

SAVDO KORXONALARIDA BOSHQARUV TIZIMI SAMARADORLIGINI OSHIRISH DAVR TALABI

B.A.Sulaymonov

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

“Savdo ishi” kafedrası dotsenti, PhD

<https://doi.org/10.5281/zenodo.20641302>

Bugungi kunda mamlakatimiz iqtisodiyotining ustuvor yo‘nalishlaridan biri bu — savdo va xizmatlar sohasini yanada rivojlantirish, uni raqobatbardosh va samarali boshqaruv asosida tashkil etish hisoblanadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida savdo korxonalarini nafaqat mahsulot aylanishining asosiy bo‘g‘ini, balki mamlakat iqtisodiy barqarorligiga bevosita ta‘sir ko‘rsatuvchi muhim subyektlar sifatida faoliyat yuritmoqda.

Mamlakatimizda olib borilayotgan islohotlar, xususan, elektron tijoratning jadal rivojlanishi, raqamli texnologiyalar asosida boshqaruv tizimlarini modernizatsiya qilish, biznes muhitni yengillashtirish savdo sohasidagi korxonalar faoliyatiga ham bevosita ta‘sir ko‘rsatmoqda. Shu bois, zamonaviy savdo korxonalarining boshqaruv tizimini takomillashtirish masalasi dolzarb ilmiy va amaliy ahamiyat kasb etmoqda.

Ayniqsa, savdo korxonalarida boshqaruv tizimi samaradorligini oshirish orqali mahsulotlarning o‘z vaqtida va sifatli yetkazib berilishini ta‘minlash, mijozlar ehtiyojiga moslashuvchan yondashuvni shakllantirish, ichki jarayonlarni optimallashtirish va resurslardan oqilona foydalanish imkoniyatlari yaratiladi. Bunda boshqaruv jarayoniga axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish, avtomatlashtirilgan tizimlardan foydalanish, zamonaviy boshqaruv yondashuvlarini amaliyotga tatbiq qilish muhim o‘rin tutadi.

Mamlakatlar iqtisodiyotida informatsion texnologiyalar inqilobi ta‘siri ostida ro‘y berayotgan tarkibiy o‘zgarishlar, sanoat ishlab chiqarishining ixtisoslashuvi va kooperatsiyasi milliy xo‘jaliklarning o‘zaro hamkorligini kuchaytirib, xalqaro savdoning faollashuviga imkon yaratmoqda. Ayni vaqtda xalqaro savdo ishlab chiqarishga nisbatan tezroq o‘smoqda. Statistik ma‘lumotlarga ko‘ra, jahon bo‘yicha ishlab chiqarish 10 % ga oshgan taqdirda, jahon savdosi 25–30 % ga ortmoqda.

“Tashqi savdo” deganda bir mamlakatning boshqa mamlakat bilan haq to‘lanadigan olib kirish (import) va olib chiqish (eksport) amaliyoti tushuniladi. U quyidagi toifalarga ajraladi: tayyor mahsulotlar, mashina va uskunalari, xomashyo va xizmatlar savdosi.

Dunyodagi barcha mamlakatlar tovar aylanmasining yig‘indisi “xalqaro savdo” deb ataladi. Tashqi savdoning tor doiradagi ma‘nosi esa alohida mamlakatlar guruhining savdo hajmi bilan belgilanadi — masalan, rivojlangan mamlakatlar yoki rivojlanayotgan mamlakatlar savdosi.

Jahon xo‘jalik tizimida globallashtirish jarayonining chuqurlashuvi milliy iqtisodiyotlarning o‘zaro bog‘liqligini kuchaytirdi. Shu bois tashqi iqtisodiy faoliyat barqaror iqtisodiy o‘sishni ta‘minlovchi muhim omilga aylanmoqda. Faqat ichki imkoniyatlarga tayanib ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotga erishish qiyinlashmoqda.

So‘nggi yillarda xorijiy investitsiyalar sur‘atlari tez o‘sayotganiga qaramasdan, jahon xo‘jalik aloqalarining to‘rtidan uchi xalqaro savdoga to‘g‘ri keladi. Bu holat xalqaro savdoning iqtisodiy taraqqiyotdagi ahamiyatini ko‘rsatadi.

