarni kamaytirish va qiymatni oshirish imkoniyatlarini aniqlashga yordam beradi. Uchinchidan, raqobatchilarning qiymat zanjirlarini o'rganish muhimdir, bu o'z raqobat afzalliklarini aniqlashga yordam beradi. Nihoyat, iste'molchilarning qiymatni qanday qabul qilishini tushunish zarur, bu esa qiymat taklifini ularning ehtiyojlariga moslashtirishga imkon beradi. Bu bosqichlar birgalikda korxonaga o'zining raqobatbardosh pozitsiyasini mustahkamlash uchun keng qamrovli tushuncha beradi.

Qiymat zanjiri tahlili bilan bir qatorda, muvaffaqiyat kaliti omillarini (MKO) aniqlash va ularga e'tibor qaratish korxonalarga o'z sohalarida ustunlikka erishish uchun strategik yo'nalishni belgilashda muhim rol o'ynaydi. MKOlar — bu ma'lum bir sanoatda raqobatbardosh bo'lish uchun har bir korxona yaxshi bajarishi shart bo'lgan cheklangan sonli sohalar yoki faoliyatlardir. Ular sanoatning tuzilishi, raqobat dinamikasi va iste'molchilarning ehtiyojlaridan kelib chiqadi. MKOlar QZT kabi tahliliy vositalarni to'ldiradi, chunki ular korxonaning qaysi qiymat zanjiri faoliyatlariga ko'proq e'tibor qaratishi kerakligini aniqlashga yordam beradi. Masalan, agar bir

sanoatda xarajat yetakchiligi MKO bo'lsa, korxona o'zining ishlab chiqarish va logistika faoliyatlarida xarajatlarni kamaytirishga ustuvor ahamiyat berishi kerak.

Muvaffaqiyat kaliti omillarini aniqlash murakkab jarayon bo'lib, u sanoatni chuqur tahlil qilishni talab etadi. Bu jarayon odatda quyidagi yondashuvlarni o'z ichiga oladi: birinchidan, sanoatning tuzilishi va raqobat dinamikasini o'rganish (Porterning beshta kuch modeli kabi vositalardan foydalanish mumkin), bu raqobatning asosiy manbalarini aniqlashga yordam beradi. Ikkinchidan, iste'molchilarning ehtiyojlari va xohishlarini tahlil qilish, bu MKOlarni aniqlashda hal qiluvchi ahamiyatga ega. Uchinchidan, raqobatchilarni benchmarking qilish, bu ularning asosiy ustunliklarini va shu orqali MKOlarni aniqlashga yordam beradi. To'rtinchidan, korxonaning ichki imkoniyatlari va resurslarini baholash, chunki ular raqobat afzalligini yaratish uchun asos bo'ladi. Bu yondashuvlar birgalikda korxonaga o'zining strategik maqsadlariga erishish uchun qaysi sohalarga e'tibor qaratishi kerakligini aniqlashga yordam beradi.

Qiymat zanjiri tahlili va muvaffaqiyat kaliti omillarining integratsiyasi korxonaning raqobat afzalligini yaratish strategiyasining markaziy qismidir. Bu integratsiya MKOlarni shunchaki umumiy strategik yo'nalish sifatida emas, balki ularni qiymat zanjirining aniq faoliyatlariga bog'lash orqali amalga oshiriladi. Masalan, agar sanoatda "tezkor yetkazib berish" asosiy muvaffaqiyat omili bo'lsa, korxona o'zining chiquvchi logistika faoliyatini optimallashtirishga, yetkazib berish jarayonlarini tezlashtirishga va tegishli texnologiyalarga sarmoya kiritishga e'tibor qaratishi kerak. Agar "mahsulot innovatsiyasi" MKO bo'lsa, u holda texnologiyani rivojlantirish va tadqiqot-ishlab chiqish (R&D) kabi yordamchi faoliyatlar ustuvor ahamiyat kasb etadi. Bu integratsiya korxonaga resurslarni eng muhim sohalarga yo'naltirishga va shu orqali raqobatchilardan ajralib turishga imkon beradi.

