

ТИКУВ-ТРИКОТАЖ КОРХОНАЛАРИ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ БОШҚАРИШ ТАҲЛИЛИ

Вафоева Дилафруз Икромовна

International School of Finance Technology and Science катта ўқитувчиси, PhD

Аннотация: Мақолада корхоналар рақобатбардошлиги, уларни рақобат муҳитида тутган ўрни ва тикув-трикотаж корхоналари фаолиятини янада ривожлантириш ва такомиллаштиришга қаратилган таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: корхона, самарадорлик, инновация, рақобат, стратегия, мақсад, эҳтиёж, диверсификация, риск, бозор.

АНАЛИЗ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ШВЕЙНО- ТРИКОТАЖНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Вафоева Дилафруз Икромовна

International School of Finance Technology and Science” старший преподаватель, PhD

Аннотация: В статье разработаны предложения и рекомендации, направленные на повышение конкурентоспособности предприятий, их место в конкурентной среде и дальнейшее развитие и совершенствование деятельности швейных и трикотажных предприятий.

Ключевые слова: предприятие, эффективность, инновации, конкуренция, стратегия, цель, потребность, диверсификация, риск, рынок.

ANALYSIS OF THE MANAGEMENT OF THE COMPETITIVENESS OF SEWING-KNITTING ENTERPRISES

Vafoeva Dilafruz Ikromovna

International School of Finance Technology and Science Senior Lecturer PhD

Abstract: The article discusses the competitiveness of enterprises, their place in the competitive environment, and the development and improvement of the activities of sewing and knitting enterprises.

Keywords: enterprise, efficiency, innovation, competition, strategy, goal, need, diversification, risk, market.

КИРИШ

Бугунги кунда кўплаб ривожланган ва жаҳон иқтисодиётида етакчи ўрин тутадиган мамлакатлар тажрибаси шуни сўзсиз исботлаб бермоқдаки, рақобатдошликка эришиш ва дунё бозорларига чиқиш, биринчи навбатда иқтисодиётни изчил ислоҳ этиш, таркибий жиҳатдан ўзгартириш ва диверсификация қилишни чуқурлаштириш, юқори технологияларга асосланган янги корхона ва ишлаб чиқариш тармоқларининг жадал ривожланишини таъминлаш, фаолият кўрсатаётган қувватларни модернизация қилиш ва техник янгилаш жараёнларини тезлаштириш ҳисобидан амалга оширилиши мумкин. Бу эса, самарали инновацион бошқарув тизимини шакллантириш ва ривожлантириш каби муҳим масалаларни ҳал этиш заруратини келтириб чиқаради. Президентимиз Ш.М.Мирзиёев таъкидлаганларидек, “Ўзбекистонни инновацион тараққиётга олиб чиқиш керак. 2030 йилгача Глобал инновацион индекс рейтинги бўйича дунёнинг 50 та энг кучли мамлакати қаторидан жой олишни мақсад қилганмиз. Бу илм-фанимиз учун ҳам, давлат органлари, тадбиркорлар, қўйингки, бутун жамият учун ҳам мутлақо янги платформага ўтишни англатади”.

МЕТОДОЛОГИЯ

Тадқиқот жараёнида тикув-трикотаж корхоналари рақобатбардошлигини бошқариш таҳлили ўрганиш ва илмий тадқиқ қилиш, қиёсий таҳлил ва синтез, илмий абстракциялаш, статистик гуруҳлаш, ва бошқа усуллардан кенг фойдаланилди.

АДАБИЁТЛАР ТАҲЛИЛИ

Иқтисодий соҳадаги рақобат, ишлаб чиқариш муносабатларининг субъектлари ўртасидаги қулайроқ ишлаб чиқариш шароитига эга бўлиш, унумлироқ технология, иш жойи, яхши бозорни қўлга олиш, умуман, юқори даромад олиш имконияти учун олиб бориладиган курашдан иборат [1]. Рақобатда қўли баланд келишининг яна бир шarti - малакали ва ўта малакали ишчилар ва мутахассисларга эга бўлишдир [2]. Рақобат - бозор субъектлари иқтисодий манфаатларининг тўқнашувидан иборат бўлиб, улар ўртасидаги юқори фойда ва кўпроқ нафлиликка эга бўлиш учун курашни англатади [3]. харидор бозорида товарнинг рақобатбардошлигига истеъмолчи нуқтаи назаридан қаралади. Кучли рақобат шароитида бундай ёндашиш рақобатли бозор натижаларига эришишга йўл кўрсатади [4]. Енгил саноат маҳсулотларини ишлаб чиқаришда халқаро сифат стандартлари ва техник регламентларга риоя этилишига жиддий эътибор қаратиш ҳамда лойиҳаларни амалга оширишда ва янги лойиҳаларни ишлаб чиқишда экология ва атроф-муҳит муҳофазаси

соҳасидаги қонун ҳужжатларидаги белгиланган талабларга риоя этилишини таъминлаш зарур [5].

МУҲОКАМА ВА НАТИЖАЛАР

Трикотаж-тикувчилик корхоналари фаолиятининг истиқболли ривожланиши корхона раҳбарияти томонидан мазкур бизнесни ривожлантириш истиқболларини тушуниши, ҳамда улар томонидан оқилона бошқарув қарорлари ишлаб чиқиши ва уларни самарали амалга оширилишининг ташкил этилиши тушунилади. Унинг амалга оширилиши кўп жиҳатдан юқори раҳбариятнинг стратегик фикрлаш даражасига боғлиқдир.