Savdo korxonalarining boshqaruv tizimi – bu korxonaning maqsadlariga erishishini ta'minlaydigan, turli xil resurslar va jarayonlarni uyg'unlashtiruvchi muhim boshqaruv mexanizmidir. Ushbu tizim orqali korxonaning faoliyati rejalashtiriladi, tashkil etiladi, boshqariladi va nazorat qilinadi. Ya'ni, boshqaruv tizimi orqali korxonaning har bir bo'g'ini o'z vazifalarini aniq belgilangan tartibda bajaradi hamda yakuniy natijalarga xizmat qiladi.

Savdo korxonalarining boshqaruvi boshqa sohalardagi korxonalar boshqaruvidan biroz farq qiladi. Sababi, bu turdagi korxonalar to'g'ridan-to'g'ri bozor va iste'molchi bilan ishlaydi. Shuning uchun, savdo korxonalarini boshqaruvida mijoz bilan ishlash strategiyasi, xizmat ko'rsatish sifati, tezkorlik va moslashuvchanlik eng muhim omillar hisoblanadi. Bozor talabining o'zgaruvchanligi va raqobat sharoitida savdo korxonalarini o'z faoliyatini doimiy takomillashtirib borishga majburdir.

Nazariy jihatdan savdo korxonalarining boshqaruvi turli yondashuvlarga asoslanadi. Klassik boshqaruv nazariyasiga ko'ra (F. Teilor, A. Fayol), korxonada qat'iy mehnat taqsimoti, intizom va markazlashgan boshqaruv muhim hisoblanadi. Ijtimoiy-psixologik yondashuv (E. Meyo, M. Follett) inson omilining ahamiyatini oshiradi – ya'ni, xodimlarning motivatsiyasi, rag'batlantirish tizimi va ish muhitining psixologik holati asosiy omilga aylantiriladi. Sistemali yondashuvga ko'ra, korxonada – bu o'zaro bog'liq va o'zaro ta'sir qiluvchi elementlardan iborat yagona tizim bo'lib, undagi har bir bo'lim bir butun natijaga xizmat qiladi. Zamonaviy kontingent yondashuv esa, boshqaruv usullarini aniq sharoit va vaziyatga qarab tanlashni taklif etadi.

Hozirgi kunda raqamli texnologiyalar va axborot tizimlarining jadal rivojlanishi savdo korxonalarining boshqaruv tizimini ham zamonaviylashtirishga undamoqda. Elektron tijorat, mijozlar bazasi bilan ishlashda CRM tizimlari, tahlil vositalari (business analytics) va onlayn marketing vositalari boshqaruv samaradorligini oshiruvchi asosiy vositalar hisoblanadi. Shu orqali korxonada ichki jarayonlarni avtomatlashtirish, mijozlar ehtiyojini tahlil qilish va bozor talabiga tez moslashish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Shundan kelib chiqqan holda, jahon iqtisodiyotida monopol tuzilmalar faoliyatini zamonaviy boshqaruv yondashuvlari asosida isloh qilish, raqobat muhitini shakllantirish hamda innovatsion texnologiyalarni keng tatbiq etish iqtisodiy taraqqiyotning muhim omillaridan biri sifatida qaralmoqda. Shu nuqtayi nazardan, O'zbekistonda xalqaro standartlarga mos va eksportga yo'naltirilgan yuqori texnologiyali ishlab chiqarish tizimini shakllantirish, yengil sanoat infratuzilmasini takomillashtirish hamda ishlab chiqarishning klaster usulidan foydalanish orqali raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarish strategik yo'nalish sifatida belgilangan.

Shunday qilib, savdo korxonalarini boshqaruv tizimi nazariy jihatdan puxta asosga ega bo'lib, amaliyotda zamonaviy texnologiyalar, innovatsion yondashuvlar va inson omiliga tayanadi. Bunday tizim orqali korxonalar raqobatbardoshligini oshirish, bozor ehtiyojlariga moslashish va barqaror rivojlanishga erishishi mumkin.

Adabiyotlar, References, Литературы:

1. Soliyev A.X., Sattorov S.A. – Savdo korxonalarini boshqarish asoslari. Toshkent: Iqtisod-Moliya, 2022
2. Sayfiddinov M.H. Savdo tashkilotlarida boshqaruv samaradorligi. – Toshkent: "Iqtisod",

2021.

3. Mahmudov Sh.F. Savdo va marketingda zamonaviy yondashuvlar. – Samarqand: SDU nashriyoti, 2022.

4. Ismailov J. Savdo korxonalarini boshqarishda innovatsion yondashuvlar. – Toshkent: “Moliya”, 2023.

