TANNARXNI TAQSIMLASH. XARIDOR- FOYDALILIK TAHLILI VA SOTISH- FARQLI TAHLIL

Suyunqulova Feruza
Samarqand shahar "Iqtisod va servis" instituti
BX-S-324 guruh talabasi

Xudaynazarova Dilnoza Gafurovna
Samarqand iqtisodiyot va servis instituti
“Buxgalteriya hisobi” kafedrasi katta o’qituvchisi
ilmiy maslahatchi
e-mail: dilnozaxudaynazarova17@gmail.com
Doi: https://doi.org/10.5281/zenodo.20321196

Annotatsiya

Ushbu maqola tannarxni taqsimlashning nazariy va amaliy jihatlarini, uning korxona samaradorligini oshirishdagi ahamiyatini ko'rib chiqadi. Unda xaridor-foydalilik tahlili, mijozlar ehtiyojlari va qadriyatlarini chuqur tushunish vositasi sifatida o'rganiladi. Shuningdek, sotish-farqli tahlilning savdo strategiyalarini baholash va optimal qarorlar qabul qilishdagi roli yoritiladi. Bu tahliliy yondashuvlar biznesning raqobatbardoshligini oshirish, resurslarni samarali taqsimlash va uzoq muddatli barqaror o'sishni ta'minlash uchun muhimdir. Maqola ushbu usullarning integratsiyalashgan qo'llanilishi orqali korxona qiymatini maksimal darajada oshirish yo'llarini taklif etadi.

Kalit so‘zlar: Tannarxni Taqsimlash, Xaridor-Foydalilik Tahlili, Sotish-Farqli Tahlil, Korxona Samaradorligi, Qaror Qabul Qilish, Resurslarni Taqsimlash, Raqobatbardoshlik

Kirish

Zamonaviy biznes muhitida korxonalarning barqaror rivojlanishi va raqobatbardoshligini ta'minlash samarali boshqaruv qarorlariga bog'liq. Bunday qarorlar aniq va ishonchli moliyaviy-boshqaruv ma'lumotlariga asoslanishi shart. Ushbu kontekstda, tannarxni taqsimlash, xaridor-foydalilik tahlili va sotish-farqli tahlil kabi boshqaruv hisobi vositalari strategik ahamiyat kasb etadi. Ular korxonalarga o'z faoliyatini chuqur tahlil qilish, resurslarni optimal taqsimlash va bozor imkoniyatlaridan samarali foydalanish imkonini beradi.

Tannarxni taqsimlash mahsulot yoki xizmatlarning haqiqiy tannarxini aniqlashda markaziy o'rin tutib, korxonaning narx siyosatini shakllantirish, rentabellikni baholash va investitsiya qarorlari uchun muhimdir. Xarajatlarning aniq tasniflanishi va asosli taqsimlanishi mahsulot tannarxini to'g'ri hisoblash, resurslardan samarali foydalanish va korxonaning umumiy raqobatbardoshligini oshirishning asosiy omillaridan biridir [1]. An'anaviy va zamonaviy usullar, jumladan, faoliyatga asoslangan tannarx hisobi (ABC) kabi yondashuvlar, bilvosita xarajatlarni taqsimlashning aniqligini oshirish va boshqaruv qarorlariga ta'sirini optimallashtirishga xizmat qiladi [1].

Xaridor-foydalilik tahlili esa korxonalarga o'z mijozlar bazasini segmentlarga ajratish va har bir mijoz segmentining korxona foydasiga qo'shgan hissasini baholash imkonini beradi. Bu tahlil orqali eng foydali mijozlarni aniqlash, ularga yo'naltirilgan marketing strategiyalarini ishlab chiqish va kam foydali mijozlar bilan ishlash strategiyalarini qayta ko'rib chiqish mumkin. Natijada, resurslar eng yuqori daromad keltiradigan mijozlarga yo'naltiriladi, bu uzoq muddatli qiymat yaratishga xizmat qiladi.