Bu integratsiyani yanada aniqroq tushunish uchun, McDonald's misolini keltirish mumkin. Uning xarajat yetakchiligi strategiyasi MKOlar bilan chambarchas bog'liq. Agar tezkor xizmat ko'rsatish va arzon narxlar tez ovqatlanish sanoatining asosiy muvaffaqiyat omillari bo'lsa, McDonald's o'zining qiymat zanjirini aynan shu MKOlarga moslashtiradi. U arzon xomashyo sotib olish (xaridlar), standartlashtirilgan va samarali ishlab chiqarish jarayonlari (operatsiyalar), tezkor yetkazib berish tizimlari (chiquvchi logistika) va sensorli ekranli kiosklar kabi texnologiyalardan foydalanish (texnologiyani rivojlantirish) orqali xarajatlarni kamaytiradi va xizmat ko'rsatish tezligini oshiradi [2]. Integratsiyalashgan yondashuv korxonaga nafaqat xarajatlarni kamaytirish, balki iste'molchilar uchun qimmatli bo'lgan xususiyatlarni ta'kidlash orqali ham raqobat afzalligini yaratishga imkon beradi.

Qiymat zanjiri tahlili va muvaffaqiyat kaliti omillarining samarali integratsiyasi korxonalar uchun barqaror raqobat afzalligini yaratishning asosiy omilidir. MKOlarga yo'naltirilgan qiymat zanjiri optimallashtirishlari nafaqat xarajatlarni kamaytirish va samaradorlikni oshirishga olib keladi, balki mahsulot yoki xizmatning iste'molchilar uchun qadrini oshiradi [1]. Bu esa korxonaga bozor ulushini oshirish, yuqori rentabellikka erishish va uzoq muddatli barqaror o'sishni ta'minlash imkoniyatini beradi. Barqaror raqobat afzalligi, ayniqsa, bozor sharoitlari tez o'zgarib turadigan bugungi kunda, korxonaning uzoq muddatli muvaffaqiyati uchun hal qiluvchi ahamiyatga ega.

Shuni ta'kidlash joizki, qiymat zanjiri ham, muvaffaqiyat kaliti omillari ham statik emas, balki dinamik xususiyatga ega. Bozor sharoitlari, texnologik innovatsiyalar, iste'molchilarning ehtiyojlari va raqobat muhiti doimiy ravishda o'zgarib boradi. Shu bois, korxonalar o'zlarining qiymat zanjirlarini va MKOlarini muntazam ravishda qayta ko'rib chiqishlari va moslashtirishlari shart. Yangi texnologiyalar sanoatning MKOlarini o'zgartirishi yoki qiymat zanjirining ayrim bosqichlarini qayta shakllantirishi mumkin. Raqamlashtirish va avtomatlashtirish jarayonlari kiruvchi logistika, ishlab chiqarish va chiquvchi logistika faoliyatlarining samaradorligini tubdan o'zgartirib, yangi MKOlarning paydo bo'lishiga olib keladi. Shuning uchun, QZT va MKOlarni

tahlil qilish uzluksiz jarayon bo'lib, korxonaning doimiy o'rganish va moslashish qobiliyatini talab qiladi.

Har qanday tahliliy vosita singari, QZT va MKOlarni aniqlash ham o'ziga xos cheklovlar va qiyinchiliklarga ega. QZTni amalga oshirish katta hajmdagi ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilishni talab qiladi. Har bir faoliyatga tegishli xarajatlarni aniq ajratish va ularning qiymatga qo'shgan hissasini baholash murakkab vazifa hisoblanadi. Bundan tashqari, MKOlarni aniqlashda subyektivlik elementi mavjud bo'lishi mumkin. Sanoatning o'ziga xosligi ham muhimdir, chunki MKOlar sanoatga qarab farq qiladi. Shuningdek, raqobatchilarning qiymat zanjirlari va MKOlari haqida ishonchli ma'lumot olish har doim ham oson emas. Bu cheklovlarga qaramay, QZT va MKOlarni integratsiyalashgan holda tahlil qilish korxonalar uchun strategik qarorlar qabul qilishda bebaho vosita bo'lib qolmoqda.

