

KORXONA MARKETING STRATEGIYALARINING BOSHQARUVGA TA'SIRI

Ahmedov Sheramat Umurxo'jayevich

Qarshi davlat texnika universiteti katta o'qituvchisi axmedovsheramat@gmail.com

Abdixalilova Marjona Abdixomid qizi

Qarshi davlat texnika universiteti Iqtisodiyot yo'nalishi 4-bosqich talabasi

abduxalilovam26@gmail.com

Annotatsiya: maskur maqola korxona faoliyatning ichiki va tashqi faoliyatida muhim ro'l o'ynaydigan korxonaning marketing strategiyalarining samarali boshqaruvga qaratilgan. O'zbekiston iqtisodiyotining zamonaviy o'tish bosqichi korxona faoliyatining rivojlanishi va turli xil mulkchilik shakllariga o'tish bilan tavsiflanadi. Bu o'z navbatida samarali boshqarishning zarurligini ifoda etadi. Strategik boshqarish o'z navbatida ishlab chiqariladigan mahsulot raqobatbardoshligini va buning natijasida iqtisodiyotning raqobatbardoshligini ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etadi. Korxona muhitida tashkilotni maqsad sari yo'naltirish, menejrlarning strategik rejalarini va vazifalarini amalga oshirish, talangan strategiyani hayotga tatbiq etish kabi faoliyatlarni bajarishga to'g'ri keladi.

Kalit so'zlar: Strategiya, korxona, operativ boshqaruv, menejrlar, marketing, moliyaviy faoliyat, muvaffaqiyatli faoliyat, boshqaruv xodimlari, menejmet strategiyalar, pravard, Pirs va Robinson strategiya, operativ boshqaruv, moliyaviy ko'rsatkichlar, mamlakat rivojidagi ro'li

Strategiya korxonaning muvaffaqiyatini ta'minlash uchun boshqaruv xodimlari foydalanadigan ko'rsatkichlar va faoliyat turing kiyingi bosqichlardan iborat. Rahbariyat korxona biznesini qanday boshqarishni bilish uchun hamda ko'p omilli muhitda muqobil yo'nalishlardan birini to'g'ri tanlash uchun strategiyani yaratadilar. Rahbariyat foydalanishga qaror qilgan strategiya mavjud biznes o'ralishlaridan biri va biznesni yuritishni muayyan usuli tanlanganligini ko'rsatadi. Korxona moliyaviy va strategik maqsadlarni alohida belgilashi kerak.

Moliyaviy maqsadlarning mavjud emasligi, moliyaviy resurslarni yuqori tavakkalchilik bilan sarflanishiga sabab bo'ladi. Natijada korxonaning o'sishi va raqobatbardoshligi pasayadi. Ammo bu jarayonni samarasiz sarflanmasligini taminlovchi asosiy resurs bo'lib bizga strategiyalar yordamga keladi. Korxonaning ma'lum bir maqsadga erish uchun qo'yilgan qadamlarga yetgizib boruvchi yo'lni korxona strategiyasi deb aytaymiz bu jarayon qachon muvaffaqiyatli amalga oshadi bu strategiyalarning har bir bosqichi monitoring qilinsagina oddiyroq qiladigan bo'lsak strategiyaning boshqaruvni samaradorligini yahlitilishini taminlashdir.

Strategiya - bu faoliyat turlarining ma'lum dastasini nazarda tutuvchi noyob vaqulay mavni yaratishdir. Strategik mavqeni egallashning mazmuni raqobatchilardan ustun bo'lgan faoliyat turlari dastasini yaratishdan iborat. Strategiyani yaratish asosiy boshqaruv muammosini ko'taradi ya'ni, korxonaning hozirgi va kelajak imkoniyatlarini hisobga olib, kerakli natijalarga qanday erishish mumkinligini ko'rsatadi. «Strategik boshqaruv» termini yuqori darajadagi boshqaruvni ishlab chiqarish darajasidagi joriy boshqaruvdan fargini aks

