

BIZNES MUAMMOLARI VA STRATEGIYALARI

Abdullayeva Nigora Rustamovna

*Farg'ona viloyati Quva tuman kasb-hunar maktabining
biznes asoslari fani o'qituvchisi*

Annotatsiya: Mazkur maqolada biznes tushunchasi, unda boshqaruv strukturasi, kutiladigan muammolar va e'tiborga olish lozim bo'lgan strategiyalar borasida so'z yuritiladi va tahlil etiladi.

Kalit so'zlar: Tadbirkorlik, biznes, muammo, strategiya.

Jadallik bilan rivojlanib borayotgan O'zbekiston o'z mustaqil taraqqiyotining sifat jihatidan yangi bosqichiga qadam qo'ydi. Bu yo'lda u jahonning ko'plab mamlakatlari va yirik xalqaro tashkilotlar bilan turli sohalarda samarali hamkorlik qilib kelmoqda. Xususan, xorijiy davlatlar bilan do'stona hamda o'zaro manfaatli munosabatlarni rivojlantirish borasida muhim natijalarga erishilyapti.

Aytish mumkinki, davlatimiz rahbari bugungi kunda nafaqat O'zbekiston, balki Markaziy Osiyoning farovonligi uchun jon kuydirayotgan, mintaqani sanoati rivojlangan, obod va dunyo bilan keng integratsiyalashgan hududga aylantirish orzusi bilan yashab, shunga monand mehnat qilayotgan yetakchi sifatida namoyon bo'lmoqda.

Yangi davr biznesida biznes strategiyasi o'ta muhim masala hisoblanadi. Biznes strategiyasi - kompaniya faoliyatidagi o'ta muhim yo'nalishlardan biridir. Strategik qarorlar korxonalar va kompaniyaning ko'p yillik rivojlanishiga juda muhim ta'sir ko'rsatadi, strategik xatolar esa tuzatib bo'lmaydigan oqibatlariga olib kelishi mumkin. Korxonalar faoliyatida esa biznes strategiyasi «shtab funksiyasi» rolini bajaradi. Bu shtabda raqobat fronti kurashining uzoq muddatli rejaları ishlab chiqiladi. Rejali tizim sharoitida raqobat korxonalar uchun hech qanday muvaffaqiyatga erishish mumkin emas. O'z navbatida strategik rejalashtirish hech qanday jiddiy mazmunga ega bo'lmagan. Bugun sharoit o'zgarishi va endilikda strategik qarorlarga ega bo'lmasdan turib, raqobat kurashida g'olib chiqish mumkin emas.

Bundan tashqari, asta-sekin yangi iqtisodiy fikrlash shakllanib kelmoqdaki, uning doirasida arzon xomashyo, arzon ish kuchi va zamonaviy texnologiyalarga erishish kompaniya uchun raqobat ustunliklarini tashkil etmayapti. Bulaming barchasini zamonaviy texnologiyalar bilan qo'shib, ulkan bozorlarda sotib olish mumkin, Raqobatdagi ustunlik bugungi sharoitda innovatsiyalar, kompaniyaning o'zgarishlarga layoqati (qodirligi) va qo'llayotgan strategiyalaridan tashkil topadi.

Biznes strategiyasining qismlari sifatida missiyalar ham muhim ahamiyatga ega. Missiya bu zamonaviy strategik boshqaruv nazariyasining asosiy tushunchalaridan biri. Missiyaga turli mualliflar turlicha ta'rif berishadi. Ba'zilar tashkilot missiyasini

gipermaqsad yoki «maqsadning shunday shakliki, ma'lum biznesni boshqa unga o'xshash korxonalaridan farqini osongina ko'rsatadi. Boshqalarning fikriga ko'ra korxonaning missiyasi uning barcha ishlab chiqarish tizimi tamoyillari ta'rifiga ko'ra aniqlanadi».

Strategik boshqaruv jarayonining boshlang'ich punkti biznesg'oyaning tug'ilishi va tadbiri qilinishi deb bilish ma'qullanadi. Biznes-g'oya bu har qanday tijorat va ishlab chiqarish faoliyatining «ruhi» hisoblanadi. «Ruhsiz» biznes bo'lishi mumkin emas.

Yangi davr biznesi strategik boshqaruv modelida strategiyalar tashkilotda o'z o'miga ega bo'lgan uch turga farqlanadi:

Korporativ strategiya — korxonani bir butunlik sifatida ko'rsatuvchi strategiya (bir necha faoliyat turi bilan shug'ullanuvchi korporatsiya).