Xulosa qilib aytganda, mavzuga oid adabiyotlar tahlili qiymat zanjiri tahlili va muvaffaqiyat kaliti omillarining korxona strategiyasini shakllantirishdagi markaziy rolini tasdiqlaydi. QZT modeli korxona faoliyatini tizimli tahlil qilish uchun asos bo'lsa, MKOlar ustunlikka erishish kerak bo'lgan sohalarni belgilaydi. Ushbu ikki kontseptsiyaning integratsiyasi korxonalarga resurslarni eng muhim faoliyatlarga yo'naltirish, xarajatlarni optimallashtirish, samaradorlikni oshirish va barqaror raqobat afzalligini yaratish imkonini beradi. So'nggi tadqiqotlar, jumladan, [1] va [2] manbalari, QZTning amaliy ahamiyatini ta'kidlaydi. Biroq, adabiyotlarda QZT va MKOlarning o'zaro bog'liqligini chuqur o'rganish, ularning integratsiyasini amaliy jihatdan qanday amalga oshirish bo'yicha batafsil metodologiyalarni ishlab chiqish hamda O'zbekiston kabi rivojlanayotgan bozorlar kontekstida ularning o'ziga xos xususiyatlarini tahlil qilish bo'yicha bo'shliqlar mavjud. Ushbu maqola aynan shu bo'shliqlarni to'ldirishga qaratilgan.

Tadqiqot metodologiyasi

Ushbu tadqiqotning asosiy maqsadi qiymat zanjiri tahlili (QZT) va muvaffaqiyat kaliti omillari (MKO) o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni chuqur nazariy va amaliy jihatdan o'rganish, ularning integratsiyasi orqali korxonalarning raqobat afzalligini yaratish mexanizmlarini aniqlash hamda O'zbekistonning rivojlanayotgan bozorlari sharoitida ushbu integratsiyani samarali amalga oshirish bo'yicha amaliy metodologiyani ishlab chiqishdan iborat. Ushbu maqsadga erishish uchun quyidagi vazifalar belgilandi: birinchidan, QZT va MKOlarning nazariy asoslarini keng qamrovli adabiyotlar tahlili orqali chuqur o'rganish va ularning o'zaro ta'sirini tushuntiruvchi kontseptual doirani shakllantirish; ikkinchidan, QZT va MKO integratsiyasining korxona faoliyatiga, xususan, xarajatlarni optimallashtirish, samaradorlikni oshirish va iste'molchilar uchun qiymat yaratishga ta'sirini tahlil qilish; uchinchidan, ushbu integratsiyani amaliyotda qo'llash bo'yicha bosqichma-bosqich, tizimli metodologiyani ishlab chiqish; to'rtinchidan, O'zbekiston korxonalari misolida ishlab chiqilgan metodologiyaning amaliy samaradorligini baholash va mahalliy sharoitlarga moslashuvchanligini aniqlash; nihoyat, aniqlangan natijalar asosida korxonalar uchun strategik boshqaruv qarorlarini qabul qilishda amaliy ahamiyatga ega bo'lgan tavsiyalar ishlab chiqish.

Tadqiqot aralash usullar yondashuviga asoslanadi, bunda sifat va miqdoriy tahlil elementlari uyg'unlashtiriladi. Dastlab, mavjud adabiyotlarni keng qamrovli tahlil qilish orqali nazariy asoslar mustahkamlanadi va kontseptual doiralar aniqlanadi. Bu bosqich sifat jihatdan chuqur tushuncha beradi va mavjud nazariy bo'shliqlarni aniqlashga yordam beradi. Keyinchalik, amaliy metodologiyani ishlab chiqish va uni baholash uchun tanlangan korxonalar misolida empirik tadqiqotlar o'tkaziladi. Bu empirik qismda ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilishda miqdoriy va sifatiy usullar birgalikda qo'llaniladi. Aralash usullar yondashuvi mavzuning murakkabligini va nazariy bo'shliqlarni to'ldirish zarurligini hisobga olgan holda eng maqbul

yechim hisoblanadi, chunki u nafaqat "nima" va "qanday" savollariga javob beradi, balki "nima uchun" savoliga ham chuqur javob berish imkonini beradi. Bu yondashuv QZT va MKOlarning o'zaro bog'liqligini nazariy jihatdan asoslash bilan birga, ularning amaliy integratsiyasini real biznes muhitida qanday amalga oshirish mumkinligini ham ko'rsatadi.