ettirish uchun 60-70 yillarda muomalaga kiritilgan. Operativ boshqaruvdan strategik boshqaruvga o'tishning moxiyatini aks ettiruvchi asosiy g'oya sifatida yuqori raxbariyat diggat markazini atrot muhitdagi o'garishlarga muvofiq tarzda va o'z vagtida ta'sir ko'rsatish uchun tashqi muhitga o'tkazish zaruriyati sifatidagi g'oya bo'ldi. Strategik boshqaruv nazariyasining nufuzli ishlab chiqaruvchilari tomonidan taklif etilgan bir qancha ta'riflarni ko'rib chigaylik. Shendel va Xatten uni «tashkilotni uning atrofidagi muhit bilan aloqani aniqlash va o'rantish jarayoni» sifatida tushunganlar. Ushbu jarayon tanlangan maqsadlarni amalga oshirish va resurslarni taqsimlash vositasida atrof muhit bilan kungildagiday o'zaro munosabatlar xolatiga erishish xarakatlaridan iborat. Xichchens bo'yicha «strategik boshqaruv - bu tashkilotni uning atrof muhiti bilan o'zaro ta' sirini boshgarish vositasida tashkilot vazifalarini amalga oshirish magsadidagi boshgarish jarayoni: Pirs va Robinson strategik boshgaruvni «tashkilot maqsadiga erishish uchun ishlab chiqilgan strategiyalarni shakllantirish va bajarish bo'yicha qarorlar va harakatlar to'plami» sifatida aniqlaydilar. Strategik boshqaruvning u yoki bu aspektlari va xususiyatlariga ko'proq e'tibor beruvchi bir gator ta'riflar bor. Demak, strategik boshqaruvni tashkilotning asosi sifatida inson potentialiga suyanuvchi, ishlab chiqarish faoliyatini iste'molchilar talablariga yo'naltiruvchi, tashkilotda egiluvchan boshqaruv va o'z vagtida o'zgarishlarni amalga oshiruvchi boshgaruv sifatida aniglash mumkin. Strategik boshqaruv murakkablashib borayotgan muvaffaqiyaga erishishning eng muhim omili bo'lishiga raqobat Kurashida qaramay tashkilot harakatlarida strategiyaning yo'qligini kuzatish mumkin. Strategik boshqaruvning yo'qligi quyidagi ikki shaklda namoyon bo'ldi. Birinchidan, tashkilotlar o'z faoliyatini atrof muhit umuman o'zgarmaydi yoki unda katta o'zgarishlar bo'lmaydi degan taxmindan kelib chiqqan xolda rejalashtiradilar. Nostrategik boshqaruvda ham hozirda, ham kelajakda aniq harakatlar rejasi tuziladi. Nimaki va qachon qilishni o'z ichiga olgan uzoq muddatli rejalarni tuzish va dastlabki davrda kelgusi yillar uchun yechim izlash, «ko'p uzoq yillarga» sotib olish bularning barchasi nostrategik boshqaruvning belgilaridir. Uzoq muddatli istigbolni qurish-boshqaruvning juda muhim tarkibiy kismidir. Strategik boshqaruv xolatida tashkilot atrof muhit va tashkilot hayotining sharoitlari o'zgarishidan kelib chiqqan holda kelajakda ko'zda tutish magsadlarga erishish uchun har bir hozirgi lahzada u aynan hozirgi paytda nima strategic boshqaruvda kelajakdan turib hozirgi paytga nazar tashlanadi. Tashkilotga ma'lum kelajakni ta'minlovchi hozirgi davrdagi tashkilot harakatlari aniglanadi va amalga oshiriladi. Bunda strategik boshgaruv uchun shu narsa ham xarakterliki, nafaqat kelajakda korxonaning ko'zda tutilgan xolati qayd gilinadi, balki shu ham strategik boshqaruvning eng muhim vazifalaridan hisoblanadi, ko'zda tutilgan maqsadlarga erishish imkoniyatini beruvchi atrofda o'zgarishlarga aks ta'sir ko'rsatish gobiliyati ishlab chiqiladi.

Ikkinchidan, nostrategik boshgaruvda xarakat dasturini ishlab chigish tashkilotning ichki imkoniyatlari va resurslari tahlilidan boshlanadi. Bunday yondashuvda tashkilot faqat qanday miqdorda mahsulot ishlab chiqarish va bunda qancha harakat gilishnigina aniglashi mumkin. Ishlab chiqarish hajmi va xarajatlar miqdori firma tomonidan yaratilgan javob bera olmaydi, qanday miqdorda va narxdamahsulot sotib olinishini bozor aniqlaydi. Yaqqol afzalliklar bilan bir gatorda strategik boshqaruv undan foydalanish bo'yicha kamchilik va cheklovlarga ega va bular ushbu boshqaruv turi boshqa turlar singari har qanday vazifa va

masalalarni hal qilishda har qanday xolatda qullashning universalligiga ega emasligini ko'rsatadi.

Birinchidan, strategik boshqaruv o'z mohiyatidan kelib chiqqan holda kelajakning aniq va batafsil sur'ati, ifodasini bera olmaydi. Strategik boshqaruvda shakllanuvchi tashkilotning kelajakdagi istalgan holati - bu uning ichki va tashqi xolatining batafsil tasviri emas balki kelajakda korxona qanday holatda qalishiga, bozor va biznesda qanday pozitsiyani egallashga, g'aybi ishbilarmonlik guruhlariga kirishiga va h.k. sifatli istakdir. Bularning barchasini majmui kelajakda ragobat kurashida tashkilot yutib chiqadimi yoki yo'qmi?