Sotish-farqli tahlil esa sotish hajmi va daromadlarining rejalashtirilgan ko'rsatkichlardan chetga chiqish sabablarini aniqlashda muhim vositadir. Ushbu tahlil sotish samaradorligini baholash, narx, hajm va tarkibiy o'zgarishlarning umumiy sotish natijalariga ta'sirini aniqlash imkonini beradi. U boshqaruvchilarga sotish strategiyalarini qayta ko'rib chiqish, operatsion samaradorlikni oshirish va bozor sharoitlariga moslashish uchun asosli ma'lumotlarni taqdim etadi. Uch tahlilning integratsiyalashgan holda qo'llanilishi korxonaning moliyaviy holatini har tomonlama baholash, strategik rejalashtirishni takomillashtirish va barqaror o'sishni ta'minlash uchun zarur bo'lgan yagona va izchil yondashuvni shakllantiradi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili

Ilmiy adabiyotlarda boshqaruv hisobining zamonaviy vositalari, xususan, tannarxni taqsimlash, xaridor-foydalilik tahlili va sotish-farqli tahlilning nazariy asoslari, metodologik yondashuvlari hamda amaliy qo‘llashlari keng muhokama qilinadi. Ushbu tahlillar korxonalarning strategik qarorlar qabul qilish jarayonidagi ahamiyati, resurslarni samarali boshqarish va raqobatbardoshlikni oshirishdagi roli so‘nggi yillardagi tadqiqotlarda tobora ko‘proq e’tiborga olinmoqda.

Tannarxni taqsimlash konsepsiyasi boshqaruv hisobining asosiy ustunlaridan biri bo‘lib, mahsulot yoki xizmatlarning haqiqiy tannarxini aniqlashda hal qiluvchi ahamiyatga ega. Adabiyotlarda tannarxni taqsimlashning nazariy asoslari, xususan, to‘g‘ri va bilvosita xarajatlarning tasniflanishi hamda ularni mahsulot tannarxiga kiritish prinsiplari chuqur o‘rganilgan. An’anaviy tannarx hisobi usullari, masalan, to‘liq tannarx va o‘zgaruvchan tannarx hisobi yondashuvlari bilan bir qatorda, zamonaviy usullar, jumladan, faoliyatga asoslangan tannarx hisobi (ABC) va standart tannarx hisobi metodologiyalari ham keng tahlil qilinadi. Ayniqsa, bilvosita xarajatlarni taqsimlashning murakkabligi va bu jarayonning aniqligi boshqaruv qarorlariga sezilarli ta’sir ko‘rsatishi ilmiy ishlarda alohida ta’kidlanadi. Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, xarajatlarning aniq tasniflanishi va asosli taqsimlanishi mahsulot tannarxini to‘g‘ri hisoblash, resurslardan samarali foydalanish va korxonaning umumiy raqobatbardoshligini oshirishning asosiy omillaridan biridir [1]. So‘nggi yillarda raqamli texnologiyalar va katta ma’lumotlar (Big Data) imkoniyatlaridan foydalangan holda tannarxni taqsimlash jarayonlarini avtomatlashtirish va aniqligini oshirish bo‘yicha tadqiqotlar faollashgan. Bu esa korxonalarga real vaqt rejimida tannarx ma’lumotlarini olish va tezkor qarorlar qabul qilish imkonini beradi. Shuningdek, barqarorlikka yo‘naltirilgan tannarx hisobi (sustainability costing) kabi yangi yondashuvlar ham rivojlanmoqda, ular mahsulotning butun hayot sikli davomidagi ekologik va ijtimoiy xarajatlarni hisobga olishga qaratilgan.

