



ТЎҚИМАЧИЛИК КОРХОНАСИ ИСТИҚБОЛДА РИВОЖЛАНИШ СТРАТЕГИЯСИНИ АМАЛГА ОШИРИШНИНГ ИҚТИСОДИЙ МЕХАНИЗМИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

проф. **Исаев Равшан Абдурахмонович**

Тошкент тўқимачилик ва енгил саноат институти
ORCID: 0009-0001-8717-0189

isayev_ravshan@mail.ru

Қадамбоев Темурбек Санжарбек ўғли

Тошкент тўқимачилик ва енгил саноат институти
ORCID: 0009-0005-7807-7248

temurbekqadamboyev1@gmail.com

Аннотация. Мақолада тўқимачилик саноати корхоналарининг бозор ўзгаришларига мосланувчанликни таъминлашга йўналтирилган ривожланиш стратегиясини амалга оширишнинг иқтисодий механизмларини такомиллаштириш масаласи ўрганилган.

Калит сўзлар: корхона, стратегия, истиқбол, ривожланиш, вариант, механизм.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ПЕРСПЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ТЕКСТИЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

проф. **Исаев Равшан Абдурахманович**

Ташкентский институт текстильной и легкой промышленности
Қадамбоев Темурбек Санжарбек ўғли
Ташкентский институт текстильной и легкой промышленности

Аннотация. В статье рассматривается вопрос совершенствования экономических механизмов реализации стратегии развития, направленной на обеспечение адаптивности к рыночным изменениям предприятий текстильной отрасли.

Ключевые слова: предприятие, стратегия, перспектива, развитие, вариант, механизм.

IMPROVING THE ECONOMIC MECHANISM OF IMPLEMENTING THE FUTURE DEVELOPMENT STRATEGY OF TEXTILE ENTERPRISES

prof. **Isayev Ravshan Abdurakhmanovich**

Tashkent Institute of Textile and Light Industry
Kadamboev Temurbek Sanjarbek ugli
Tashkent Institute of Textile and Light Industry

Abstract. The article examines the issue of improving the economic mechanisms for the implementation of the development strategy aimed at ensuring adaptability to market changes of textile industry enterprises.

Keywords: enterprise, strategy, perspective, development, option, mechanism.

Кириш.

Бугунги кунда жаҳон тўқимачилик маҳсулотлари бозорида кескин рақобат рўй бериши кузатилиб, истеъмолчилар маҳсулот сифатига ўзларининг бқори талабларини қўймоқдалар. Маълумки, бозор иқтисодиёти ўта ўзгарувчанликка мойил иқтисодиёт саналаиб, ҳар бир ишлаб чиқариш корхонаси ўзининг истиқболдаги ривожланиш стратегияларини ишлаб чиқишда бу каби ўзгаришларни ҳисобга олишини талаб этади. Янги Ўзбекистоннинг иқтисодий салоҳиятини янада оширишда тўқимачилик саноатининг ўрни беқиёс бўлиб, ушбу тармоқни ривожлантириш бўйича республикада тарихий бой тажриба тўпланган ва етарлича шароит ҳамда хомашё базаси ва меҳнат ресурслари мавжуд. 2022-2026 йилларга мўлжалланган янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегиясида «Тўқимачилик саноати маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажмини 2 баробарга кўпайтириш» вазифаси белгиланган (Фармон, 2022). Мазкур вазифаларнинг самарали ижросини таъминлашда республикада тўқимачилик корхоналари ривожланиш стратегияларини амалга оширишнинг иқтисодий механизмларини такомиллаштиришни тақозо этади.

Адабиётлар шарҳи.

Маркетингнинг асосий вазифаларидан бири – бу корхоналарнинг маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш ва уни амалаётга татбиқ этиш тактик масалаларини муваффақиятли ҳал этиш йўллариини излаб топиш саналади.

Карлоф (2018) томонидан келтирилган маълумотлар шуни кўрсатадики, “стратегия” атамаси бизнес назарияси ва амалиётга ҳарбий сўзлардан кириб келган бўлиб, у қуйидаги маънони англатади: “барча мумкин бўлган мавжуд воситалардан фойдаланиб мамлакат ёки мамлакатлар ҳарбий-сиёсий иттифоқи сиёсатини режалаштириш ва уни амалиётга татбиқ этиш”.