Shuni aniqlab berish lozim. Ikkinchidan, strategik boshqaruv protsedura va chizmalar yig'indisidan iborat bo'lishi mumkin emas. Unda ma'lum masalalarni hal qilishda yoki aniq vaziyatlarda nima va qanday qilish lozimligini ko'rsatuvchi nazariya yo'q. Strategik boshqaruv - bu ko'proq biznes va menejmentning ma'lum falsafasi yoki mafkurasidir. Har bir menejer tomonidan u ma'lum ma'noda o'zgacha tushuniladi va amalga oshiriladi. Albatta, muammolarni tahlil qilish va strategiyani tanlash, shuningdek strategik rejalashtirishni amalga oshirish va strategiyaning amaliy realizatsiyasining bir qator tavsiyalari, qoidalari va mantiqiy chizmalari mavjud. Lekin umuman olganda, strategik boshqaruv - bu strategik maqsadlarga tashkilotni yetkazishda yuqori raxbariyat intuitsiyasi va san'atining simbiozi, xizmatchilarning yuqori malakasi va ijodi va nihoyat, barcha xodimlarning tashkilot vazifalarini amalga oshirishga, maqsadlariga erishishning eng yaxshi yo'llarini izlashga aktiv kirishidir.

Uchinchidan, tashkilotda strategik boshqaruv jarayonining amalga oshirilishi boshlanishi uchun vaqt va resurslarni katta xarajati talab qilinadi. Strategik rejalashtirishni yaratish va amalga oshirish zarur. Shuningdek, atrofni kuzatuvchi va tashkilotni muhitga kirituvchi xizmatlarni yaratish zarur. Marketing, jamoa munosabatlari bo'yicha xizmatlar va h.k. katta ahamiyatga ega bo'ladi va katta miqdorda qo'shimcha xarajatlarni talab qiladi.

To'rtinchidan, strategik oldindan ko'ra bilish xatolarining salbiy oqibatlari keskin kuchayadi. Qisqa muddatda umuman yangi mahsulotlar yaratilganda, qisqa davrda qo'yilmalarning yo'nalishi keskin o'zgarganda, kutilmaganda biznes uchun yangi imkoniyatlar vujudga kelganda va uzoq yillar davomida mavjud bo'lgan imkoniyatlar ko'z oldidan yo'qolganda, noto'g'ri oldindan ko'ra bilish va strategik tanlovning xatoliklari uchun haq ko'pincha tashkilotga qimmatga tushadi. Ayniqsa, faoliyat yuritishning noalternativ yo'lini prognoz oqibatlari yomon bo'ladi. Beshinchidan, strategik boshqaruvni amalga oshirishda asosiy e'tibor strategik rejalashtirishga beriladi. Aslida esa strategik boshqaruvning asosiy tarkibiy qismi bo'lib strategik rejani amalga oshirish hisoblanadi. Bu birinchi navbatda strategiyani realizatsiya qilish imkoniyatini beruvchi tashkiliy madaniyatni yaratish, motivlashtirish va mehnatni tashkil etish tizimlarini yaratish, tashkilotda ma'lum egiluvchanlikni yaratishni va h.k.ni ko'zda tutadi. Bunda strategik boshqaruvda bajarish jarayoni rejalashtirishga aktiv teskari ta'sir ko'rsatadi, bu esa bajarish bosqichining ahamiyatini yanada oshiradi. Shuning uchun agar tashkilotda strategik rejalashtirish podsystemasi yaratilgan bo'lsa va shu bilan birga strategik bajarish podsystemasini yaratish uchun imkoniyatlar bo'lmasa, u strategik boshqaruvga o'ta olmaydi. Strategiya umumiy tarzda firmaning mavqeini mustahkamlash, iste'molchilarning talablarini qondirish va

qo'yilgan maqsadlarga erishishga qaratilgan boshqarish rejasi sanaladi. Aniq strategiyani tanlash rivojlanishning mumkin bo'lgan turli yo'llari va usullari ichidan eng maqbulini tanlab olish demakdir. Firmani boshqarish rejasi o'z ichiga quyidagi asosiy funktsiya va bo'linmalarni oladi: ta'minot, ishlab chiqarish, moliya, marketing, xodimlar, ilmiy tadqiqotlar va ishlanmalar. Strategiya tanlash bu biznes yechimlari va raqobatga bardoshlilik harakatlarini yagona tizimga bo'lashni anglatadi. Strategiyani ishlab chiqish menejerlarning asosiy funktsiyalaridan biridir. Ba'zi menejerlar kuchli strategiya ishlab chigadilar, biroq uni hayotga tadbiq eta olmaydilar.