Тармоқнинг ҳолати ва ундаги рақобат шартлари тармоқдаги ҳаётий циклнинг босқичи билан (вужудга келиш, тез ўсиш, чўққига эришиш, сўниш), тармоқнинг таркибий тузилиши билан (тарқоқ ёки марказлашган), бешта рақобат кучларининг табиати ва нисбий кучи билан, ҳамда рақобатчилар рақобатининг кенглиги билан аниқланади.

Рақобат салоҳиятини кўрадиган бўлсак, у ҳолда кўриб чиқиладиган ёндашувга мувофиқ, маълум корхона учун асосий ва аниқлаштирувчи мулоҳазалар қуйидагиларга олиб келади:

1. Корхона қандай ҳолатда: тармоқда етакчими, мазкур бозорга янги кириб келдими, етакчи корхоналардан кейинми ёки синмаслик учун ўз ҳаражатларини қоплашга ҳаракат қиляптими.

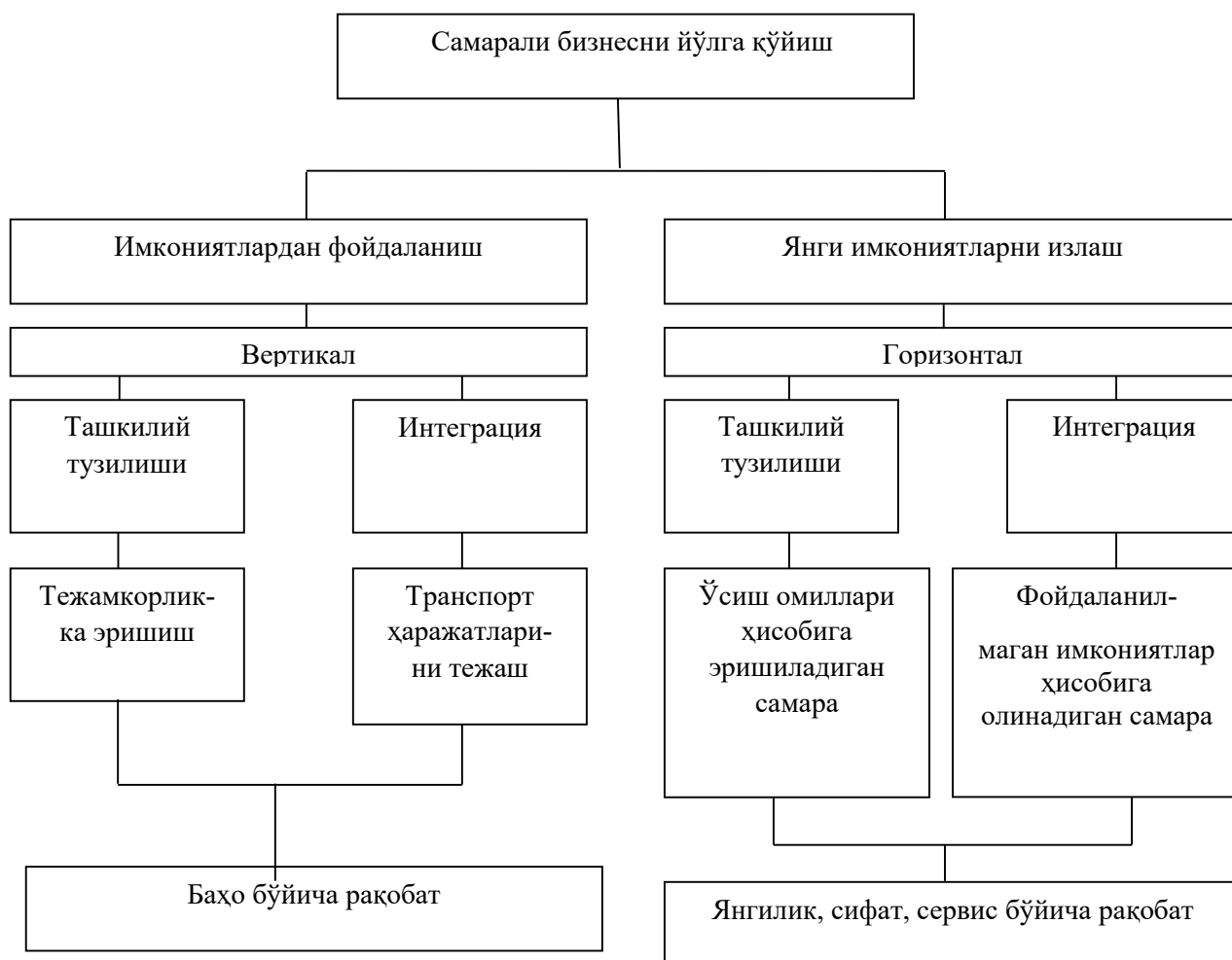
2. Корхонанинг қандай кучли ва заиф томонлари, имкониятлари ва унинг олдида турган ҳавф-хатарлар мавжуд.

Тармоқдаги ҳолатни таҳлил қилиш асосида корхона раҳбарияти корхонани ҳаётий циклнинг қандай босқичида эканлигини аниқлаши ва шундан келиб чиққан ҳолда, рақобат стратегиясини ишлаб чиқиши зарур.

Трикотаж-тикувчилик маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи тармоқнинг таҳлили шуни кўрсатадики, мазкур бозор етуклик босқичидадир.

Унга бозордаги улуш учун тўғридан-тўғри рақобатнинг кескинлашуви, истеъмолчиларнинг етказиб бериш шартларини савдолашганда ён босмаслиги, халқаро рақобатнинг кучайиши ҳосдир.

Бундан ташқари, самарали бизнесни шакллантиришнинг таклиф этиладиган схемасига кўра, имкониятлардан фойдаланишга асосланиш сарф-ҳаражатларни қисқартириш ҳисобига рақобатда лидерлик стратегиясини танлашни билдирса, янги имкониятларни излашга асосланиш эса товарлар ва хизматларни табақалаштириш стратегиясини танлашни билдиради (1-расм).