Xaridor-foydalilik tahlili (XFT) konsepsiyasi marketing va boshqaruv hisobi sohalarining kesishmasida paydo bo‘lgan bo‘lib, korxonalarning mijozlarga yo‘naltirilgan strategiyalarni shakllantirishida muhim rol o‘ynaydi. Ilmiy adabiyotlarda XFTning nazariy asoslari, xususan, mijozlarni segmentlarga ajratish, har bir segmentning daromadliligi va xarajatlarini baholash metodologiyalari atroflicha o‘rganilgan. Dastlabki yondashuvlar mijozlardan olingan umumiy daromadga asoslangan bo‘lsa, keyinchalik faoliyatga asoslangan tannarx hisobi (ABC) prinsiplarini mijozlarga tatbiq etish orqali mijozlarga xizmat ko‘rsatish bilan bog‘liq bilvosita xarajatlarni aniqroq taqsimlash imkoniyatlari keng muhokama qilingan. Mijozning hayotiy qiymati (Customer Lifetime Value – CLV) tahlili XFTning muhim tarkibiy qismi bo‘lib, mijozning korxona bilan butun hamkorlik davri mobaynida keltiradigan sof foydasini prognoz qilishga qaratilgan. So‘nggi tadqiqotlar XFTni katta ma’lumotlar tahlili, mashinani o‘rganish (machine learning) va sun’iy intellekt (AI) bilan integratsiyalash orqali mijoz xatti-harakatlarini bashorat qilish, ularning kelajakdagi foydaliligini aniqroq baholash va shaxsiy marketing strategiyalarini ishlab chiqish imkoniyatlarini ko‘rsatmoqda. Bu esa korxonalarga resurslarni eng foydali mijozlarga yo‘naltirish, mijozlarni ushlab qolish darajasini oshirish va uzoq muddatli qiymat yaratishga

xizmat qiladi. Biroq, XFTni qo‘llashda ma’lumotlar sifati, mijozlar bilan bog‘liq barcha xarajatlarni aniq hisobga olish va tahlil natijalarini strategik qarorlarga samarali tatbiq etish kabi cheklovlar ham mavjud bo‘lib, ular ilmiy adabiyotlarda tanqidiy nuqtai nazardan ko‘rib chiqiladi.

Sotish-farqli tahlil (SFT) boshqaruv hisobining an’anaviy, ammo zamonaviy sharoitlarda ham dolzarbligini yo‘qotmagan vositalaridan biridir. Ilmiy adabiyotlarda SFTning nazariy asoslari, uning tarkibiy qismlari – sotish narxi farqi, sotish hajmi farqi va sotish tarkibi farqi (sales mix variance) – chuqur tahlil qilinadi. Ushbu farqlarni hisoblash metodologiyalari, ularning sabablarini aniqlash va boshqaruv qarorlari uchun talqin qilish bo‘yicha ko‘plab tadqiqotlar mavjud. SFT korxonalarga sotish samaradorligini baholash, rejalashtirilgan va haqiqiy sotish ko‘rsatkichlari o‘rtasidagi chetga chiqish sabablarini aniqlash, shuningdek, narx siyosati, mahsulot assortimenti va marketing strategiyalarining ta’sirini baholash imkonini beradi. So‘nggi yillarda SFTni bozor ulushi tahlili va raqobatchilarning faoliyati bilan integratsiyalash orqali yanada kengroq kontekstda baholashga qaratilgan yondashuvlar rivojlanmoqda. Bu esa korxonalarga ichki operatsion samaradorlikni baholash bilan birga, tashqi bozor sharoitlari va raqobat muhitining sotish natijalariga ta’sirini ham hisobga olish imkonini beradi. SFTning cheklovlari sifatida uning asosan o‘tmishdagi ma’lumotlarga asoslanishi va kelajakdagi noaniqliklarni to‘liq aks ettira olmasligi ko‘rsatiladi. Shu sababli, ilmiy adabiyotlarda SFTni prognozlash va ssenariy tahlili bilan birgalikda qo‘llash orqali uning strategik ahamiyatini oshirish bo‘yicha tavsiyalar beriladi.

Ushbu uch tahlilning o‘zaro bog‘liqligi va integratsiyasi zamonaviy boshqaruv hisobi adabiyotlarida markaziy o‘rin tutadi. Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, ushbu tahlillarni alohida-alohida qo‘llashdan ko‘ra, ularni yagona va izchil tizimga birlashtirish korxonaning moliyaviy holatini har tomonlama baholash, strategik rejalashtirishni takomillashtirish va barqaror o‘sishni ta’minlash uchun zarurdir. Masalan, tannarxni taqsimlashdan olingan aniq ma’lumotlar xaridor-foydalilik tahlili uchun asos bo‘lib xizmat qiladi, chunki mijozlarga xizmat ko‘rsatish bilan bog‘liq xarajatlarni to‘g‘ri aniqlash ularning haqiqiy foydaliligini baholashda muhimdir. O‘z navbatida, xaridor-foydalilik tahlili natijalari sotish-farqli tahlilni chuqurlashtirishga yordam beradi. Agar sotish hajmi farqi salbiy bo‘lsa, bu eng foydali mijozlarning yo‘qotilishi yoki kam foydali mijozlarga e’tibor qaratilishi bilan bog‘liqmi, degan savollarga javob topishga imkon beradi. Bu esa boshqaruvchilarga nafaqat umumiy sotish natijalarini, balki ularning sifatini ham baholashga yordam beradi.

