

ТЎҚИМАЧИЛИК САНОАТИ КОРХОНАЛАРИНИНГ СТРАТЕГИК РАҚОБАТ
АФЗАЛЛИКЛАРИНИ БАҲОЛАШ

*Гиязова Нозима Баязовна -
Бухоро давлат университети «Иқтисодиёт»
кафедраси катта ўқитувчиси*

Аннотация. Мақолада стратегик рақобатбардош устунликларнинг замонавий саноат корхонасининг барқарор ривожланишига таъсири диагностикаси услубини ишлаб чиқиш орқали баҳолаш масаласи ўрганилган.

Калит сўзлар: стратегия, рақобатда устунлик, ривожланиш стратегияси, диагностика, услуб.

ОЦЕНКА СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИЯТИЙ
ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

*Гиязова Нозима Баязовна -
Старший преподаватель кафедры экономики
Бухарского государственного университета*

Аннотация. В статье исследуется проблема оценки влияния стратегических конкурентных преимуществ на устойчивое развитие современного промышленного предприятия путем разработки метода диагностики.

Ключевые слова: стратегия, конкурентное преимущество, стратегия развития, диагностика, метод.

ASSESSMENT OF STRATEGIC COMPETITIVE ADVANTAGES OF
TEXTILE INDUSTRY ENTERPRISES

*Giyazova Nozima Bayazovna -
Senior Lecturer, Department of Economics, Bukhara State University*

Annotation. The article examines the issue of assessing the impact of strategic competitive advantages on the sustainable development of a modern industrial enterprise by developing a diagnostic method.

Keywords: strategy, competitive advantage, development strategy, diagnostics, method.

Кириш. Бугунги кунда барча саноат корхоналари кучли рақобат шароитида фаолият олиб бормоқда. Саноат корхоналарининг ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш биринчи навбатда рақобатда устунликка эришиши орқали эришилади. Ўзбекистонда пахта хомашёсини чуқур қайта ишлаш асосида юқори кўшилган қийматли экспортбоп тайёр маҳсулот турларини ишлаб чиқариш ҳажмини ошириш зарурати ортиб бормоқда. Шу боисдан 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясида “таркибий ўзгартиришларни чуқурлаштириш, миллий иқтисодиётнинг етакчи тармоқларини модернизация ва диверсификация қилиш ҳисобига унинг рақобатбардошлигини ошириш” бўйича муҳим вазифалар белгилаб берилган [1].

Бу каби улкан вазифаларнинг муваффақиятли бажарилиши республикамиз иқтисодиётининг етакчи тармоқларидан бири саналган тўқимачилик саноати корхоналарида стратегик рақобатбардош устунликларнинг корхона барқарор ривожланишига таъсири диагностикасини ишлаб чиқишга боғлиқ бўлиб, бу эса ушбу тадқиқот иши мавзуси долзарблигини белгилаб беради.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили. Бугунги кунда рақобатбардошлик тушунчасининг ягона таърифи йўқ, шунингдек, рақобатбардошликни баҳолашни шакллантирувчи умумий усуллар ва ёндашувлар мавжуд эмас. Омиллар ва таърифлар тадқиқот мавзусига, масалан, компания ёки маҳсулотга (хизматга) боғлиқдир, холос.

«Рус тилининг изоҳли луғати» да Ожегова С.И. рақобатбардошлик рақобатчиларга қаршилик кўрсатиш қобилияти сифатида тавсифланади[2]. Бу таъриф индивидуал маҳсулот ёки хизмат учун қўлланилиши мумкин эмас. Бошқа томондан, М.И. Кныш[3] ва В.П. Грошев[4] рақобатбардошликни маҳсулот ёки хизматнинг жозибдорлиги даражаси деб ҳисоблаган. Грошев маҳсулотнинг бутун ҳаётий даври давомида жамланадиган харажатларни асос қилиб олади. Бу усулнинг камчилиги шундаки, бошқа бозорда ва бошқа вақтда бу кўрсаткични ўхшаш маҳсулот кўрсаткичи билан таққослаб бўлмайди. Ушбу камчилик О.Д.Андреева[5] ва А.И.Кредитсовнинг [6] таърифида такрорланади, улар турли бозорларга ижтимоий эҳтиёж даражасининг бу-тунлай бошқача эканлигини ҳисобга олмайди-лар.

Рақобатбардошлик тушунчаси кўпинча рақобат устунликлари тушунчаси билан боғлиқ. Ушбу ўхшашлик мавжуд бўлишга сабаб шундаки, чунки рақобатбардошлик рақобатчилардан тижорат мақсадларига эришишда устунлик қилиш қобилияти сифатида талқин этилади. Рақобатбардошлик-рақобат устунликларининг мавжудлигини ушловчи натижадир.