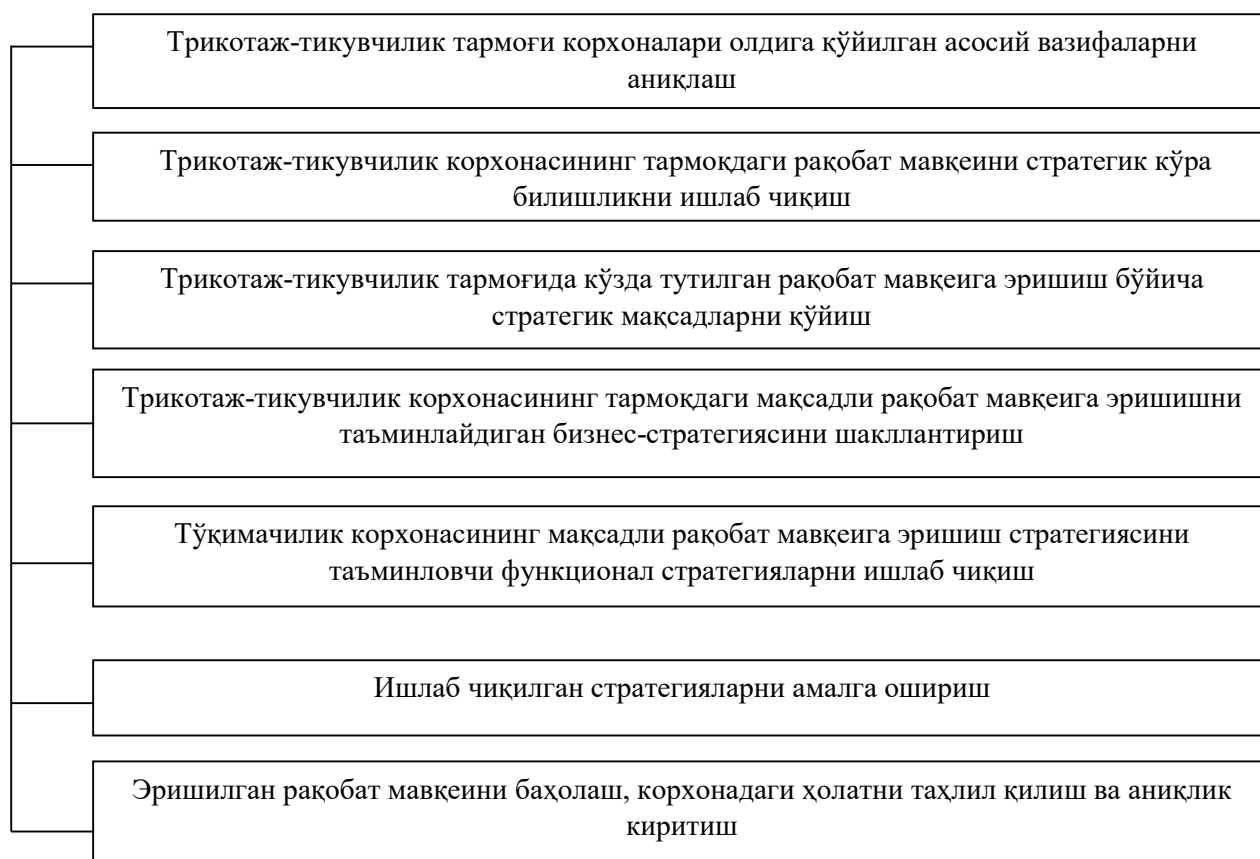
1-расм. Самарали бизнеснинг шаклланиши

(Муаллиф ишланмаси)

Бу эса ҳўжалик амалиётини соддалаштиришни билдиради. Имкониятлардан самарали фойдаланиш маълум шароитларда баҳо бўйича рақобатда ғалабага олиб келади, аммо кўп ҳолатларда сервисни яхшилаш, унга янги хосса ва хусусиятлар бериш имкониятини яратади. Бошқача айтганда, имкониятлардан фойдаланиш диверсификациялаш стратегиясини амалга ошириш курули бўлиб хизмат қилиши мумкин. Ва аксинча, янги имкониятларни қидириб топиш етакчилик стратегиясида паст сарф-ҳаражатлар асосида кўзда тутилиши мумкин.

Шу билан бирга, бизнинг фикримизча, корхона раҳбариятида мазкур бизнеснинг ривожланишини, унга эришиш учун ишлаб чиқиладиган рақобат стратегияси кенгайтирилган стратегик мақсадлар тизими асосида стратегик кўра билишлик босқичида шаклланиши лозим.

Шундан келиб чиққан ҳолда, трикотаж-тикувчилик тармоғи учун стратегик кўра билишлик, стратегик мақсадлар тизими ва рақобат стратегиясини шакллантириш асосида корхонанинг рақобат мавқеини стратегик бошқаришнинг концептуал модели таклиф этилади (2-расм).



2-расм. Трикотаж-тикувчилик корхонасининг тармоқдаги рақобат мавқеини стратегик бошқаришнинг концептуал модел

(Муаллиф ишланмаси)

Бизнинг фикримизча, тўқимачилик тармоғида стратегик бошқарувга нисбатан тизимли ёндашув корхонанинг мазкур бизнесдаги рақобат мавқеини стратегик бошқариш орқали амалга оширилиши мумкин.

