TO‘QIMACHILIK KORXONALARIDA STRATEGIK BOSHQARISH TURLARI VA SHAKLLARI

Shavkatov Shaxzod
Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti “Iqtisodiyot” mutaxassisligi 2-bosqich magistranti
https://doi.org/10.5281/zenodo.19811121

Annotatsiya. *Ushbu maqolada to‘qimachilik korxonalarida strategik boshqarish zaruriyati, mavjud imkoniyatlari, turlari va shakllari bayon etilgan. Shuningdek, to‘qimachilik korxonalarida strategik boshqarish turlari va shakllari tadqiq yuzasidan xulosa bayon etilgan.*

Аннотация. *В данной статье описываются необходимость, существующие возможности, виды и формы стратегического управления на текстильных предприятиях. Также приводятся выводы по результатам исследования видов и форм стратегического управления на текстильных предприятиях.*

Abstract. *This article describes the need, existing opportunities, types and forms of strategic management in textile enterprises. Also, a conclusion is drawn on the study of types and forms of strategic management in textile enterprises.*

Kalit so‘zlar. *To‘qimachilik, korxona strategik boshqarish, strategiya, boshqarish.*

Ключевые слова. *Текстиль, стратегическое управление предприятием, стратегия, менеджмент.*

Key words. *Textile, enterprise strategic management, strategy, management.*

To‘qimachilik sanoati iqtisodiyotning muhim tarmoqlaridan biri bo‘lib, unda raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqarish, eksport salohiyatini oshirish va bozor talablariga tez moslashish katta ahamiyatga ega. Shu sababli to‘qimachilik korxonalarida strategik boshqarish korxonaning uzoq muddatli rivojlanishini ta’minlaydigan muhim boshqaruv jarayoni hisoblanadi. To‘qimachilik korxonalarida strategik boshqaruv o‘ziga xos sifatida har bir tashkilotning ehtiyojlariga qarab o‘zgaradi. U korxona maqsadlari, bozor dinamikasi va raqobatchilar tufayli yuzaga keladigan muammolarga muvofiq amalga oshiriladi. Ushbu korxonalarda strategik boshqarish ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, raqobatbardoshlikni kuchaytirish va korxonaning barqaror rivojlanishini ta’minlashda muhim rol o‘ynaydi. To‘g‘ri ishlab chiqilgan va samarali amalga oshirilgan strategiya korxonaga ichki va tashqi bozorlarda muvaffaqiyat qozonishga yordam beradi.

To‘qimachilik korxonalarida strategik boshqarish turlari va shakllarini tadqiq qilish yuzasidan turli tadqiqotlar olib borilgan. Ya’ni, ba’zi tadqiqotlarda Denizli viloyatida faoliyat yuritayotgan to‘qimachilik firmalarining strategik boshqaruv masalalari, strategik boshqaruv qarorlarining tashkiliy darajada qabul qilinishi va strategik maqsadlar haqidagi muhim tasavvurga egaligi asoslanadi [1]. Bundan tashqari, to‘qimachilik sohasida strategik boshqarish turli xabardorlikni yaratish nuqtai nazaridan muhim o‘rinni egallaydi. Shularga asosan, to‘qimachilik sanoati uchta ma’lum bozorlar asosida alohida ajratiladi; kiyim-kechak, uy va texnik to‘qimachilik [2]. Unda asosiy e’tibor kiyim-kechak sanoatiga qaratilgan bo‘lib, bu me’yor va hajmiga bog‘liq bo‘ladi. Yana bir tadqiqotlarga asosan, to‘qimachilik sanoatida innovatsion faoliyatni rivojlantirish muammolarini bartaraf etish uchun moliyaviy resurslarining yetishmasligi bilan birgalikda bir

qancha tashkiliy, huquqiy va kadrlar bilan bog‘liq bo‘lgan asosiy muammolarni ham bartaraf etish zaruriyati mavjud [3]. Tajribalarga asosan, dumaloq iqtisodiyot sof resurslarni iste’mol qilishni cheklaydi. Bu esa toza ishlab chiqarishni rag‘batlantiradi va resurslardan samarali foydalanishga imkon beradi [4]. Biroq, ko‘pgina kompaniyalar uni amalga oshirish bilan kurashadi. Bu borada to‘qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarish va sotish doimo iqtisodiy tuzilishi uchun birinchi o‘ringa qo‘yilib, yaqin kelajakda iqtisodiy zarurat bo‘lib qoladi. Ya’ni, strategik boshqaruv quyidagi turlarga nisbatan ularning har biriga quyidagi xususiyatlar xos bo‘ladi [5].