Integratsiyalashgan yondashuv korxonalarga resurslarni optimal taqsimlash, narx siyosatini samarali shakllantirish, mahsulot assortimentini optimallashtirish va marketing strategiyalarini maqsadli yo‘naltirish imkonini beradi. Ilmiy adabiyotlarda korxona resurslarini rejalashtirish (ERP) tizimlari va biznes intellekti (BI) vositalarining ushbu tahlillarni integratsiyalashdagi roli alohida ta’kidlanadi. Ushbu texnologiyalar turli manbalardan ma’lumotlarni yig‘ish, qayta ishlash va tahlil qilish orqali boshqaruvchilarga real vaqt rejimida kompleks ma’lumotlarni taqdim etadi. Bu esa qaror qabul qilish jarayonining tezkorligi va aniqligini oshiradi. Shuningdek, integratsiyalashgan tahlillar korxonaning ichki va tashqi muhitdagi o‘zgarishlarga moslashuvchanligini oshirishga, yangi bozor imkoniyatlarini aniqlashga va raqobat ustunligini saqlab qolishga yordam beradi. Kelajakdagi tadqiqotlar ushbu tahlillarni yanada dinamik va bashoratli qilish, ularni strategik boshqaruv tizimlariga chuqurroq integratsiyalash va noaniqlik sharoitida qaror qabul qilish modellarini takomillashtirishga qaratilgan. Ushbu yondashuvlar korxonalarga nafaqat o‘tmishdagi natijalarni baholash, balki kelajakdagi tendensiyalarni bashorat qilish va proaktiv strategiyalarni ishlab chiqish imkonini beradi.

Tadqiqot metodologiyasi

Ushbu ilmiy maqola tannarxni taqsimlash, xaridor-foydalilik tahlili va sotish-farqli tahlilning nazariy asoslari, metodologik yondashuvlari hamda ularning integratsiyalashgan holda boshqaruv qarorlari qabul qilishdagi ahamiyatini chuqur o‘rganishga qaratilgan. Tadqiqotning umumiy yondashuvi sifatli va kontseptual xarakterga ega bo‘lib, mavjud ilmiy adabiyotlarni tizimli tahlil qilish, ularni sintezlash va ushbu uch tahlil vositasini yagona, izchil boshqaruv hisobi tizimiga birlashtirish bo‘yicha kontseptual asos yaratishga qaratilgan. Maqola boshqaruv hisobi nazariyasi va amaliyotida mavjud bo‘lgan bo‘shliqlarni to‘ldirish, shuningdek, korxonalarga murakkab va o‘zgaruvchan biznes muhitida strategik qarorlar qabul qilishda yanada samarali vositalarni taqdim etishni maqsad qilgan.

Ma’lumotlarni yig‘ish jarayoni keng qamrovli va tizimli adabiyot sharhi orqali amalga oshirildi. Bu jarayon Scopus, Web of Science, Google Scholar kabi nufuzli ilmiy ma’lumotlar bazalaridan foydalangan holda, boshqaruv hisobi, strategik menejment, marketing va moliyaviy tahlil sohalariga oid akademik jurnallar, kitoblar, konferensiya materiallari va dissertatsiyalarni qamrab oldi. Tadqiqotda ayniqsa, 2020-yildan keyin nashr etilgan adabiyotlarga alohida e’tibor qaratildi. Bu yondashuv, raqamli transformatsiya, katta ma’lumotlar (Big Data) tahlili va sun’iy intellekt (AI) kabi zamonaviy texnologiyalarning boshqaruv hisobi amaliyotiga ta’sirini aks ettiruvchi eng so‘nggi ilmiy yutuqlarni hisobga olish imkonini berdi. Kalit so‘zlar sifatida “tannarxni taqsimlash”, “xaridor-foydalilik tahlili”, “sotish-farqli tahlil”, “boshqaruv hisobi”, “strategik qarorlar”, “integratsiyalashgan tahlil” kabi atamalar o‘zbek va ingliz tillarida qo‘llanildi. Ma’lumotlarni yig‘ishning asosiy maqsadi har bir tahlilning nazariy asoslarini, metodologik yondashuvlarini, amaliy qo‘llashlarini, shuningdek, ularning afzalliklari va cheklovlarini aniqlashdan iborat bo‘ldi. Shuningdek, ushbu tahlillarning o‘zaro bog‘liqligi va ularni integratsiyalash imkoniyatlari bo‘yicha mavjud ilmiy munozaralar ham chuqur o‘rganildi.