Тўқимачилик тармоғи корхоналари фаолияти таҳлили маълумотларига асосланиб, корхонанинг тармоқдаги рақобат мавқеини қуйидаги кўрсаткичлар тизими билан тавсифлашимиз мумкин:

1. Эришилган (ёки эришилиши кўзда тутилган) стратегик кўрсаткичлар: бозорни назорат қилишдаги улуши; ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар сифати; истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш даражаси; тақсимлаш ва сотиш тизимини ташкил этиш даражаси; етказиб берувчилар билан муносабатлар тавсифи; ресурслардан фойдаланиш ҳолати; инновацияларни татбиқ этиш даражаси.

2. Эришилган (ёки эришиш кўзда тутилган) молиявий кўрсаткичлар: сотиш ҳажми, капиталлашув даражаси, маҳсулот рентабеллиги; капитал айланувчанлигининг тезлиги.

3. Эғалик қилинаётган (ёки эғалик қилиш кўзда тутилган) рақобат устунликлари: тажриба, ўқув ва билим салоҳиятидаги устунлик; ресурслардаги устунлик; тутган мавқеидаги устунлик.

Рақобат мавқеининг тавсифи тармоқда юзага келаётган ҳолатга боғлиқ ҳолда бошқа кўрсаткичлар билан ҳам тўлдирилиши мумкин. Таклиф этилаётган ёндашувга мувофиқ, рақобат мавқеини стратегик бошқариш корхонанинг самарали ишлашидан манфаатдор шахслар мазкур тармоқда нимага эришишни хоҳлашларини аниқлашдан бошланади (1-жадвал).

Манфаатдорларнинг хоҳиш-истакларини ҳисобга олган ҳолда корхона раҳбарияти мақсадлар тизимини кенгайтириб, очиб бериши керак. Бунда, якуний мақсадларни учта турга бўлиш мумкин:

1-жадвал

Корхона мазкур бизнесда манфаатдор томонлар учун кўзда тутаётган натижалар

Манфаатдорлар	Кутилаётган натижа
Мулкдорлар (акциядорлар)	- трикотаж-тикувчилик тармоғида бизнеснинг акциядорлик қийматини эришилиши кўзда тутилган даражаси - трикотаж-тикувчилик тармоғидаги бизнесдан кутилаётган тушумлар
Ходимлар	- корхона мазкур бизнесининг барча даражаларида банд ишчи, хизматчи ходимларнинг талаб қилинаётган касбий маҳорати даражаси - рағбатлантиришнинг ходимлар хоҳлаётган даражаси
Истеъмолчилар	трикотаж-тикувчилик тармоғи маҳсулотларининг уларга нисбатан қўйилган аҳоли эҳтиёжи талабларини хоҳланаётган даражада қондирилиши
Ҳокимият ташкилотлари	ҳокимият тузилмалари ва корхоналар ўртасидаги муносабатлар ва ҳамкорликнинг хоҳланаётган тавсифи
Жамият	жамият томонидан, мазкур бизнес томонидан хоҳланаётган фаолиятлар

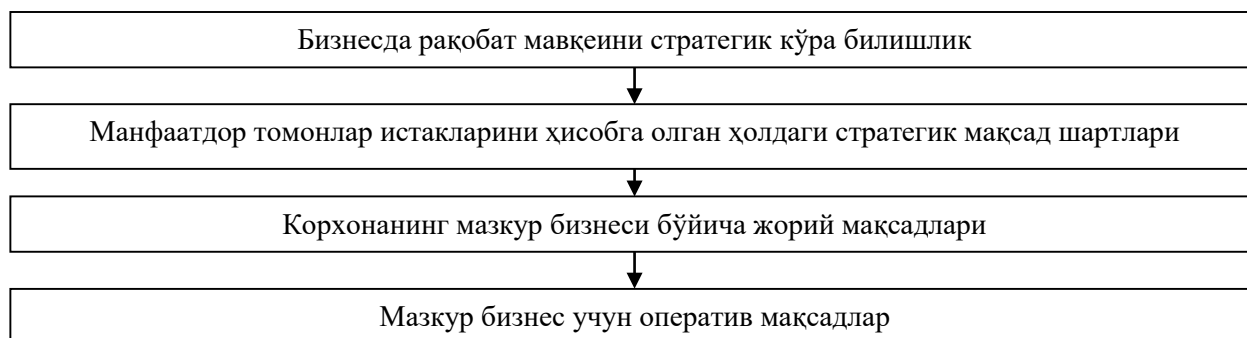
(Муаллиф ишланмаси)

1. Режа даврида натижалари кутилаётган тарздаги мақсадлар.
2. Режани амалга ошириш даврида эришилиши мушкул, аммо ташкилотга керакли йўналишда илгари сурилишига имкон яратадиган тарздаги мақсадлар.
3. Эришиб бўлмайди, деб ҳисобланадиган, аммо уларга аста-секин яқинлашиш мумкин бўлган, истиқболли ҳисобланган мақсадлар.

Қўйилган мақсаддан келиб чиққан ҳолда корхонанинг рақобат мавқеи бўйича тўқимачилик корхоналари учун қуйидаги мақсадлар поғонасини таклиф этиш мумкин (3-расм).

Рақобат мавқеини стратегик бошқариш, авваломбор корхонанинг тармоқ бозоридаги мавқеини стратегик кўра билишликни ишлаб чиқишни билдиради.

Бизнинг фикримизча, корхона раҳбарияти истиқболда (5-10 йилда) бизнесни қандай мавқега эга бўлишини режалаштираётганини тасаввур қила олиши керак.