Айни пайтда рақобат иқтисодиётнинг ҳаракатлантирувчи кучи ҳисобланади, шунинг учун ишлаб чиқарувчилар маҳсулот сифатини яхшилаш, нарх ва харажатларни камайтириш ва хизмат кўрсатиш сифатини оширишнинг янги йўллари доимий равишда излайдилар. Корхона ёки фирманинг муваффақияти кўп жиҳатдан товар ва хизматларга бўлган талаб билан белгиланади.

Корхонанинг рақобат устунликларини баҳолаш муаммоси мураккаб ва машақатли жараён дир, чунки рақобатбардошликнинг ўзи кўпгина омиллардан иборат. Бу баҳо бир қатор ишлаб чиқаришни бошқариш фаолиятини амалга ошириш учун зарур дир.

Рақобатбардошлик - бу субъектнинг ўз хоши билан рақобатга бардош бера олиш қобилиятини, рақобат ҳаракатларини бажара олиш қобилиятини ва бошқаларни кўрсатувчи хусусияти дир [7].

Рақобат устунлиги - бу иқтисодий объектнинг ўзига хос хусусиятлари ва қобилиятлари бўлиб, у фирманинг бевосита рақобатчиларидан маълум устунлигини яратади [8].

Рақобат устунлиги - фаолиятнинг турли соҳаларида рақобатчилардан устунлик берувчи мутлақ қийматга эга бўлган тизим [9].

Бу икки таърифни таҳлил қилиб шуни айтиш мумкинки, калит - бу рақобатчилардан устунликни берувчи объект (маҳсулот ёки бренд)нинг ўзига хос хусусиятларидир.

Бу хусусиятлар фокуслаштирилган ресурслари жиҳатидан ҳам, билим жиҳатидан ҳам нуха кўчириш учун юққори меҳнат сарфини талаб этади.

«Рақобат устунлиги» ва «рақобатдошлик» тушунчалари қўлланиладиган объектга қараб турли маъно ва хусусиятларга эга.

Бу тушунчаларни ўрганишда иерархик тизим, жумладан, маҳсулотлар, фирмалар, тармоқлар ва иқтисодиётларни ўхшаш рақобатлашувчи объектлардан устунлиги нуқтаи назардан баҳолаш бир-биридан фарқланади.

Тадқиқот методологияси. Илмий-тадқиқот методологияси бўлиб диалектика услуби ҳисобланади ва тадқиқот жараёнида танлаб кузатиш, таққослаш, тизимлаштириш каби усуллардан фойдаланилди.

Таҳлил ва натижалар. Тўқимачилик саноати корхоналари рақобатда устунликларини таъминлаш бугунги кунда муҳим масалалардан

бири саналади. Шунинг учун, аввало, саноат корхоналарининг рақобатда устунликларини баҳолаш талаб этиладики, ушбу жараёни диангостика қилиш талаб этилади.

Республикамиз тўқимачилик саноат корхоналари иқтисодий ҳолати таҳлили натижалари шуни кўрсатадики, барқарор ривожланишни таъминлаш учун рақобатбардош устунликларга эга бўлиш ва уларни доимий равишда ривожлантириш зарур. Шу боисдан, барқарор ривожланиш омиллари ҳамда имкониятларини излаб топиш учун, бизнингча, чуқурроқ тарзда самарали усулларни қўллаган ҳолда кенг қамровли диагностикани амалга ошириш талаб этилади. Шунинг учун биз томондан тўқимачилик саноати корхоналари ишлаб чиқариш хусусиятларидан келиб чиққан ҳолда уларнинг барқарор ривожланиш даражасини диагностика қилиш услубини ишлаб чиқдик. Ушбу услубга асосан, тўқимачилик корхоналари барқарор риволаниш даражаси диагностикаси қуйидаги босқичларни ўз ичига олади:

Биринчи босқич «Саноат корхонасининг барқарор ривожланиш даражаси диагностикаси» қуйидаги вазифаларни ҳал этишни ўз ичига олади:

саноат корхоналари ривожланишининг барқарорлик даражаларининг таърифи ва хусусиятлари иқтисодий адабиётларнинг мантиқий таҳлили асосида аниқланади;

саноат корхонаси барқарор ривожланишининг таркибий қисмларини аниқлаш саноат корхонаси барқарорлигини баҳолаш соҳасида жаҳон назарияси ва амалиётини таҳлил қилиш асосида аниқланади;

корхонанинг барқарор ривожланиш таркибий қисмларини тавсифловчи кўрсаткичларни танлаш;

диагностика учун эмпирик асосни танлаш; ишончли манбалардан кўрсаткичларни йиғиш ва уларни бирламчи қайта ишлаш;

сўров ўтказилаётган корхонанинг барқарор ривожланиш таркибий қисмлари учун жамлама ва интеграл кўрсаткичларини ҳисоблаш;

олинган натижаларни талқин қилиш;

сўров ўтказилаётган корхоналарнинг барқарор ривожланишини белгиловчи асосий таркибий қисмларни аниқлаш.