Biznes strategiya — biznesning har bir turi uchun belgilangan strategiya.

Funksional strategiya — marketing ishlab chiqarishni tashkil etish, moliya, investitsiya va kadrlar borasida ma'lum strategiyalar.

Funksional strategiyalar tashkilotning moliya, marketing, ishlab chiqarish, inson resurslarini boshqarish, ilmiy tadqiqot ishlari kabi funksional doiralarda faoliyatlar yo'nalishini aniqlaydi. Ularning vazifasi ~ maksimal samarali ravishda korporativ va biznes darajasidagi belgilangan vazifalarni hal etishni ta'minlashdir. Ularning korporativ va biznes strategiyalardan asosiy farqi — uning korxonaning ichi yo'nalishidir. Marketing strategiyasi, korxonaning ichi menejmenti strategiyasi, moliyaviy strategiya, tashkiliy strategiya, ishlab chiqarish strategiyasi va boshqalar — bularning barchasi korxonaning o'ziga nisbatan markazga intilish faoliyatiga ega.

Yangi davr biznesi yangi strategiyalarga ega bo'lish bilan bir qatorda o'ziga xos muammolarga ham ega. Xaridor va korxonalar chegaralanmagan xohish va ehtiyojlarga ega. Vaholanki, iqtisodiy resurslar chegaralangan. Iqtisodiy resurslarning chegaralanganligi va chegaralanmagan xohish ehtiyojlarning kamchiligi bu asosiy iqtisodiy muammo deb ataladi. Siz sotib olishni xohlagan bir qancha mahsulotga quringiz yetadi, lekin ularning hammasi uchun yetarli mablag'ga ega bo'lmaysiz. Sohangizda siz aniq mashg'ulotlarga yoki faoliyatdan tashqari operatsiyalarga duch kelasiz, chunki operatsion xarajatlar yillik byudjetingizga qaraganda tezroq o'sadi. Korxonaning ko'proq mahsulot ishlab chiqarish uchun kengaytirilishi mumkin, lekin kattaroq bino uchun yetarli miqdorda yer maydoniga ega bo'lmaydi. Mamlakat aholisini salomatligini yetarlicha ta'minlab berolmasligi mumkin, chunki u yetarlicha shifokor yoki shifoxonalarga ega emas. Asosiy iqtisodiy muammolar yetishmovchilikdan yuzaga keladi. Yetishmovchilik — bu ehtiyojlarni qondirish uchun yetarlicha resursga ega bo'lmaslikdir. Yetishmovchilik hammaga ta'sir qiladi, lekin ba'zilariga boshqalardan ko'proq ta'sir qiladi. Foydasi chegaralangan biznesmenlar o'z mablag'laridan asosiy ehtiyojlarini qondirish uchun eng qulay mablag' sarflash yo'lini

tanlashga majburdirlar. Kam tabiiy resurslarga yoki qashshoq ta'lim tizimiga ega bo'lgan davlatlar o'z aholisi uchun yetarli mahsulotlar va xizmatlar taklif qila olmaydi. Agar yo'llar, ko'priklar va temiryo'llar yaxshi ta'minlanmagan bo'lsa, odamlar boshqa yerlarda turli-xil mahsulot va xizmatlarni qo'lga kiritish olishmaydi.

Xulosa o'rnida aytish mumkinki, yangi davr biznes boshqaruvi o'ta shiddatli, tezkor hamda aniq bo'lishni talab etadi. Zarracha yo'l qo'yilgan noaniqlik, beparvolik biznesni kasodga uchratishi mumkin.

Adabiyotlar:

1. R.S. Muratov, LA. Djalalova, S.Sh. Oripav. Korxonalar iqtisodiyoti. Darslik. - T.: Iqtisodiyot, 2018. — 420-b.
2. A. O'lmasov, A. Vaxabov. Iqtisodiyot nazariyasi. — T.: Sharq, 2016. - 480b.
3. B.A. Abdulkarimov va boshqalar. Korxonalar iqtisodiyoti. Darslik - T.: Fan, 2015. — 417-b.
4. A. V. Vahobov, A.T. Lbraximov, N.F. Ishonqulov. Moliyaviy va boshqaruv tahlili. Darslik. — T.: Sharq, 2019. - 376-b.
5. Лапыгин Ю.Н. Стратегический менеджмент: Учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 236 с.