3-расм. Корхонанинг мақсадлари иерархияси

(Муаллиф ишланмаси)

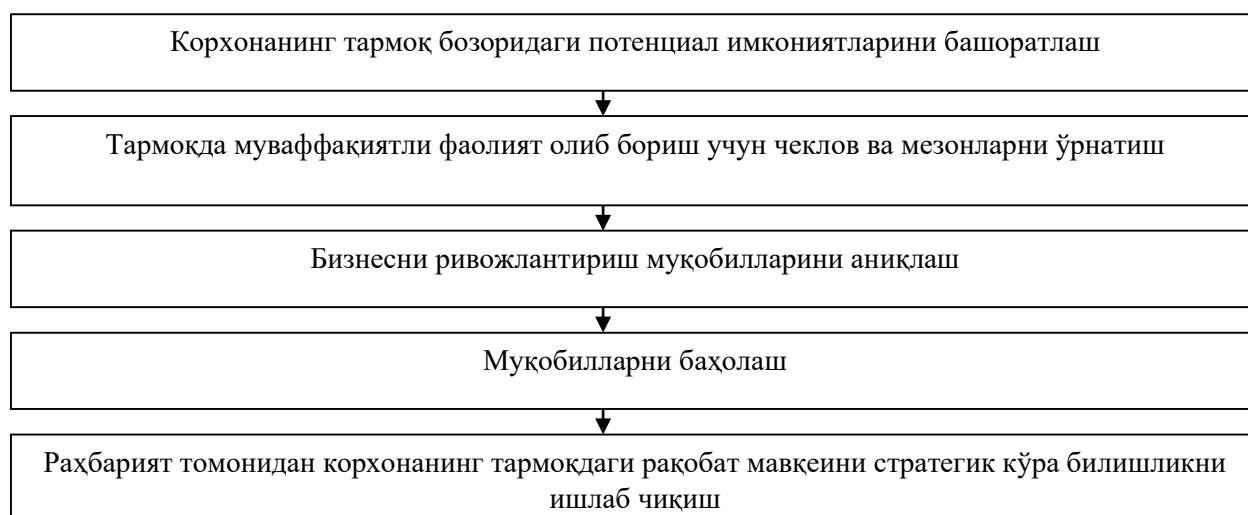
Бунда корхона ўзи учун бозорни қай даражада эгаллашга ҳаракат қилиши кераклигини, корхона бутун бозор бўйича ёки унинг айрим сегментлари бўйича ўз маҳсулоти билан рақобатлаша олишини ҳал қилиши лозим. Стратегик кўра билишликка эга бўлмаган корхона ўзи учун қандай бозор мавқеига эга бўлишга ҳаракат қилиши кераклигини билмайди.

Корхонанинг бозордаги мавқеини стратегик кўра билишда раҳбарнинг бошқарув услубига, шахсий сифатларига, маданияти даражасига боғлиқ ҳолда интуитив, рационал ёки комбинациялашган ёндашувдан фойдаланиш мумкин. Интуиция, раҳбариятга юқори ноаниқлик шароитида, оқилона таҳлилни қўллаш, имкониятлари чекланган шароитда келажакда корхонанинг бизнесдаги мавқеини тасаввур қилишда ёрдам беради.

Интуиция, муаммоларни ўз вақтида аниқлаб олишга, тарқоқ маълумотларни умумлаштиришга, ҳамда таҳлил натижаларини текшириб кўришга имкон беради. Рационал ёндашув корхонанинг рақобат мавқеини унинг тармоқ бозоридаги потенциал имкониятларини ҳисобга олиш, тармоқда муваффақиятли фаолият олиб бориши мезонларини ўрнатиш, муқобилларни аниқлаш ва баҳолаш, корхонанинг бизнесдаги стратегик мўлжалини шакллантиришни ўз ичига оловчи таҳлилий жараён ёрдамида ишлаб чиқишни назарда тутади (4-расм).

Трикотаж-тикувчилик маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналарда бошқарув амалиётининг таҳлилидан шуни кўришимиз мумкинки, маҳаллий раҳбарларимизда ҳозирча стратегик мақсадларни қўйишга нисбатан ишлаб чиқилган ёндашувлар йўқ. Аммо, бу мақсадлар бир-бирини тақозо қиладиган даражада узвий боғлиқ эмас. Бу мақсадлардан биттасига эришиш, иккинчи мақсадга эришишни ҳам таъминлайди, деб бўлмайди.

Стратегик кўра билишлик корхонанинг бизнесдаги стратегик мақсадлари тизимини ишлаб чиқиш жараёнини енгиллаштиради.



4-расм. Раҳбарият томонидан корхонанинг тармоқдаги рақобат мавқеини стратегик кўра билишликни ишлаб чиқишга оқилона ёндашув босқичлари

(Корхона маълумотлари асосида муаллиф ишланмаси)

Тўқимачилик маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналарда молиявий муаммоларнинг кескинлиги, бошқарувда устувор эътиборни, айниқса молиявий мақсадларга қаратиш заруриятини келтириб чиқаради. Кўп ҳолларда корхона раҳбарларига қисқа муддатли молиявий мақсадларни корхона рақобатбардошлигини оширишга қаратилган стратегик фаолиятдан воз кечиш ҳисобига эришиш учун босим ўтказилади. Бундай ҳолат, айниқса: корхона қийин молиявий ҳолатда бўлганида; стратегик жиҳатдан фойдали бўлган фаолиятни амалга ошириш учун зарур бўлган ресурсларнинг тортиб олиниши корхона кўрсаткичларини бир неча йил давомида ёмонлашувига олиб келганида; таклиф этилаётган стратегик фаолият ҳавфли, таваккалга асосланган бўлса, корхонанинг рақобатбардошлиги ва бозор мавқеига таъсир кўрсатиши мумкин бўлган ҳолатларда кузатилиши мумкин.