«Саноат корхонасининг мавжуд рақобатбардош устунликларини аниқлаш ва баҳолаш» *иккинчи босқичи* қуйидагиларни назарда тутати: саноат корхоналарининг рақобатбардош устунликларини аниқлаш ва таснифлаш;

корхонанинг рақобатбардош устунликларининг барқарор ривожланиш даражасига таъсирининг асосий моделини ишлаб чиқиш;

соҳанинг хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда, корхонанинг стратегик рақобатбардош

устунликларининг барқарор ривожланиш даражасига таъсири моделини ишлаб чиқиш;

саноат корхонасининг барқарор ривожланишига таъсир кўрсатадиган стратегик рақобатбардош устунликларини аниқлаш;

корхонанинг стратегик рақобатбардош устунликларини тавсифловчи йиғма интеграл коэффициентни ҳисоблаш формуласини ва стратегик рақобатбардош устунликларнинг аҳамиятини баҳолаш шкаласини ишлаб чиқиш;

саноат корхоналарининг рақобатбардош устунликларини миқдорий баҳолаш.

Учинчи босқичда «Стратегик рақобатбардош устунликларнинг саноат корхонасининг барқарор ривожланишига таъсирини баҳолаш» куйидагиларни назарда тутати:

стратегик рақобатбардош устунликларнинг корхонанинг барқарор ривожланиш хусусиятига таъсирини тавсифловчи график тузиш; хулосаларни шакллантириш;

замонавий саноат корхоналарининг барқарор ривожланишини ва кейинги босқичга ўтиш имкониятини таъминлайдиган зарур стратегик рақобатдош устунликларни яратишнинг асосий йўналишларини аниқлаш;

стратегик рақобатбардош устунликларни ривожлантириш учун мотивация механизми ва бошқарув воситаларини шакллантириш.

Услугиятни синовдан ўтказиш учун эмпирик асос сифатида Тошкент шаҳри ва Бухоро вилоятининг ҳудудий тармоқ корхоналарини танладик, яъни:

1. «BUXORO ZARHAL TEKS» МЧЖ;
2. «KAMALAK SHABNAM TEKS» МЧЖ;
3. «TEXTILES SPEKTRUM KOLORS» қўшма корхонаси;
4. «BETLIS TEKSTIL» МЧЖ;
5. «FULL COTTON» МЧЖ.

Куйидаги ҳолатлар корхоналарни танлашни аниқлаб берди:

биринчи гуруҳ корхоналари бир ҳудудда жойлашганлиги. Шу муносабат билан «Ўзтўқимачиликсаноат» уюшмасининг таркибига кирувчи танланган корхоналари учун ҳудудий даражадаги стратегик рақобат афзалликлари бир хил;

мавжуд ва янги корхоналарни вакиллик қилиш барқарор ривожланишни таъминлаш шартларини таққослаш учун зарурдир. Биринчи ҳолда, стратегик рақобат афзалликлари орасида устуворлик саноат хусусиятлари билан белгиланганларга берилади, иккинчи ҳолда «Рақобатчилар билан табақалашув» ва «Янги имкониятлар» гуруҳларидан стратегик рақобат устунликларини шакллантиришга дарҳол эътибор берилади, чунки, улардан бозор муносабатларини тўқимачилик тармоғига киритиш, иккинчидан, ягона миллий пахта-тўқимачилик кластери тизимини ривожлантириш учун инновацион сценарийни амалга ошириш учун фойдаланиш мумкин.

Хусусий ва интеграл коэффициентларни ҳисоблаш учун зарур бўлган маълумотлар ўрганилаётган тўқимачилик корхоналар томонидан эксперт ишининг таркибий қисми сифатида тақдим этилди.

Барқарор ривожланиш даражасини аниқлашда ушбу корхоналарнинг 2018-2020 йиллардаги ҳисобот материалларидан фойдаланилди

Тадқиқот жараёнида тўқимачилик корхоналарининг стратегик рақобат афзалликларини тавсифловчи барқарор ривожланиш даражаси ва коэффициентлари миқдорини ҳисоблаш учун анкета сўров амалга оширилди. Натижаларга қайта ишлов бериш асосида сўровда қатнашган тўқимачилик корхоналарининг стратегик рақобат афзалликларини тавсифловчи барқарор ривожланиш даражаси ва коэффициентларни баҳоланди ва натижалар 1-жадвалда келтирилган.