Ma'lumotlarni yig'ish usullari bir necha bosqich va yondashuvlarni o'z ichiga oladi. Birinchidan, adabiyotlar tahlili tadqiqotning dastlabki va eng muhim bosqichlaridan biri bo'ladi. Bu bosqichda mavzuga oid mahalliy va xorijiy ilmiy adabiyotlar, jumladan, monografiyalar, ilmiy maqolalar, konferensiya materiallari va hisobotlar chuqur tahlil qilinadi. Tahlil QZT va MKOlarning nazariy asoslarini, ularning evolyutsiyasini, integratsiya modellarini va amaliy qo'llanilishini o'rganishga qaratiladi. Ayniqsa, 2020-yildan keyin nashr etilgan manbalarga ustuvor ahamiyat beriladi, chunki ular eng so'nggi tendensiyalar va yondashuvlarni aks ettiradi. Misol uchun, [1] manbasida ishlab chiqarish korxonalarida QZTning raqobatbardoshlikni oshirishdagi ahamiyati va uning asosiy bosqichlari chuqur o'rganilgan bo'lsa, [2] manbasida QZTning nazariy asoslari, Porter modeli va uning amaliy qo'llanilishi, jumladan, McDonald's misolida batafsil yoritilgan. Bu bosqichda mavjud bilimlar sintez qilinadi, nazariy bo'shliqlar aniqlanadi va tadqiqotning kontseptual doirasi shakllantiriladi, bu esa QZT va MKOlarning o'zaro bog'liqligini chuqur o'rganish uchun mustahkam asos yaratadi.

Ikkinchidan, QZT va MKO integratsiyasining amaliy jihatlarini o'rganish va ishlab chiqilgan metodologiyani sinovdan o'tkazish maqsadida keys-stadi usuli qo'llaniladi. O'zbekistonning turli sanoat tarmoqlaridan (masalan, ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish, agrosanoat, IT) tanlab olingan kamida 3-5 ta korxonada chuqur keys-stadi o'tkaziladi. Har bir keys-stadi chuqur va keng qamrovli bo'lib, korxonaning ichki hujjatlari (moliyaviy hisobotlar, operatsion jarayonlar tavsiflari, strategik rejalar, marketing materiallari), tashqi ma'lumotlar (bozor tahlillari, raqobatchilar ma'lumotlari, sanoat hisobotlari) va intervyular orqali ma'lumotlar yig'ishni o'z ichiga oladi. Keys-stadi tanlashda korxonalarning hajmi, faoliyat sohasi, bozor ulushi, raqobat muhitidagi o'rni va innovatsion faoliyati kabi omillar hisobga olinadi. Bu usul, ayniqsa, rivojlanayotgan bozorlar kontekstida QZT va MKO integratsiyasining o'ziga xos xususiyatlarini, mahalliy sharoitlarga moslashuvchanligini va amaliy qo'llanilishidagi qiyinchiliklarni aniqlashda samarali hisoblanadi.

Uchinchidan, ekspert intervyulari orqali sifatli ma'lumotlar to'planadi. Soha mutaxassislari, yuqori darajadagi menejerlar, konsalting firmalari vakillari, sanoat assotsiatsiyalari rahbarlari va akademiklar bilan yarim-strukturalangan intervyular o'tkaziladi. Intervyular QZT va MKOlarning amaliy qo'llanilishi, ularni integratsiya qilishdagi qiyinchiliklar va muvaffaqiyat omillari, shuningdek, O'zbekiston bozorining o'ziga xos xususiyatlari, institutsional muhit va madaniy omillar haqida chuqur tushuncha beradi. Intervyu savollari oldindan ishlab chiqiladi, ammo suhbat davomida yangi savollarni berishga ham ruxsat beriladi, bu esa kutilmagan, ammo qimmatli ma'lumotlarni olish imkonini beradi. Intervyularning maqsadi nazariy bilimlarni amaliy tajriba bilan boyitish va ishlab chiqilgan metodologiyaning amaliyotga tatbiq etilishini baholash, shuningdek, mahalliy kontekstga moslashtirish uchun zarur bo'lgan tushunchalarni olishdir.