Рақобат мавқеини стратегик бошқаришда мақсадлар раҳбариятнинг маълум вақт ичида аниқ натижаларга эришишга интилишини ифодалайди. Мақсадларни қўйишга киришар экан, раҳбарият, уларни SMART - тавсифлар сифатида эътироф этилган мезонларга жавоб бериши кераклигини ҳисобга олиши керак.

Бизнинг фикримизча, корхонанинг тармоқдаги рақобат мавқеи бўйича стратегик мақсадларини ишлаб чиқиш жараёни учта босқични ўз ичига олиши мумкин:

I-Босқич – Бизнеснинг ички ва ташқи муҳитини таҳлил қилиш.

II-Босқич – Корхонанинг тармоқдаги рақобат мавқеи бўйича стратегик мақсадга йўналтирилган қарорларни ўрнатиш.

III-Босқич – Стратегик мақсадларнинг вақт бўйича ва функционал кесимда поғоналарини ишлаб чиқиш.

Корхонанинг ички муҳитини стратегик таҳлил қилиш қуроли сифатида SWOT - таҳлилдан, ёки Портер М. томонидан ишлаб чиқилган SHW – ёндашувдан фойдаланиш мумкин.

Умуман олганда, SWOT – таҳлил корхона бугунги кунда қандай аҳволда эканлигини таҳлил қилиш, ҳамда корхонанинг бугунги ҳолатига аниқ мос келадиган стратегияни ишлаб чиқишнинг муҳим босқичи ҳисобланади. Корхонанинг кучли томонлари, айниқса унинг мослаша олиши катта аҳамиятга эга, чунки улар стратегияни қуришда асосий устун ҳисобланадилар. Корхонанинг заиф томонларини ўрганиш ҳам жуда муҳим, чунки шу орқали корхонанинг иш фаолиятини яхшилашга имкон берадиган, ишга солинмаган ички имкониятлар аниқланади. Ташқи имкониятлар ва хатарлар ҳам аҳамиятга эга, чунки яхши стратегия, албатта ташқи имкониятлардан фойдаланиш ва ҳавф-хатарлардан ҳимояланишга қаратилган бўлиши керак.

Мазкур бизнесга қилинган ҳаражатлар самарадорлигини баҳолаш учун қурол сифатида ҳаражатлар занжирини таҳлил қилишдан фойдаланишимиз мумкин. Бу занжир, мазкур бизнес учун зарур барча ишларга кетган ҳаражатларни ҳамда унинг корхонага келтирадиган фойдасини кетма-кетликда кўргазмали, яққол ифодалайди.

Мазкур бизнес бўйича корхонанинг ҳаражатлар занжирини рақобатчиларнинг ҳаражатлар занжири билан таққослаш корхонада ҳаражатларни шаклланиш кетма-кетлигида кучли ва заиф томонларни аниқлаш ҳамда буни рақобат стратегиясини ишлаб чиқишда фойдаланиш имконини беради. Бундан ташқари, корхонанинг ҳаражатлар бўйича рақобат мавқеи етказиб берувчилар ва корхона маҳсулотларини истеъмолчиларга етказувчи ташкилотлардаги ҳаражатлар даражасига ҳам боғлиқдир. Шу боисдан ҳам корхонанинг истеъмол бозоридаги рақобатбардошлигини аниқ баҳолаш, корхона раҳбарлари фақатгина корхонанинг ҳаражатлари занжиринигина эмас, балки истеъмол қийматининг яратилиши билан боғлиқ бутун тизимни кўриб чиқишлари мақсадга мувофиқдир.

Иккинчи босқичда раҳбарият тармоқ бозорида узоқ, ўрта ва қисқа муддатли истикболда қандай мавқени эгаллаш кераклиги ҳақида қарор қабул қилиши керак. Трикотаж-тикувчилик маҳсулотлари бозори етарлича кенг номенклатурага эга эканлиги билан ажралиб туради. Шу боисдан, “мақсадли шартлар”ни шакллантириб, “мақсадли бозор” тушунчасидан фойдаланиш керак.

Бизнесда стратегик мақсад – ишлаб чиқарилаётган маҳсулот сифатини ошириш ва корхонанинг узоқ, ўрта ва қисқа муддатли истикболда тармоқдаги мавқеини ўрнатишдан иборатдир.

Бизнинг фикримизча, бизнес стратегик мақсадлар тизими чегарасида, яна корхонанинг тармоқдаги ишбилармонлик мавқеини ошириш мақсадини ҳам ажратиб кўрсатиш керак. Корхонанинг тармоқ бозоридаги имиджи рақобатчилар томонидан нусха олинishi қийин, рақобат мавқеининг муҳим ташкил этувчиларидан ҳисобланади.

Тўқимачилик саноатини ривожлантиришнинг энг муҳим муаммоларидан бири ишлаб чиқаришни зарурий хом ашё ва материаллар билан таъминлашдир. Республикамиз трикотаж-тикувчилик саноат корхоналари олдида турган энг асосий муаммолардан бири уларда талаб этилаётган ассортимент ва ҳажмда хом ашёнинг етишмаслигидир.

Ҳар бир трикотаж-тикувчилик корхонасига у ёки бу турдаги моддий ресурслар зарур бўлади. Стратегияни ишлаб чиқар экан, корхона раҳбарияти энг муҳим эътиборни фақатгина жорий эҳтиёжларни қондиришгагина эмас, балки истиқболда ҳам моддий ресурсларга бўлган эҳтиёжни қондириш, уларни қондиришнинг ички ва ташқи манбаларига ҳам қаратиши зарур.