Yig‘ilgan ma’lumotlarni tahlil qilishda bir nechta o‘zaro bog‘liq metodologik yondashuvlar qo‘llanildi. Birinchidan, kontent tahlili orqali har bir tahlil vositasining (tannarxni taqsimlash, xaridor-foydalilik tahlili, sotish-farqli tahlil) asosiy ta’riflari, nazariy asoslari, takrorlanuvchi mavzular va amaliy ahamiyati aniqlandi. Bu tahlil har bir konsepsiyaning evolyutsiyasini, uning boshqaruv hisobidagi o‘rnini va turli mualliflar tomonidan qanday talqin qilinganini tushunishga yordam berdi. Masalan, tannarxni taqsimlashda to‘g‘ri va bilvosita xarajatlarning tasniflanishi, shuningdek, faoliyatga asoslangan tannarx hisobi (ABC) kabi zamonaviy usullarning afzalliklari va ularning boshqaruv qarorlariga ta’siri bo‘yicha ilmiy adabiyotlardagi asosiy argumentlar aniqlandi [1].

Ikkinchidan, qiyosiy tahlil turli metodologik yondashuvlarni bir-biriga solishtirishga qaratildi. Bu, masalan, tannarxni hisoblashda an’anaviy (to‘liq tannarx, o‘zgaruvchan tannarx) va zamonaviy (ABC, standart tannarx) usullar o‘rtasidagi farqlarni, ularning har birining o‘ziga xos afzalliklari va kamchiliklarini baholashni o‘z ichiga oldi. Xaridor-foydalilik tahlili doirasida mijozning hayotiy qiymati (CLV) va mijozlarga yo‘naltirilgan faoliyatga asoslangan tannarx hisobi (ABC for customers) kabi yondashuvlar qiyoslandi. Sotish-farqli tahlilda esa narx, hajm va tarkibiy farqlarni hisoblashning turli modellariga e’tibor qaratildi. Ushbu qiyosiy tahlil har bir vositaning kontekstga bog‘liq samaradorligini va ularni qo‘llashda e’tibor berish lozim bo‘lgan jihatlarni aniqlashga yordam berdi.

Uchinchidan, sintetik tahlil orqali alohida o‘rganilgan tahlillarning natijalari yagona va izchil kontseptual doiraga birlashtirildi. Bu jarayon uch tahlilning o‘zaro bog‘liqligini, ularning bir-birini qanday to‘ldirishini va birgalikda qo‘llanilganda qanday sinergik effekt yaratishini ko‘rsatishga qaratilgan. Masalan, tannarxni taqsimlashdan olingan aniq xarajat ma’lumotlari xaridor-foydalilik tahlili uchun asos bo‘lib xizmat qiladi, chunki mijozlarga xizmat ko‘rsatish bilan bog‘liq bilvosita xarajatlarni to‘g‘ri aniqlash ularning haqiqiy

foydaliligini baholashda hal qiluvchi ahamiyatga ega. O‘z navbatida, xaridor-foydalilik tahlili natijalari sotish-farqli tahlilni chuqurlashtirishga yordam beradi, chunki sotish hajmi yoki narxi bo‘yicha salbiy farqlar eng foydali mijozlarning yo‘qotilishi yoki kam foydali mijozlarga e’tibor qaratilishi bilan bog‘liq bo‘lishi mumkin. Ushbu sintetik yondashuv korxonalarga nafaqat operatsion samaradorlikni, balki strategik yo‘nalishni ham optimallashtirish imkonini beruvchi kompleks boshqaruv hisobi modelini taklif etadi.