1) Chiziqli strategik boshqaruv. Ushbu strategik boshqaruvning eng keng tarqalgan va an’anaviy turi chiziqli strategik boshqaruvdir. U uslubiy rejalashtirish va bajarishga urg‘u beradi va mantiqiy va oqilona qaror qabul qilishga asoslanadi. Ushbu strategiya to‘siqlar va muammolarni hal qilish uchun oldindan belgilangan strategiyalardan foydalanishni o‘z ichiga oladi.

2) Adaptiv strategik boshqaruv. Adaptiv strategik boshqaruv moslashuvchanlik va doimiy takrorlash atrofida joylashgan. Uning maqsadi kompaniyalarni bozordagi tez va oldindan aytib bo‘lmaydigan o‘zgarishlarga samarali moslashishda qo‘llab-quvvatlashdir. Strategiyani ishlab chiqishda ushbu usul moslashuvchanlik va eksperimentlarga yordam beradi.

3) Interpretatsion strategik boshqaruv. Tanlov va taktikani tashkilot maqsadi, qarashlari va qadriyatlariga moslashtirish talqin qiluvchi strategik boshqaruvning asosiy tarkibiy qismidir. Strategiyani ishlab chiqishni qat’iy tuzilma emas, ya’ni dinamik jarayon sifatida ko‘rilib, u innovatsion madaniyatni keng targ‘ib qiladi.

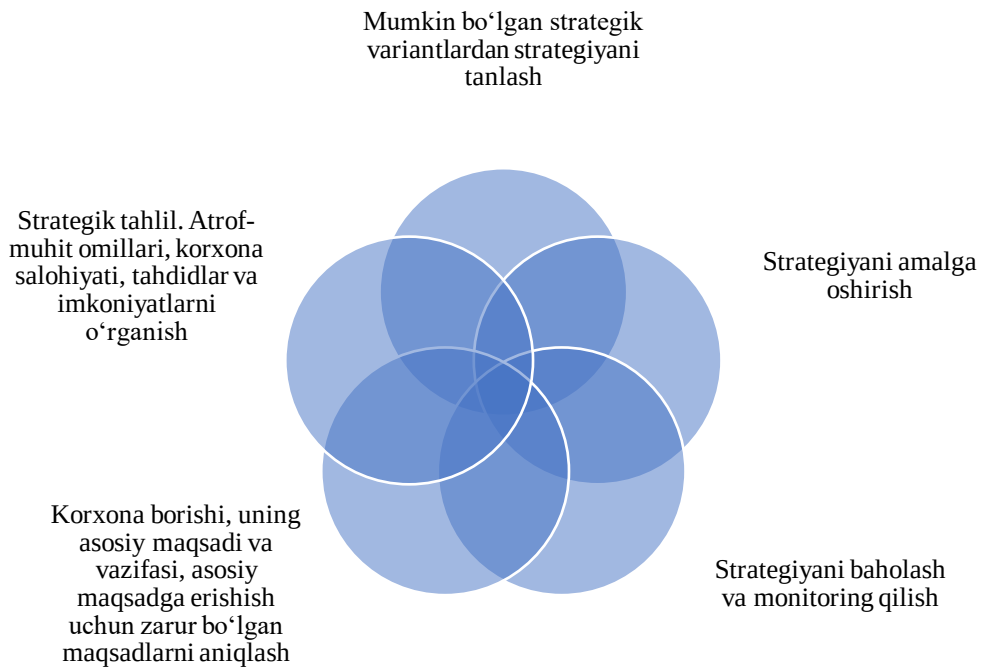
4) Ekspressiv strategik boshqaruv. Ikkala talqin va adaptiv yondashuvlar tushunchalari ekspresiv strategik boshqaruv orqali kengaytiriladi. Bu tashkilotning maqsad va vazifalari bilan yaqin munosabatlarni saqlab, o‘zgarishlarga faol ravishda moslashishga e’tibor beradi.