Boshqa menejerlar o'rtacha strategiya ishlab chigadilar va uni mohirona amalga oshiradilar ham. Strategiya qanchalik yaxshi o'ylangan va mohirona amalga oshirilgan bo'lsa, kompaniyaning mavqei shunchalik kuchayadi.

Shuni ham takidlash joyizkiy korxona terategiyasi taklif qilingan startiyalardan optimal yechimni tanlash bu menejerning qanchalik mahoratli ekanligini ko'rtadi shunindek bu jarayoni boshqarish ham muhim kasb etadi agar maqbul uzoq muddli stratigiya tuzilsayu ammo uni shoshqaruvini nazort qilinmasa bu jarayon ko'zlangan natijani bermasligi ehtimol mavjud yoki bo'lmasam kichik muddatli maqsadli stratigiyalari mos tanlanmagan bo'lsayu ammo boshqaruv tizimini nazorati kuchli amalga oshirilsa amo bu korxonaning uzoq muddali stratigiyasiga ahmiyat kasb etmasa bu ham noto'ri boshqaruv bo'ladi shu sababli boshqarish yaxshi tashkil etilgan kompaniyalar ham kutilmagan noxush vaziyatlarga duch keladi Pirovard natijada yaxshi strategiya bozorda kuchli mavgeni egallash, kutilmagan holatlar, kuchli ragobat va ichki muammolarga qaramay, muvaffaqiyatli ishlashga zamin yaratadi. Strategik boshqaruv jarayonida korxona va tashkilotda faoliyat olib borayotgan menejerning vazifasi quyidagilarni aniglashdan iborat:

- biz qayerdamiz? – qayoqqa ketyapmiz?
- faoliyatimizning maqsadi nimadan iborat?
- maqsadga erishish yo'llari qanaga?
- optimal yo'lni tanlash mezonlari nimalardan iborat?
- pirovard natija qanday bo'lishi kerak?

Bu savollariga javob topish kelgusi boshqaruv tsikllarida foydalanish, maqsad va natijalarni aniqlash uchun o'ta muhim. Strategik menejment kompaniyaning uzoq muddatli maqsadlar va faoliyatiga ta'alluqli. Aytish mumkinki, strategiyani (harakatlar tarzini) va uning aniq vositalarini ifodalash boshqaruv negizini tashkil qiladi va kompaniyada menejmentni yaxshi yo'lga qo'yilganligini ko'rsatuvchi eng to'g'ri belgi bo'lib xizmat qiladi. Strategik menejment kompaniyaning uzoq muddatli maqsadlar va faoliyatiga ta'alluqli. A

ytish mumkinki, strategiyani (harakatlar tarzini) va uning aniq vositalarini ifodalash boshqaruv negizini tashkil qiladi va kompaniyada menejmentni yaxshi yo'lga qo'yilganligini ko'rsatuvchi eng to'g'ri belgi bo'lib xizmat qiladi/ Strategik boshqarish tizimi bir qarashda murakkab jarayon bo'lib, u korxona va tashkilot rahbaridan, menejerlardan kuchli mahorat hamda ehtiyotkorlikni talab qiladi.

Rahbarlar korxona va tashkilotning kelajagini ko'ra olishi va unga mos strategiyani ishlab chiqishlari lozim bo'ladi. Bu juda murakkab va mas'uliyatli tizim hisoblanadi. Bunda

ularga yuqori pog'ona menejerlari, ya'ni top menejerlarning yordami kerak bo'ladi. Top menejerlar kuchli analitik hamda rejalashtiruvchi mutaxassislar hisoblanadi.

Xulosa

Mamlakat iqtisodiy agetlaning faoliyatni jadalashtirish va xalqaro va mamlakat doirasida mavqiyini ko'taarish uchun xizmat qiladigan asosiy resusr bilib qizmat qiladi bu marketing startigiyasi boshqaruvi hisoblaladi.

Tarmoqning u yoki bu sohasida namoyon bo'lishadi bu faoliyat doirasida uzoq vaqt faoliyat turtish uchun moffqiyatli iqtisodiy strategiyalar asosida boshqaruvni amalga oshiqa olish kerak menejer va marketolik qachonlik ularto'g'ri optimal yechimdan foydalana olarkan bu tarmoqni rivoj uchun xizmat qiladi bu esa mahsulotlar va xizmatni rqabotbardoshligini naminlaydi va xalqaro maydonga kirib borishmiz uchun imkon yaratadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

©

2023

ilmiybaza.uz

<https://iqtisodiyot.tsue.uz/journal/index.php/iit/article/download/649/685/721>