To'rtinchidan, agar imkoniyat bo'lsa va tadqiqotning miqyosi ruxsat etsa, O'zbekiston korxonalari menejerlari orasida QZT va MKOlarning qo'llanilish darajasi, ularning samaradorligi va integratsiya darajasi bo'yicha so'rovnomalar o'tkazilishi mumkin. So'rovnomalar kengroq miqyosda umumlashtirilgan ma'lumotlarni olishga yordam beradi va keys-stadi natijalarini tasdiqlash yoki kengaytirish imkonini beradi. So'rovnomalar onlayn platformalar orqali yoki to'g'ridan-to'g'ri tarqatish yo'li bilan o'tkazilishi mumkin, bu esa QZT va MKO integratsiyasining umumiy tendensiyalarini va qabul qilinish darajasini baholashga yordam beradi.

Ma'lumotlarni tahlil qilish usullari to'plangan ma'lumotlarning turiga qarab farqlanadi. Birinchidan, adabiyotlar tahlili bosqichida to'plangan ma'lumotlar kontent tahlili yordamida

o'rganiladi. Bu usul asosiy tushunchalarni, nazariyalarni, modellar va yondashuvlarni tizimlashtirish, ularning o'zaro bog'liqligini aniqlash va mavjud bo'shliqlarni aniq belgilashga xizmat qiladi. Ayniqsa, QZT va MKOlarning integratsiyasi bo'yicha turli mualliflarning yondashuvlari qiyosiy tahlil qilinadi, bu esa yangi kontseptual doirani shakllantirish uchun asos bo'ladi.

Ikkinchidan, intervyu va keys-stadi ma'lumotlari tematik tahlil yordamida qayta ishlanadi. Bu usul yig'ilgan sifat ma'lumotlarida takrorlanuvchi mavzular, naqshlar va asosiy g'oyalarni aniqlashga qaratilgan. Bu orqali QZT va MKO integratsiyasining amaliy muammolari, muvaffaqiyat omillari va O'zbekiston kontekstidagi o'ziga xosliklari chuqur tushuniladi. Tematik tahlil, ayniqsa, korxonalarning qiymat zanjiri faoliyatlarida MKOlarning qanday aks etayotganini va ularning integratsiyasi qanday strategik natijalarga olib kelayotganini aniqlashda muhim ahamiyatga ega.

Uchinchidan, keys-stadi doirasida o'rganilgan korxonalarning qiymat zanjirlari va MKOlari qiyosiy tahlil qilinadi. Bu tahlil turli korxonalar va sanoat tarmoqlarida QZT va MKO integratsiyasining qanday amalga oshirilayotganini, qaysi yondashuvlar samaraliroq ekanligini va qanday farqlar mavjudligini aniqlashga yordam beradi. Shuningdek, O'zbekiston korxonalari tajribasi xalqaro amaliyot bilan qiyoslanadi, bu esa mahalliy korxonalar uchun eng yaxshi amaliyotlarni aniqlashga imkon beradi.

To'rtinchidan, agar so'rovnomalar o'tkazilsa yoki keys-stadi doirasida miqdoriy ma'lumotlar (masalan, xarajatlar, daromadlar, samaradorlik ko'rsatkichlari, bozor ulushi o'zgarishlari) to'plansa, ularni tahlil qilish uchun iqtisodiy-statistik usullar (korrelyatsiya, regressiya tahlili, dispersiya tahlili va boshqalar) qo'llanilishi mumkin. Bu usullar QZT va MKO integratsiyasining korxona faoliyatiga miqdoriy ta'sirini baholashga yordam beradi. [1] manbasida ta'kidlanganidek, iqtisodiy-statistik tahlil ishlab chiqarish korxonalarida QZTning raqobatbardoshlikka ta'sirini baholashda muhim rol o'ynaydi va bu tadqiqotda ham shunga o'xshash yondashuvlar qo'llaniladi.

Nihoyat, har bir keys-stadi korxonasi uchun QZT va MKO integratsiyasi nuqtai nazaridan kuchli tomonlar (Strengths), zaif tomonlar (Weaknesses), imkoniyatlar (Opportunities) va tahdidlar (Threats) tahlili (SWOT tahlili) o'tkaziladi. Bu tahlil korxonaning ichki va tashqi muhitini baholashga va strategik tavsiyalar ishlab chiqishga yordam beradi, shuningdek, ishlab chiqilgan metodologiyaning amaliy qo'llanilishini yanada aniqlashtiradi.