5) Transsendent strategik boshqaruv. Transsendent strategik boshqaruv strategik boshqaruv amaliyotining cho‘qqisini ifodalaydi. Oldingi to‘rtta toifaning kuchli tomonlarini birlashtirib, keng qamrovli va ko‘p qirrali strategiyani yaratadi.

Darhaqiqat, strategik boshqaruv turlarini tan olish kompaniyalarga ularning maqsadlari va to‘siqlariga mos keladigan usullarni tanlash yoki birlashtirishda imkon beradi. Korxonalar o‘zlarining chaqqonligini, ijodkorligini va ushbu strategiyalarni yaxshi bilish orqali doimiy o‘zgaruvchan raqobat muhitini boshqarishga tayyorligini saqlab qolishlari mumkin.

Tadqiqot shuni ko‘rsatadiki, bu holatda kichik firmalar reaktiv rejimlarini hal qiladigan norasmiy strategik boshqaruv modellariga ko‘proq e’tibor berishlari kerak. Bu borada kichik firma menejeri qanchalik vakolatli bo‘lsa, u o‘z biznesida yaxshi natijalarga erishish ehtimoli shunchalik katta bo‘ladi.

Shuningdek, to‘qimachilik korxonalarida strategik boshqarishning quyidagi shakllari qo‘llaniladi (1-rasm):



1-rasm. To‘qimachilik korxonalarida strategik boshqarish shakllari[1]

Ushbu rasmga asosan, zamonaviy sharoitda to‘qimachilik korxonalarida samarali strategik boshqaruv va rejalashtirish uchun korxonaning hayot aylanish bosqichiga qarab strategiyani amalga oshirish darajasini baholash ko‘rsatkichlari yoki mezonlarini ishlab chiqish kerak. Shuningdek, strategik boshqaruvni tashkil etish doirasida asosiy maqsadni kichik maqsadlarga ajratish uchun maqsadlar va ishlab chiqarish bo‘linmalarining vazifalari bilan o‘zaro bog‘liqligini ta’minlaydigan maqsadli kompleks dasturlar usuli qo‘llaniladi.

Strategik boshqarish usullari strategiyalarni shakllantirish va amalga oshirishda menejerlar tomonidan qo‘llaniladigan yondashuvlarning haqiqiy turlarini aks ettiradi. Ular strategik boshqarish jarayonida katta ta’sirga ega bo‘lib, undagi jarayon amalga oshirilayotganligi masalalarini hal qiladilar. Bu borada strategik boshqarishning tadbirkorlik, adaptiv va rejalashtirish kabi asosiy yondashuvidan biri qo‘llaniladi. Tanlangan rejim tashkilot ichida yuzaga keladigan innovatsiya darajasiga ta’sir qilishi mumkin.

Umuman olganda, to‘qimachilik korxonalarida strategik boshqarish korxonaning uzoq muddatli maqsadlariga erishish uchun amalga oshiriladigan rejalashtirish, resurslarni taqsimlash va tashkiliy faoliyatni muvofiqlashtirish jarayonidir. Mazkur jarayon korxonaning ichki imkoniyatlari va tashqi muhitdagi o‘zgarishlarni hisobga olgan holda olib boriladi. Bu borada to‘qimachilik sanoatida qo‘llaniladigan strategik boshqarishning quyidagi turlari mavjud bo‘ladi:

1) Rivojlanish strategiyasi (O‘sish strategiyasi). Korxona hajmini kengaytirish, yangi mahsulotlar ishlab chiqarish yoki yangi bozorlarni zabt etish maqsadida ishlab chiqiladi. Uning namunalari sifatida yangi mahsulot liniyasi yaratish (masalan, trikotaj kiyimlar qatoriga sport kiyimlarini qo‘shish), eksport bozoriga chiqish va qo‘shma korxona orqali yangi hududda ishlab chiqarishdan iborat bo‘ladi.

[1] Muallif ishlanmasi.