“Стратегия” атамаси қадимги юнон сўзидан олинган бўлиб, “stratos” (армия) ва “agein” (олиб бориш) сўзидан келиб чиққан. Абрамов (2021). фикрича, улар биргаликда “strategia” сўзини ёки “strategos” сўзини келтириб чиқариб, мос равишда “полк бошлиғи” ва “армия қўмондони” каби маъноларни англатади.

Маркетинг стратегияси масаласи хорижлик ва республикада олимлари томонидан кенг тарзда ўрганилган (Ergashxo`jaeva, 2019; Shalender, Yadav, 2019). Хоффер ва Шенделларнинг (Hoffer and Shendel, 1978) фикрича эса, «стратегия - бу корхонанинг ўз олдига қўйган мақсадлари ва вазифалари ўртасидаги асосий алоқадир».

Иқтисодчи олимларимиздан Болтабоев (2004) маркетинг стратегиясининг таърифига узоқ муддатли мақсадларини ифодалаш ва мавжуд ресурсларини очилиётган имкониятлар билан таққослаб кўриш йўли билан ишлаб чиқаришни стратегик режалаштириш жараёни сифатида ёндашади.

Иқтисодиётда «механизм» атамасининг қўлланилиши ҳаракат тавсифи ва режимини, турли вазифалар бажарадиган муайян функцияларнинг кетма-кетлигини, тизим элементларининг ўзаро муносабатини ва ҳоказоларни таъкидлаш зарурати билан боғлиқдир. Ушбу атама мазмунини очиб беришда иқтисодчилар томонидан турли хил ёндашувлар амалга оширилган. Хусусан, Карлика, Шухгальтерлар (2009) уни хўжалик механизми сифатида талқин этиб, «хўжалик механизми - ижтимоий ишлаб чиқариш ва унинг таркибий қисмларини бошқаришнинг ўзаро боғлиқ, ўзаро асосланган шакл ва усуллари тизимидир», - деб таъриф берганлар.

Райзбергнинг (2005) “Замонавий иқтисодий луғати”да ҳам ушбу атамага қуйидагича, «механизм ишлаб чиқариш муносабатлари (режалаштириш, регламент, стандартлар, нарх, фойда ва бошқалар) намоён бўлишининг ўзига хос объектив шакли вазифасини бажаради ва шу билан бирга бошқарувнинг маълум бир усулини ифодалайди», - деган таъриф келтирилган.

Исаев (2021) томонидан эса тўқимачилик саноати корхоналарида интеграллашган комплекс тизимли стратегияни амалга оширишнинг ташкилий-бошқарув механизмларини такомиллаштириш масалалари ўрганилган.

Тадқиқот методологияси.

Илмий-тадқиқот методологияси бўлиб диалектика услуби ҳисобланади ва тадқиқот жараёнида статистик, танлаб кузатиш, таққослаш, экспертлар баҳоси каби усуллардан фойдаланилди.

Таҳлил ва натижалар муҳокамаси.

Шуни ҳам таъкидлаш керакки, иқтисодиётга оид адабиётларда тўқимачилик тармоги фаолиятини ташкил этиш учун у ёки бу бошқарув концепцияларини қўллаш зарурлигини асослаш ҳақидаги тадқиқот натижалари етарлича баён этилмаган. Тўқимачилик корхонасининг ўсиш стратегиясини амалга ошириш самарадорлиги ва натижадорлигига таъсир этувчи барча муҳим омилларни ҳисобга оладиган услубий қоидалар етарли даражада ишлаб чиқилмаган.

Тўқимачилик корхоналари ривожланишида ўсиш маркетинг стратегиясини амалга оширишнинг тизимли-интеграциялашган бошқарув концепциясининг тамойилларини акс эттирувчи тўқимачилик корхонасининг ўсиш стратегиясини амалга оширишни бошқариш самарали иқтисодий механизм яратишни талаб қилади. Иқтисодий механизм атамаси иқтисодий адабиётларда кенг тарзда ўрганилган бўлсада, бироқ бу тушунчанинг мазмуни ҳанузгача чуқур очиб берилмаган ва мунозарали тавсифга эга масаладир. Бизнинг фикримизча, тўқимачилик корхонасининг ўсиш стратегиясини амалга оширишнинг иқтисодий механизми тўқимачилик корхонаси бошқарув тизимининг ажралмас таркибий қисми сифатида белгиланган бўлиб, у ўсиб бораётган корхонанинг стратегик мақсадларига эришиш жараёнини ўзаро боғлиқ воситалар билан таъминлайди. Тўқимачилик корхонасининг ўсиш стратегиясини амалга ошириш учун ички корхона иқтисодий механизмини шакллантириш услуби тизимли-интеграллашган бошқариш концепциясига, шунингдек, уларнинг инвестиция салоҳиятини чеклаш республикамиз тўқимачилик корхоналари стратегик бошқарув амалиёти муаммоларининг таҳлил натижаларига асосланган.