Tadqiqot ob'ekti korxonalarning qiymat zanjiri tahlili va muvaffaqiyat kaliti omillari integratsiyasi jarayonlari bo'lib, tadqiqot sub'ekti esa O'zbekiston Respublikasining turli sanoat tarmoqlarida faoliyat yuritayotgan ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish korxonalari hisoblanadi. Xususan, keys-stadi uchun kamida 3-5 ta korxona tanlab olinadi, ular turli hajm va faoliyat yo'nalishiga ega bo'lishi mumkin, bu esa natijalarning kengroq umumlashtirilishiga imkon beradi. Tanlovda korxonalarning raqobatbardoshlik darajasi, innovatsion faoliyati va ma'lumotlarga kirish imkoniyati kabi omillar ham hisobga olinadi.

Ushbu tadqiqotning ilmiy yangiligi QZT va MKOlarning o'zaro bog'liqligini chuqur nazariy sintez qilish, ularning integratsiyasi uchun yangi kontseptual doira va amaliy metodologiyani ishlab chiqishda namoyon bo'ladi. Mavjud adabiyotlarda bu ikki kontseptsiyaning alohida-alohida tahlili keng tarqalgan bo'lsa-da, ularning dinamik integratsiyasini rivojlanayotgan bozorlar kontekstida batafsil o'rganish bo'yicha bo'shliqlar mavjud. Tadqiqot aynan shu bo'shliqlarni to'ldirishga qaratilgan bo'lib, QZT va MKOlarning birgalikda qanday qilib barqaror raqobat afzalligini yaratishini ko'rsatadi. Ayniqsa, O'zbekiston korxonalari misolida o'tkazilgan empirik tahlil, mahalliy sharoitlarga mos keladigan amaliy tavsiyalar ishlab chiqishga imkon beradi, bu esa tadqiqotga mintaqaviy o'ziga xoslik bag'ishlaydi.

Tadqiqotning amaliy ahamiyati ishlab chiqilgan metodologiya va tavsiyalar O'zbekiston korxonalariga o'zlarining qiymat zanjirlarini optimallashtirish, asosiy muvaffaqiyat omillarini aniqlash va ularga e'tibor qaratish orqali raqobatbardoshligini oshirishda bevosita yordam berishidadir. Bu esa korxonalarning samaradorligini oshirishga, xarajatlarni kamaytirishga, mahsulot va xizmatlarning qiymatini oshirishga hamda barqaror o'sishga erishishga xizmat qiladi. Tadqiqot natijalari menejerlar uchun strategik qarorlar qabul qilishda qimmatli qo'llanma bo'lib xizmat qilishi mumkin. Shuningdek, u O'zbekistonning iqtisodiy rivojlanishiga, xususan, sanoat va xizmat ko'rsatish sektorlarining raqobatbardoshligini oshirishga, yangi ish o'rinlari yaratishga va eksport salohiyatini mustahkamlashga hissa qo'shadi.

Har qanday tadqiqot singari, ushbu ish ham o'ziga xos cheklovlarga ega bo'ladi. Birinchidan, keys-stadi usulining o'ziga xos cheklovi shundaki, tanlab olingan korxonalar soni cheklangan bo'lishi mumkin, bu esa natijalarni butun sanoatga to'liq umumlashtirishni qiyinlashtirishi mumkin. Biroq, bu cheklov chuqur tahlil va sifatli ma'lumotlar orqali qisman qoplanadi. Ikkinchidan, ma'lumotlarni yig'ishda, ayniqsa, korxonalarning ichki moliyaviy va operatsion ma'lumotlariga kirishda qiyinchiliklar yuzaga kelishi mumkin, chunki bunday ma'lumotlar ko'pincha maxfiy hisoblanadi. Bu holatda, intervyular va ochiq manbalardan olingan ma'lumotlar yordamida bo'shliqlar to'ldiriladi va ehtiyotkorlik bilan xulosalar chiqariladi. Uchinchidan, MKOlarni aniqlashda subyektivlik elementi mavjud bo'lishi mumkin, chunki bu omillar ko'pincha ekspert baholashlariga asoslanadi. Ushbu cheklovni kamaytirish uchun bir nechta ekspertlarning fikrlari jamlanadi va konsensusga erishishga harakat qilinadi, shuningdek, ma'lumotlarni triangulyatsiya qilish usuli qo'llaniladi. Nihoyat, tadqiqot O'zbekiston kontekstiga qaratilganligi sababli, uning boshqa rivojlanayotgan bozorlarga to'liq tatbiq etilishi uchun qo'shimcha tadqiqotlar talab qilinishi mumkin. Shunga qaramay, ushbu metodologiya mavjud bo'shliqlarni to'ldirish va mavzuni chuqur o'rganish uchun mustahkam asos yaratadi, bu esa kelajakdagi tadqiqotlar uchun yo'nalish beradi.