1-жадвал

Сўровда қатнашган тўқимачилик саноати корхоналарининг стратегик рақобат афзалликларини тавсифловчи барқарор ривожланиш даражаси ва коэффициентлари миқдори

Корхоналар номланиши	Х қиймати	У қиймати	Барқарорлик даражаси
«BUXORO ZARHAL TEKS» МЧЖ	0,13	0,16	нормал барқарор ривожланиш
«KAMALAK SHABNAM TEKS» МЧЖ	0,30	0,42	критик ҳолат
«TEXTILES SPEKTRUM KOLORS» қўшма корхонаси	0,26	0,36	критик ҳолат
«BETLIS TEKSTIL» МЧЖ	0,34	0,48	нормал барқарор ривожланиш
«FULL COTTON» МЧЖ	0,29	0,41	нормал барқарор ривожланиш
«BUXORO ZARHAL TEKS» МЧЖ	0,13	0,16	нормал барқарор ривожланиш

Манба: Муаллиф ишланмаси.

Ривожланишнинг энг юқори даражаси «BETLIS TEKSTIL» МЧЖ учун хосдир, улар янги имкониятлар гуруҳидан тўқимачилик маҳсулотлари истеъмолчиларининг жорий ва келажакдаги эҳтиёжларини қондириш, самарали стан-

дартларни белгилаш фаолияти, инновацион лойиҳаларни ишлаб чиқиш ва самарали ташкилий тузилма ва бошқарув аппарати эгадирлар. Бу стратегик рақобат афзалликлари танланган ривожланиш стратегиясини самарали амалга оши-

риш ва қўйилган мақсадни амалга оширишни таъминлайди.

Хулоса ва таклифлар. Амалда мавжуд вазиятни таҳлил қилиш натижалари асосида тўқимачилик корхоналарида стратегик рақобат устунликларини ривожлантиришнинг асосий йўналишлари қуйидагиларни ўз ичига олиши керак:

тўқимачилик маҳсулотлари истеъмолчиларининг келажак эҳтиёжларини олдиндан англай билиш;

қулай институционал муҳитни яратиш;
инновация фаолиятини фаоллаштириш;
маркетинг фаолиятини фаоллаштириш;
етарлича жавоб бера оладиган бошқарув

tizими самарадорлигини ошириш;

омиллар ва меҳнат шароитларининг тез ўзгаришига ўз вақтида муносиб жавоб бера оладиган бошқарув тизими самарадорлигини ошириш;

кенг миқёсда барча соҳаларда рақамлаштириш технологиясидан самарали фойдаланиш.

Стратегик рақобат устунликлари таъсирини диагностикалаш учун таклиф этилаётган усулнинг афзалликлари қуйидагилар саналади:

1) хабардорлик (комплекслилик ва кўп ўлчамлилик, шу жумладан, ички ва ташқи муҳитнинг кўплаб омиллари, стратегик рақобат устунликларининг аксарияти);

2) мавжудлик (жамоатчилик учун эркин мавжуд корхона ҳисоботлардан фойдаланиш);

3) мослашувчанлик (хусусий кўрсаткичлар тўпламидан олинган умумий ва интеграл кўрсаткичлардан фойдаланиш);

4) кўп қирралик (турли саноат йўналишида);

5) муаммолар ҳақида эрта хабар беришлик (баҳолаш пайтида муаммоли йўналишлар ўчоғини аниқлаш имконини беради);

6) ривожланиш динамикасини аниқлаш имконини беради.

Манба ва фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли "2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида"ги фармони / www.lex.uz.

2. Ожегов С.И., Шведкова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: – М.: Азбуковник, 2016. – 944 с.

3. Кныш М.И. Конкурентные стратегии: учеб. Пособие – СПб: изд. СПбГУ экономики и финансов, 2010. – 284 с.

4. Краткий словарь менеджера / Под ред. В.П.Грошева. – М.: Союз менеджеров СССР: Гл. ред. междунар. журн. «Пробл. теории и практики управления», 2014. – 156 с.

5. Андреева О.Д. Технология бизнеса: маркетинг. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 224с.

6. Маркетинг / Под ред. Кредисова А.И. – К.: Украина, 2015. – 399 с.

7. Коваленко А.И. Теоретические и методологические аспекты использования концепции «конкурентоспособности» в научных исследованиях // Современная конкуренция. – 2016. – № 6 (42) – с. 277

8. Ламбен Ж. Ж. Стратегический маркетинг / Ж. Ж. Ламбен. – СПб.: Наука, 2011. – 368 с.

9. Мазилкина Е.И. Управление конкурентоспособность: учеб. пособие/Е.И.Мазилкина, Г.Г.Паничкина. – М: Омега-Л, 2007. - 325 с.