2) Barqarorlik strategiyasi. Korxonaning mavjud bozorlar va mahsulotlar bilan barqaror ishlashini ta'minlashga qaratiladi. Bu bozor sharoiti noaniq bo'lsa, korxona o'z pozitsiyasidan qoniqsa va tavakkal darajasi yuqori bo'lsa qo'llaniladi.

3) Qayta tuzish strategiyasi. Moliyaviy yoki operatsion muammolar yuzaga kelganda, korxonaning faoliyatini tubdan isloh qilish zarur bo'lsa, qo'llaniladi. Uning namunalari sifatida sarmoyadorlar jalb qilish, samaradorlikni oshirish uchun texnologik modernizatsiya va noxos mahsulotlardan voz kechishdan iborat bo'ladi.

4) Diversifikatsiya strategiyasi. Korxona yangi mahsulotlar ishlab chiqarishni yo'lga qo'yadi yoki boshqa sohalarga kiradi.

5) Raqobat strategiyasi. Raqobatchilardan ustunlikni qo'lga kiritish uchun ishlab chiqiladi. M.Porter klassik modeli asosida narx afzalligi, arzon mahsulot ishlab chiqarish, farqlanish: mahsulotda dizayn yoki sifat bilan ajralib turish va muayyan segmentga yo'naltirilgan strategiya hamda aniq bozor segmentiga xizmat ko'rsatishga asoslanadi.

6) Innovatsion strategiya. Yangi texnologiyalar, dizaynlar yoki ishlab chiqarish usullarini joriy etishga qaratiladi. Bu holat raqobatbardoshlikni oshiradi hamda yashil texnologiyalar va ekologik toza ishlab chiqarishni o'z ichiga oladi.

7) Global strategiya. Xalqaro bozorlarga chiqish, eksport-import aloqalarini yo'lga qo'yish orqali amalga oshiriladi. Uning amaliy jihatlariga ISO standartlariga mos mahsulot ishlab chiqarish va tashqi bozorlardagi ehtiyojlarni o'rganishga asoslanadi.

Xulosa shuki, to'qimachilik korxonalarida strategik boshqarishning bir necha xil shakllari mavjud bo'lib, ular tashkilotning o'ziga xos xususiyatlari, maqsadlari va tashqi muhitiga mos ravishda qo'llaniladi. Shunga asosan, strategik boshqaruv shaklini tanlash tashkilotning o'ziga xos sharoitlari va maqsadlariga bog'liq bo'ladi. Ko'pgina tashkilotlar turli shakllarning elementlarini birlashtirgan gibrid yondashuvni qo'llaydilar. Muhimi, tanlangan shakl tashkilotga o'z maqsadlariga erishishga va raqobatbardoshligini saqlab qolishga yordam berishi kerak. Bu borada natijalar shuni ko'rsatadiki, korxonalar strategik boshqarishning barcha uchta usulidan foydalanadilar. Ammo, ular reaktiv strategik boshqarish rejimiga ko'proq ishonadilar. Strategik boshqarishning eng kam ish bilan ta'minlangan rejimi asosiy boshqaruv rejimi bo'lishi mumkin edi. Bu esa shuni anglatadiki, rasmiy strategik boshqaruv kichik firmalarning ishlashi uchun yetarli bo'lmaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Kızıloglu M., Serinkan C. Perception of Strategical Management in Textile Sector. // Procedia - Social and Behavioral Sciences, Volume 207, 20 October 2015. - pp. 306-314.
2. Komal S., Sameh M.Saad. Supply Chain Management Strategies Approach for the UK Textile Industry. // 5th International Conference on Industry 4.0 and Smart Manufacturing, Procedia Computer Science, 232 (2024). - pp. 117-127.
3. Ёдгорова Ш.Х. Тўқимачилик саноати корхоналарининг молиявий ресурсларини бошқариш механизмини такомиллаштириш. // Иқтисод ва молия, 2022, 11(159). - 28 b.
4. Fabian Takacs, Dunia Brunner, Karolin Frankenberger. Barriers to a circular economy in small- and medium-sized enterprises and their integration in a sustainable strategic management framework. // Journal of Cleaner Production, 362 (2022), 132227.
5. https://alterainstitute.com/blog/characteristics-of-strategic-management/