To‘rtinchidan, tanqidiy tahlil mavjud yondashuvlarning cheklovlarini baholash va zamonaviy biznes sharoitlarida ularni takomillashtirish yo‘nalishlarini aniqlashga qaratildi. Bu, masalan, an’anaviy tahlil usullarining raqamli iqtisodiyotning murakkabligini to‘liq aks ettira olmasligi, ma’lumotlar sifati bilan bog‘liq muammolar va tahlil natijalarini strategik qarorlarga samarali tatbiq etishdagi qiyinchiliklarni o‘z ichiga oladi. Tadqiqotda, shuningdek, amaliy qo‘llashlar tahlili ham o‘tkazildi, bunda ilmiy adabiyotlarda keltirilgan korxona misollari va keys-studiylar ko‘rib chiqilib, ushbu tahlillarning real sharoitlarda qanday amalga oshirilishi va ularning tashkiliy faoliyatga ta’siri o‘rganildi. Bu esa maqolaning "Amaliy qo'llashlar, muammolar va muvaffaqiyat omillari" bo‘limi uchun asos bo‘lib xizmat qiladi.

Tadqiqotning doirasi va cheklovlari ham aniq belgilab olindi. Ushbu maqola asosan tannarxni taqsimlash, xaridor-foydalilik tahlili va sotish-farqli tahlilning nazariy va kontseptual integratsiyasiga e’tibor qaratadi. Uning maqsadi ushbu tahlillarning strategik boshqaruv hisobi kontekstida qaror qabul qilish, resurslarni optimal taqsimlash va raqobat ustunligini oshirishdagi ahamiyatini ko‘rsatishdan iborat. Tadqiqotning asosiy cheklovi shundaki, u birlamchi empirik ma’lumotlarni (masalan, muayyan korxonalardan so‘rovnomalar, intervyular yoki moliyaviy hisobotlar) yig‘ishni o‘z ichiga olmaydi. Buning o‘rniga, u mavjud ilmiy adabiyotlarga tayanadi. Bu esa taklif etilayotgan integratsiyalashgan doiraning turli sanoat kontekstlarida umumlashtirilishi va amaliy samaradorligini tasdiqlash uchun keyingi empirik tadqiqotlarni talab qilishi mumkin. Shuningdek, biznes muhitining dinamik tabiati shuni anglatadiki, tahlillarning o‘ziga xos qo‘llashlari doimiy moslashishni talab qilishi mumkin. Forex bozoridagi valyuta qiymatining murakkabligi va intuitiv qarorlarning moliyaviy yo‘qotishlarga olib kelishi mumkinligi haqidagi kuzatuvlar [2] har qanday murakkab iqtisodiy tizimda, shu jumladan korxona boshqaruvida ham, tizimli va ma’lumotlarga asoslangan tahlilning muhimligini ta’kidlaydi. Bu esa ushbu tadqiqotda taklif etilayotgan metodologik yondashuvning asosliligini mustahkamlaydi, chunki u ham intuitiv qarorlar o‘rniga aniq va ishonchli ma’lumotlarga asoslangan boshqaruvni targ‘ib qiladi.

Tadqiqotning ishonchliligi va asosliligi bir qator choralar orqali ta’minlandi. Birinchidan, tizimli adabiyot sharhi usuli qo‘llanilib, mavzuga oid eng dolzarb va nufuzli ilmiy ishlar qamrab olindi. Bu, tadqiqotning keng qamrovli nazariy asosga ega bo‘lishini ta’minladi. Ikkinchidan, taklif etilayotgan kontseptual doira boshqaruv hisobi va strategik menejmentning umumiy qabul qilingan nazariyalariga asoslandi, bu esa uning nazariy asosliligini mustahkamlaydi. Uchinchidan, tahlillar va ularning integratsiyasi bo‘yicha argumentlar mantiqiy izchillikda qurildi va ko‘rib chiqilgan adabiyotlar bilan mustahkamlandi. Har bir tahlilning o‘zaro bog‘liqligi va ularning birgalikdagi qiymati aniq ko‘rsatib berildi. Nihoyat, tadqiqot muallifining adabiyotlar bilan tanqidiy munosabati va integratsiyalashgan doiraning ehtiyotkorlik bilan qurilishi ilmiy qat’iylikni ta’minladi. Ushbu metodologik yondashuv korxonalarga o‘zlarining moliyaviy va operatsion faoliyatini chuqur tahlil qilish, strategik rejalashtirishni takomillashtirish va raqobatbardosh ustunlikni saqlab qolish uchun zarur bo‘lgan bilim va vositalarni taqdim etishga xizmat qiladi. U nafaqat mavjud bilimlarni sintez qiladi, balki kelajakdagi tadqiqotlar uchun ham yangi yo‘nalishlarni belgilab beradi, ayniqsa, raqamli texnologiyalar va katta ma’lumotlar tahlilining boshqaruv hisobiga integratsiyasi nuqtai nazaridan.