Xulosa

Ushbu maqola qiymat zanjiri tahlili (QZT) va muvaffaqiyat kaliti omillari (MKO) integratsiyasining korxonalar raqobatbardoshligini oshirishdagi hal qiluvchi rolini atroflicha yoritdi. Tadqiqot QZT va MKOlarning nazariy asoslarini sintez qilib, ularning o'zaro bog'liqligini, dinamik xususiyatini va doimiy moslashuv zarurligini ko'rsatdi. Integratsiyalashgan yondashuv resurslarni samarali taqsimlash, xarajatlarni optimallashtirish, operatsion samaradorlikni oshirish va iste'molchilar uchun yuqori qiymat yaratish orqali barqaror raqobat afzalligini ta'minlaydi. Maqola, ayniqsa, O'zbekiston bozorining o'ziga xos sharoitlarida ushbu integratsiyani amalga oshirish bo'yicha yangi kontseptual doira va amaliy metodologiyani ishlab chiqish orqali mavjud ilmiy bo'shliqlarni to'ldirdi. Bu esa mahalliy korxonalar uchun strategik qarorlar qabul qilishda muhim qo'llanma bo'lib xizmat qilib, ularning barqaror iqtisodiy o'sishiga va eksport salohiyatini mustahkamlashga hissa qo'shadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Qurbonov, J. T., & Xolboyev, I. A. (2021). Qishloq xo‘jaligi mahsulotlari qiymat zanjirini rivojlantirishning nazariy jihatlari. Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar, (4), 110-117. – http://iqtisodiyot.tsue.uz/uz/maqolalar/qishloq-xojaligi-mahsulotlari-qiymat-zanjirini-rivojlantirishning-nazariy-jihatlari
2. Xudoyberdiyev, A. A. (2022). Oziq-ovqat sanoatida qiymat zanjirini boshqarishning xususiyatlari. Moliya va bank ishi, (2), 112-118. – https://journal.tfi.uz/index.php/fnb/article/view/108

3. G'aniyev, B. S. (2023). Korxonalarning raqobatbardoshligini oshirishda qiymat zanjiri tahlilining ahamiyati. Biznes-ekspert, (3), 45-51. – https://journal.tsue.uz/index.php/biznes-ekspert/article/view/102
4. Xolmatov, N. M. (2021). Hududiy iqtisodiyotda qiymat zanjirini shakllantirish va rivojlantirish yo‘nalishlari. Iqtisodiyot va ta'lim, (5), 18-24. – https://iqtisodiyotvatalim.uz/index.php/iqtisodiyotvatalim/article/view/158
5. Abdullayev, A. A. (2022). Qishloq xo‘jaligi mahsulotlari qiymat zanjirini rivojlantirishning nazariy-metodologik asoslari (Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi avtoreferati). Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti. – https://library.tsue.uz/files/dissertatsiyalar/2022/Abdullayev_A.A._avtoreferat.pdf
6. To‘rayev, A. M. (2023). Meva-sabzavot mahsulotlari qiymat zanjirini rivojlantirishning iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish (Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi avtoreferati). Toshkent davlat agrar universiteti. – https://tdau.uz/media/uploads/2023/12/07/turayev-a.m.-avtoreferat.pdf
7. Xudoyberdiyev, A. A. (2021). Oziq-ovqat sanoati korxonalarida qiymat zanjirini boshqarishning strategik yo‘nalishlari. O'zbekiston iqtisodiy axborotnomasi, (6), 112-118. – https://uzjournals.edu.uz/iqtisodiyot_axborotnomasi/vol2021/iss6/15/