Корхонани моддий ресурслар билан таъминланганлигини бошқариш даражаси унинг тармоқдаги рақобат мавқеига ҳам таъсир кўрсатади. Айтайлик, мақсадли рақобат мавқеига эришиш стратегияси чегарасида, корхонани моддий ресурслар билан таъминлаш, унинг моддий ресурсларга бўлган эҳтиёжини қоплашни белгиловчи сотиб олиш стратегияси ишлаб чиқилиши керак.

Ушбу стратегия корхонани қисқа муддатли, шунингдек узок муддатли истиқболда ишлаб чиқариш талабларидан келиб чиққан ҳолда, моддий ресурсларга бўлган эҳтиёжини қондириш орқали унинг режалаштирилган рақобат мавқеига эришишини таъминлаши зарур.

Корхонани моддий ресурслар билан таъминлаш жараёнини тадқиқ этиш усули сифатида, моддий ресурсларнинг атроф-муҳит билан боғлиқлигини корхонада юзага келган таъминот амалиёти билан узвий боғлиқликда ўрганишга имкон берадиган SWOT - таҳлилидан фойдаланишимиз мумкин.

Сотиб олиш соҳасидаги муаммоларнинг аҳамиятини баҳолаш, уларни ҳал қилиш кетма-кетлигини асослаб бериш учун ҳар бир муайян имконият ва таҳдидни имконият ва таҳдидлар матрицаси ёрдамида позициялаштириш усулини қўллаш мумкин.

Позициялаштириш усулидан фойдаланган ҳолда, «CELEBRITY STYLE» MChJ корхонаси учун имкониятлар ва таҳдидлар матрицасини тузамиз (2-жадвал).

Олинган баҳолаш натижаларига асосланиб, моддий ресурсларни сотиб олишни бошқаришда корхонанинг моддий ресурсларни сотиб олиш стратегиясига асос бўладиган концепция ишлаб чиқилади. Корхонанинг кучли ва заиф томонларини ва моддий ресурслар бозоридаги йўналишларни ҳар

томонлама билиш етказиб берувчилар томонидан шакллантирилган таклифлар оқимида сузиш эмас, балки кўпроқ мос келадиган вариантни танлаш имкониятини беради.

2-жадвал

«CELEBRITY STYLE» MChJ корхонасини моддий ресурслар билан таъминлашдаги кучли ва заиф томонлари, шунингдек бўлиши мумкин бўлган таҳдидлар

Кучли томонлари	Кучсиз томонлари
1. Асосий хом ашёни етказиб берувчилар билан узоқ муддатли алоқалар. 2. Корхонага моддий ресурсларни келтиришнинг юзага келтирилган тизими. 3. Истеъмол қилинаётган ресурслар номенклатурасининг барқарорлиги. 4. Хом ашёни етказиб берувчилар тўғрисида доимий маълумотлар тўплаш ва моддий ресурслар бозоридаги жараёнларни доимий таҳлил қилиш.	1. Асосий хом ашёни етказиб берувчиларга боғлиқлик. 3. Моддий ресурсларни сотиб олишни корхонанинг молиявий жиҳатдан барқарор эмаслиги сабабли ўз вақтида молиялаштира олмаслик. 5. Моддий-техникавий таъминот бўлими персоналини мотивациялашнинг кучсизлиги.
Имкониятлар	Таҳдидлар
1. Янги моддий ресурслар бозорларига, ташқи бозорга чиқиш. 2. Моддий ресурсларни кредитга олиш имконияти. 3. Моддий ресурслар бозорида ишлайдиган, ҳамкорлик қилишга тайёр воситачиларнинг бўлиши.	1. Корхонанинг маҳсулотларига талабнинг пасайиши. 2. Етказиб берувчиларнинг бозордаги монопол ҳотатидан келиб чиқиб, босим ўтказиши. 3. Моддий ресурсларнинг ҳақини тўлашда пул тўловларини ташкил этувчиларининг ортиб кетиши. 4. Транспорт харажатларининг ортиши.

(Муаллиф ишланмаси)

Олинган баҳолаш натижаларига асосланиб, моддий ресурсларни сотиб олишни бошқаришда корхонанинг моддий ресурсларни сотиб олиш стратегиясига асос бўладиган концепция ишлаб чиқилади. Корхонанинг кучли ва заиф томонларини ва моддий ресурслар бозоридаги йўналишларни ҳар томонлама билиш етказиб берувчилар томонидан шакллантирилган таклифлар оқимида сузиш эмас, балки кўпроқ мос келадиган вариантни танлаш имкониятини беради.

Бунда корхона томонидан ишлаб чиқарилаётган маҳсулотнинг “баҳо/сифат” нисбати, маҳсулот ишлаб чиқариш учун сотиб олинаётган моддий ресурсларга нисбатан “баҳо/сифат” нуқтаи назаридан тадқиқ этилиши зарур. Ушбу нисбат даражасининг асосланганлигига корхонанинг маҳсулотини сотиш бозоридаги рақобат мавқеи кўп жиҳатдан боғлиқдир. Корхона учун аҳамиятга

эга бўлган параметрларни танлаб олиб, сотиб олиш менежменти уларни корхона томонидан қўйилаётган шартлар билан таққослаши ва қай даражада ҳамда қандай шартларда моддий ресурслар бозори уларни бажара олишига баҳо бериши керак.