Xulosa

Ushbu tadqiqot tannarxni taqsimlash, xaridor-foydalilik tahlili va sotish-farqli tahlilning zamonaviy korxona boshqaruvidagi strategik ahamiyatini chuqur o‘rgandi. Maqolada ushbu tahlil vositalarining alohida-alohida qiymati bilan bir qatorda, ularning o‘zaro bog‘liqligi va integratsiyalashgan holda qo‘llanilishi korxonaning moliyaviy holatini har tomonlama baholashda, resurslarni optimal taqsimlashda hamda raqobatbardoshlikni oshirishda hal qiluvchi rol o‘ynashi ko‘rsatildi. Bu yagona va izchil yondashuv boshqaruv qarorlarining aniqligi va tezkorligini ta’minlab, korxonalarga nafaqat operatsion samaradorlikni oshirish, balki strategik yo‘nalishni ham optimallashtirish imkonini beradi. Natijada, o‘zgaruvchan bozor sharoitlariga moslashish, yangi imkoniyatlarni aniqlash va barqaror o‘sishni ta’minlash uchun mustahkam asos yaratiladi. Kelajakda esa, raqamli texnologiyalar va katta ma’lumotlar tahlili orqali ushbu tahlillarni yanada dinamik va bashoratli qilish muhim yo‘nalish bo‘lib qoladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Xolbekov A.A. Xarajatlarni taqsimlashning nazariy asoslari va amaliy ahamiyati // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. – 2020. – № 6. – B. 20-27. – https://iqtisodiyot.uz/sites/default/files/maqolalar/2020_6/Xolbekov_A.A.pdf
2. Abduvaxidov F.A. Boshqaruv hisobi tizimini takomillashtirish yo‘nalishlari (qishloq xo‘jaligi korxonalari misolida). Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi avtoreferati. – Toshkent: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, 2020. – https://library.tdiu.uz/files/dissertatsiyalar/avtoreferatlar/2020/Abduvaxidov_F.A._avtoreferat.pdf
3. Abdullayev M.A., Xudoyberdiyev M.X. Korxonalar faoliyatida foydalilik tahlilini takomillashtirish yo‘nalishlari // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. – 2021. – № 1. – B. 15-22. – https://iqtisodiyot.uz/sites/default/files/maqolalar/2021_1/Abdullaev_M.A._Xudoyberdiev_M.X.pdf
4. Xolbekov A.A. Xarajatlar va natijalar tahlilida farqli tahlilning o'rni // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. – 2022. – № 1. – B. 123-130. – https://iqtisodiyot.uz/sites/default/files/maqolalar/2022_1/Xolbekov_A.A.pdf
5. Raxmatullayeva D.M. Korxonada foydani boshqarishning nazariy asoslari va amaliy ahamiyati // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. – 2022. – № 6. – B. 189-196. – https://iqtisodiyot.uz/sites/default/files/maqolalar/2022_6/Raxmatullaeva_D.M.pdf
6. Xolbekov A.A., Qurbonov M.J. Xarajatlar hisobi va tannarxni shakllantirishning nazariy asoslari // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. – 2023. – № 1. – B. 145-152. – https://iqtisodiyot.uz/sites/default/files/maqolalar/2023_1/Xolbekov_A.A._Qurbonov_M.J.pdf
7. Ergasheva D.N. Korxonalarda xarajatlarni hisobga olish va tannarxni shakllantirishning dolzarb masalalari // Iqtisodiyot va moliya. – 2023. – № 1. – B. 115-121. – https://journal.tfi.uz/index.php/em/article/download/235/235