Республикамиз тўқимачилик корхоналари хўжалик фаолиятини тартибга солишнинг бозор механизми тўқимачилик, товар ва молия бозорлари соҳасида уларнинг алоҳида турлари ва сегментлари бўйича фаолият кўрсатади. Бу бозорлардаги талаб ва таклиф бир томондан тўқимачилик корхонасининг хизматлари учун, иккинчи томондан – унинг кундалик, молиявий ва инвестициявий фаолияти учун зарур бўлган ресурслар учун нархларнинг даражасини белгилайди, бу эса, умуман, микро, мезо- ва макроиқтисодий ўсиш салоҳиятини яратади. Республикамизда бозор муносабатларининг ривожланиши ва иқтисодиётнинг глобаллашуви билан тўқимачилик корхоналарининг ўсиш суръатларини тартибга солишнинг бозор механизмининг роли ошади.

Ўсиш стратегиясини амалга оширишнинг ички иқтисодий механизми бевосита корхонанинг ўзи томонидан шакллантирилади, бинобарин, турли масалалар бўйича бошқарув қарорлари корхона Устави, низоми ва бошқа меъёрий ҳужжатлар билан тартибга солинади.

Тўқимачилик корхонасининг ўсиш стратегиясини амалга ошириш учун ички корхона иқтисодий механизмини шакллантириш услуби тизимли-интеграллашган бошқариш концепциясига, шунингдек, уларнинг инвестиция салоҳиятини чеклаш республикамиз тўқимачилик корхоналари стратегик бошқарув амалиёти муаммоларининг таҳлил натижаларига асосланган.

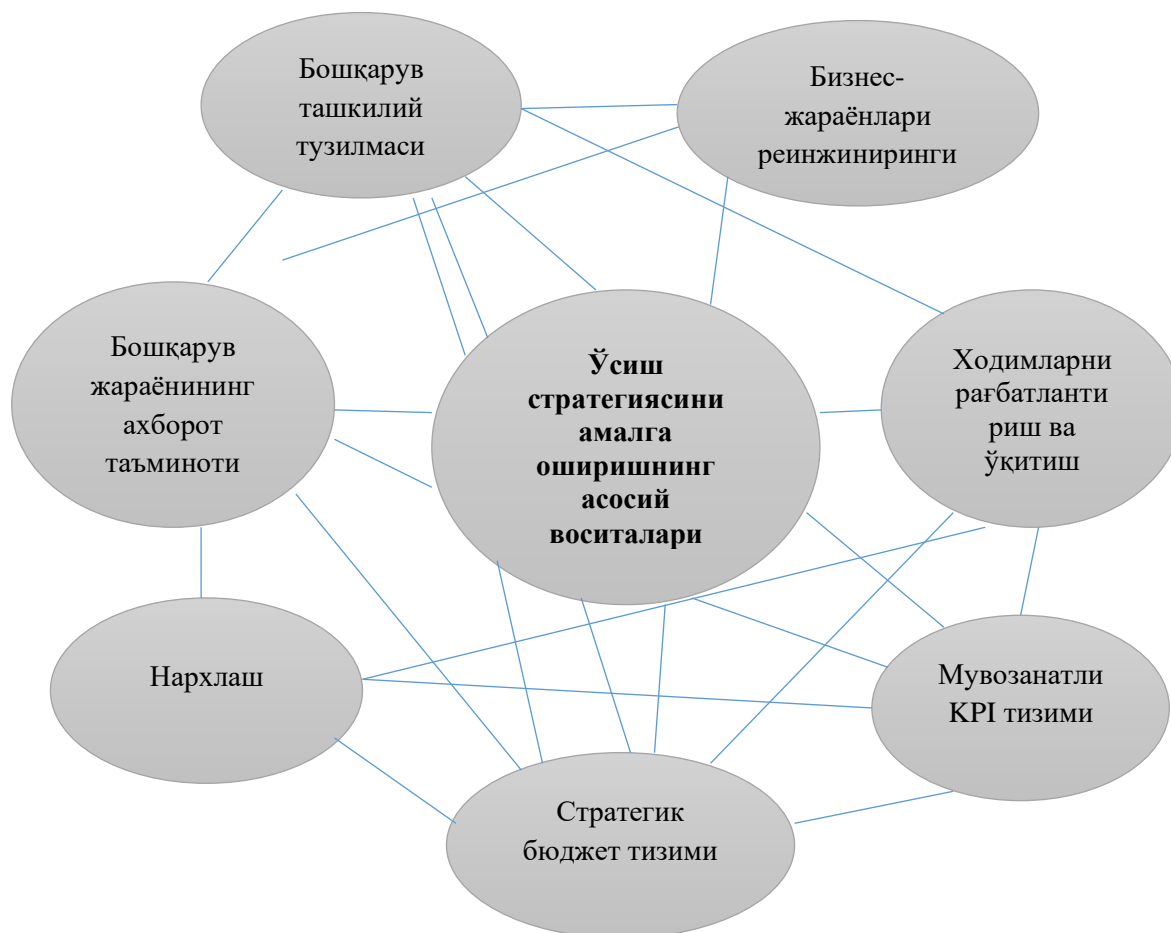
Тўқимачилик корхонасининг ўсиш стратегиясини амалга оширишнинг иқтисодий механизмини шакллантириш қуйидаги илмий муаммоларни ҳал этишни талаб қилади:

- 1) стратегияни амалга оширишнинг асосий воситаларини аниқлаш;
- 2) корхонанинг бошқарув тизимида уларнинг ўзаро боғлиқ мувозанатли тарзда фойдаланишини таъминлаш;
- 3) ўсиш стратегияси мақсадларига эришишга уларнинг қаратилганлигини таъминлаш.

Тўқимачилик корхонасининг ўсиш стратегиясини амалга оширишни бошқаришнинг ички иқтисодий механизми асосини тўқимачилик корхонасининг ўсиш стратегиясини амалга ошириш учун улардан фойдаланиш мезонларига кўра танланган унинг таркибий қисмлари - аналитик бошқарув воситалари муносабатлари ташкил этади.

Биз ўз тадқиқотларимизда "7С" модели асосида тўқимачилик корхонасининг ўсиш стратегиясини амалга оширишнинг иқтисодий механизми воситаларини табақалаштириш ва танлаш усули такомиллаштирдик.

иқтисодий механизми услубий воситалари "7С" модели асосида қуйидаги ўзаро боғлиқ элементлар кўринишида бир-бирдан фарқланади (1-расм):



Белгилар: КРІ – фаолият таянч кўрсаткичлари (Инглизча Key Performance Indicators иборасидан таржима қилинган).

1-расм. Тўқимачилик корхонасининг ўсиш стратегиясини амалга ошириш учун иқтисодий механизмнинг таянч таркибий қисмлари муносабатлари

Манба: муаллиф ишланмаси.

- баланслаштирилган кўрсаткичлар тизими;
- стратегик бюджет тизими;
- корхона бошқарувига жараён ёндашуви;

- бошқарувнинг «товар-бозор» ташкилий тузилмаси;
- бошқарув қарорларини қабул қилиш учун ахборотни қўллаб-қувватлаш тизими;
- нархлаш учун маржинал-иқтисодий ёндашув;
- корхона ходимларида стратегик мақсадларга эришиш даражасини баҳолаш, ўқитиш ва стратегик фикрлашни шакллантириш кўрсаткичларига асосланган кадрлар мотивацияси тизими.

Бизнингча, ўсиш стратегиясини амалга оширишнинг иқтисодий механизми бошқарувнинг оператив даражасида мақсадларнинг (сотиш ҳажми, фойда, инвестицион салоҳиятни рўёбга чиқариш, ўсиш активларини яратиш ва бошқаларни) амалиётда намоён бўлишини таъминлайди ва уларнинг эришилганлик даражасини назорат қилади. Ушбу механизмнинг самарали узлуксиз ишлашини таъминлаш ва ўсиш стратегиясини амалга ошириш муаммосини ҳал қилишнинг энг яхши усули бу борада янги стратегик аҳамиятга эга бўлган иқтисодий қўшилган қиймат (EVA) кўрсаткичидир.