3-жадвал

«CELEBRITY STYLE» MChJ корхонасининг моддий ресурсларни сотиб олиш соҳасидаги имкониятлари матрицаси

Имкониятлардан фойдаланиш эҳтимоли	Корхонага таъсири даражаси		
	Кучли	Ўртача	Кучсиз
Юқори			Моддий ресурслар бозорида ишлайдиган, ҳамкорлик қилишга тайёр воситачиларнинг бўлиши
Ўрта	Янги моддий ресурслар бозорларига, ташқи бозорга чиқиш		
Паст		Моддий ресурсларни кредитга олиш имконияти	

(Муаллиф ишланмаси)

«CELEBRITY STYLE» MChJ корхонасининг SWOT таҳлиллари натижасида моддий ресурсларни сотиб олиш соҳасидаги аниқланган кучли ва кучсиз томонларига асосланиб, корхонани ривожлантириш стратегиясининг асосий йўналишларини белгилаб бериш мумкин:

- корхонани қайта жиҳозлаш ва модернизациялаш, корхонадаги бугунги кун талабларига жавоб бера олмаётган машиналарини замонавий “Ритер” ва “Трючлер” фирмалари машиналари билан янгилаш;
- корхонада илғор технологияларни қўллаш ҳисобига маҳсулот таннархини 10%га пасайтиришга эришиш;
- янги моддий ресурслар бозорига, ташқи бозорга чиқиш;
- моддий ресурсларни кредитга олиш имкониятларидан тўлиқ фойдаланиш;
- корхонага инвестицияларни жалб этишни кенгайтириш орқали ишлаб чиқариш қувватини, жумладан маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмини оширишга эришиш;
- бозордаги талаб ва таклифни, бозорларимизнинг тўқимачилик ва енгил саноат маҳсулотларига бўлган талабини тўлиқроқ ўрганиш орқали, шунингдек

корхона таркибидаги трикотаж тикув ишлаб чиқаришининг фаолиятини ривожлантириш йўли билан истеъмол товарлари ишлаб чиқариш ҳажмини ошириш;

- корхонага ИСО-9000 сериясидаги халқаро стандартларни жорий этиб, ички бозорга сифатли тўқимачилик ва енгил саноат маҳсулотларини етказиб бериш;

- корхонанинг экспорт салоҳиятини ошириш;

- корхонада кадрларни тайёрлаш ва қайта тайёрлаш ишларини яхши йўлга қўйиш орқали уларнинг салоҳиятини ошириш;

- корхонанинг фойдаси ва ренбеллигини, унинг иқтисодий ва молиявий жиҳатдан барқарорлигини таъминлашдан иборат.

ХУЛОСА ВА ТАКЛИФЛАР

Корхона рақобатбардошлигини оширишда раҳбарият кўмагисиз салмоқли натижаларга эришиш мушкул. Ташкилот раҳбарлари ишлаб чиқариш фаолиятининг асосий йўналишларини, мақсадларини, шунингдек, уларни амалга ошириш усулларини белгилашади. Улар шундай шарт-шароит яратишлари лозимки, ходимлар нафақат раҳбарият буйруқларининг ижросисига, балки ишлаб чиқариш масалаларини ҳал этишда манфаатдор қатнашчиларга айланишлари лозимдир.

Корхонанинг инновацион фаолиятини ривожлантиришда илмий-тадқиқот ва тажриба – конструктик ишлари муҳим ўрин эгаллайди.

Илмий-тадқиқот ва тажриба – конструктик ишларининг асосий вазифалари бўлиб қуйидагилар ҳисобланади:

- табиат ва жамиятнинг ривожланиш соҳасида янги билимларга, шунингдек, уларни тадбиқ этишнинг янги соҳаларига эга бўлиш;

- стратегик маркетинг босқичида ишлаб чиқилган ташкилот товарларининг рақобатбардошлилигини белгиловчи нормативларни ишлаб чиқариш соҳасида моддийлаштириш имкониятларини назарий ва экспериментал жиҳатдан текшириш;

- янгиликлар ва инновациялар портфелини амалий реализация қилиш.

Ушбу санаб ўтилган вазифаларнинг амалга оширилиши ресурслардан фойдаланиш самарадорлиги, ташкилотнинг рақобатбардошлилиги ҳамда аҳолининг турмуш даражасини ошириш имкониятини беради.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Портер М. Конкуренция: Пер. с англ. О.Л.Пеляевского. - Исправ.изд. - М.: Вильямс, 2005. - 602 с.

2. Благодаров А.В. Механизм стратегического управления конкурентной позицией предприятия / Под ред. Н.С.Яшина. -Саратов: СГСЭУ, 2005. - 52 с.

3. Шодмонов Ш.Ш., Ғафуров У.В. “Иқтисодиёт назарияси”. Дарслик. -Т.: Фан ва технология, 2005. - 784 б.
4. Юсупов С. Тўқимачилик корхоналари ривожланишини таъминлаш стратегиясининг услубий масалалари. // Иқтисодиёт ва таълим. -Тошкент, 2011. №3. - Б. 77-81.
5. Рашидов Ж.Ҳ. Raqamlashtirish sharoitida qo‘shma korxonasi faoliyatining tahlil. Журнал “Яшил иқтисодиёт ва тараққиёт”. 2024-yil, aprel. № 4-son.
6. Вафоева Д.И. Increasing the export potential of enterprises of the textile and garment industry. Журнал Asian Journal of Research in Business Economics and Management ISSN: 2249-7307 Vol. 12, Issue 1, January 2022 SJIF 2021 = 8.075 A peer reviewed journal, 13 – 18 бетлар.
7. Рашидов Ж.Ҳ. The Strategic Development of International Companies in Modern Conditions. European Journal of Business Startups and Open Society | ISSN: 2795-9228. Vol. 4 No. 4 (Apr - 2024): EJBSOS <http://inovatus.es/index.php/ejbsos>.
8. Вафоева Д.И. Тикув-трикотаж саноати корхоналарини модернизациялаш, экспорт ишлаб чиқаришини шакллантириш имкониятлари. // Журнал “Iqtisodiyot va ta'lim” 2022 йил махсус сон. 299 – 304 бетлар.