Тадқиқот давомида ўсиш стратегиясини амалга оширишнинг иқтисодий механизми тузилиши шакллантирилди. Механизмнинг таъсири объектга - тўқимачилик корхонасининг ўсиш омилларига, таъсир усуллари эса бошқарув воситалари – механизмнинг таркибий қисмларига йўналтирилади.

Иқтисодий механизмнинг ҳаракати менежерлар (ёки қарор қабул қилувчи шахс) томонидан бошқарувга таъсир кўрсатади. Улар ўз навбатида бу жараёнда ахборот оқимлари асосида ҳисобот шаклидаги маълумотлардан фойдаланиб, муайян мезонлар бўйича - асосий таянч кўрсаткичларининг мақсадли қийматлари – уларнинг мотивациясини аниқлайдиган ўсиш драйверлари (KPI)га таянади. Стратегик бюджетлаштириш тўрт стратегик истиқболлари бўйича шакллантирилган баланслаштирилган кўрсаткичлар тизими доирасида муайян KPIнинг аниқ қийматлари ва тактик ҳамда кундалик бошқарув даражаларига, мониторингни олиб бориш, тавофутларни таҳлил қилиш ва ўсиш стратегиясини амалга ошириш жараёнига зарур ўзгаришлар қилишга имконият яратади. Бу жараён стратегик мақсадларга эришилгунга қадар такрорланиб туради.

Тақдим этилган иқтисодий механизм корхонанинг инвестицион салоҳиятини шакллантириш ва ундан фойдаланиш даражасини ошириш ва тўқимачилик корхонасининг самарали иқтисодий ўсишини таъминлаш имконини беради.

Хулоса ва таклифлар.

Шундай қилиб, стратегияни амалга ошириш - мураккаб жараён, аммо саноатнинг ўзига хос хусусиятларига мослашиш ва замонавий инновацион усуллар ва сифат менежменти ва стратегик бошқарув воситаларидан комплекс фойдаланиш, масалан, баланслаштирилган кўрсаткичлар тизими, жараёнли ва тизимли ёндашувлардан фойдаланиш барча манфаатдор томонларнинг эҳтиёжларини ҳисобга олишга ёрдам беради, ишлаб чиқилган тизимнинг мураккаблиги ва мувозанатини таъминлайди ва энг самарали мақсадларга эришиш учун ўзаро таъсирни таъминлайди.

Адабиётлар/Литература/Reference:

Ergashxo'jaeva Sh.J. (2019). Strategik marketing: Darslik. –T.: O'sbekiston faylasuflar milliy jamiyati. – 232 b.

Hoffer C.W. and Shendel D. (1978). Strategy Formulation: Analytical Concepts. St. Paul, MN: West Publishing Company.

Shalender, K., Yadav, R.K. Strategic Flexibility, Manager Personality, and Firm Performance: The Case of Indian Automobile Industry // Global Journal of Flexible Systems Management, 2019. - № 20(1), c. 77-90.

Абрамов В. С. (2021). *Стратегический менеджмент в 2 ч. Часть 1. Сущность и содержание: учебник и практикум для вузов / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов ; под редакцией В. С. Абрамова. – Москва: Издательство Юрайт. – 270 с.*

Болтабоев М.Р. (2004). *Тўқимачилик саноатида маркетинг стратегияси. Монография. – Т.: ФАН. – 223 б.*

Исаев Р. (2021) *ТЎҚИМАЧИЛИК САНОАТИ КОРХОНАЛАРИДА ИНТЕГРАЛЛАШГАН КОМПЛЕКС ТИЗИМИ СТРАТЕГИЯНИ АМАЛГА ОШИРИШНИНГ ТАШКИЛИЙ-БОШҚАРУВ МЕХАНИЗМЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ //Иқтисодиёт ва таълим. – №. 4. – С. 233-236.*

Карлика А.Е., Шухгальтер М.Л. (2009) *Экономика предприятия: учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. / под ред. А.Е.Карлика, М.Л.Шухгальтер. – СПб., – 464 с.*

Карлоф Б. (2018). *Деловая стратегия. – М.: Экономика. -239 с.*

Райзберг Б.А. (2005). *Современный экономический словарь / Б.А.Райзберг, Л.Ш.Лозовский, Е.Б.Стародубцева. – М.: ИНФРА-М. – 479 с.*

Фармон (2022) *Ўзбекистон Республикаси Президентининг “2022-2026 йилларга мўлжалланган янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида” 2022 йил 28 январдаги ПФ-60-сонли Фармони. // www.lex.uz.*