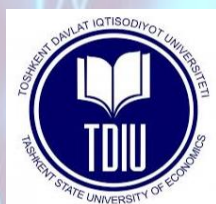


**ЎЗБЕКИСТОН RESPUBLIKACISI OLIY VA ЎRTA MAHSUS TABLIM
VAZIRLIGI
MINISTERTVO VYSHEGO I SREDNEGO SPETSIALNOGO
OBRAZOVANIYA RESPUBLIKI UZBEKISTAN**

**TASHKENTSKIY GOSUDARSTVENNIY EKONOMICHESKIY
UNIVERSITET**

TOHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI



**ЎЗБЕКИСТОНДА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТНИ ШАКЛЛАНТИРИШДА
МЕНЕЖМЕНТ ВА КОРПОРАТИВ БОШҚАРУВНИНГ АҲАМИЯТИ**

халқаро илмий-амалий конференцияси маъруза тезислари тўплами

**Ўзбекистон, Тошкент ш.,
2020 йил 20 май**

uchun mahsulotning bir qismi aniq aql bilan yaratilgan. Bundan tashqari u ham sifat, ham miqdoriy bo'lishi mumkin.

Menejment nuqtayi nazaridan intellektual ish o'rtasidagi asosiy farq maqsadlarni belgilash tizimidir. Aqliy ishchining maqsadi bor va u unga erishish usulini tanlaydi. Bunday holda, albatta, axloq, kompaniyaning ichki madaniyati va boshqalar bilan bog'liq ba'zi cheklovlar mavjud. Jismoniy mehnat maqsadga erishish usullari, vositalari va vositalariga oid qat'iy ko'rsatmalarni o'z ichiga oladi. Shunday qilib, intellektual ishning asosi insonning aqliy faoliyatiga, uning intellektual qobiliyatiga qaratilgan. Biror kishi ularni mustaqil ravishda (o'zini o'zi o'qitish) rivojlantirishi yoki o'qituvchilar va boshqa tajribali odamlarning yordamiga murojaat qilishi mumkin. Umuman olganda, bu jarayon – intellektual qobiliyatlarni egallash va rivojlantirish - ta'lim deb ataladi. Shu sababli intellektual ishchining asosiy ajralib turadigan xususiyati – ta'lim mavjudligi. Xodimning qo'shimcha qobiliyati sifatida ta'limning mavjudligi uni sotib olish va ko'paytirish uchun qo'shimcha mablag'larni talab qiladi. Shunday qilib, intellektual ishchining iste'mol savatchasi tarkibi o'zgarib bormoqda, bu esa o'z navbatida ish haqi miqdorida aks etadi.

Iste'mol savatchasi shu bilan biz tomonidan reproduktiv xususiyat sifatida belgilanadi. Bundan tashqari mantiqiy mulohazalar asosida biz iste'mol savatchasi xodimning motivatsion jarayoni asosida yotishini va mehnat qobiliyatlarini amalga oshirish bo'yicha individual qaror qabul qilish uchun iqtisodiy asosni ifodalaganligini ko'rsatdik, shuningdek, xodim o'z mehnatini sotish orqali oladigan ish haqi darajasida o'zini namoyon qiladi.

Umuman olganda, Rossiya iqtisodiyotiga xos bo'lgan intellektual mehnatni rag'batlantirishning murakkabligi odamning iste'mol savatini o'rganish, uning minimal va eng muhimi, oqilona darajasini hisoblash bilan bog'liq tadqiqotlar yetishmasligidadir. Aynan u individual mehnat qobiliyatini bozor bahosi bilan birgalikda xodimni samarali rag'batlantirishi mumkin.

Zamonaviy iqtisodiyotda ustunlik qilinadigan intellektual mehnatni rag'batlantirishning o'ziga xos xususiyati ish haqining o'zgarishiga nisbatan sezgirlikning o'zgarishi bilan bir qatorda muhim ahamiyat kasb etadi.

*Т.К. Агламова, к.э.н., доцент,
ТГЭУ*

РОЛЬ СТРАТЕГИИ ШИРОКОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПРОДУКЦИИ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ КОМПАНИЙ

В современных условиях производственные и торговые фирмы, и компании используют новые инструменты и методы для того, чтобы пересмотреть свои подходы к ведению бизнеса и предпринимательства в направления своей деятельности, обеспечить конкурентоспособность продукции, достичь более высоких результатов в своей профессиональной деятельности.

Новые подходы к внутренней организации компании – не просто стратегически незначимые дополнения, а каждый из них является ценным в своем роде инструментом, сила которого значительно возрастает, если его рассматривать и использовать как составную часть общих усилий компании по более эффективному исполнению стратегий. Как показывает практика, стратегия распадается на множество конкурентоспособных действий и подходов к бизнесу, от которых зависит успешное управление компанией.

По данным Института проблем потребительского рынка и маркетинга, а также исследовательской группой проблем дефицита, изучающих ежегодно по заданию ЮНЕСКО состояние снабжения населения продуктами питания в развивающихся странах, было сделано следующее заключение: для того, чтобы исчезнувшие товары вновь появлялись на прилавках, производство их необходимо постоянно увеличивать. Неуверенность в стабильности их снабжения вынуждает людей покупать товары в несколько раз больше потребного.

Разрешение этой проблемы видится в обоснованном изучении спроса и предложения на востребованную продукцию, правильном и рациональном маневрировании товарными ресурсами в регионах страны и своевременным обеспечением населения жизненно необходимыми продуктами. Особое значение при этом придается развитию бизнеса и предпринимательской деятельности во всех отраслях экономики.

А это способствует возрастанию потребности производственных, коммерческих, торговых и иных фирм и компаний на быстрое реагирование ситуации, на стратегическое управление компанией, которое ориентировано на мгновенную реакцию компании в вопросах производства и сбыта продукции, и высокого уровня обслуживания клиентов.

Рассматривая стратегии компаний, необходимо отметить, что деловые стратегии побеждают, если их основой является устойчивое конкурентное преимущество. Как отмечают многие известные американские бизнесмены, в том числе Гарри Хемел и С.К. Прахалад, что «сущность стратегии состоит в создании будущего конкурентного преимущества быстрее, чем конкуренты скопируют то, что компания использует сегодня»⁹.

Все большую популярность на рынке приобретает стратегия широкой дифференциации продукции, которая в стратегическом управлении является одной из общих стратегий компаний, направленных на создание конкурентных преимуществ товара. Стратегия широкой дифференциации продукции обосновывает стремление компании к уникальности в каком-либо аспекте, который считается важным большим количеством клиентов. Компания выбирает одного или несколько таких клиентов и осуществляет свою деятельность таким образом, чтобы удовлетворить запросы потребителей. Это в конечном итоге приводит к повышению издержек производства.

Стратегия широкой дифференциации продукции не всегда совместима с целью завоевания большой доли рынка, поскольку большинство покупателей

⁹ // Международный бизнес. – М.: Международный форум 2016, с.9.

может быть не склонно платить повышенную цену даже за превосходный товар. Стратегия широкой дифференциации продукции может принимать различные формы: имидж марки, признанное технологическое совершенство, внешний вид, послепродажный сервис. Параметры стратегии широкой дифференциации продукции специфичны для каждой отрасли (см. табл.).

Стратегия широкой дифференциации конкретной продукции становится привлекательным конкурентным подходом по мере того, как потребительские запросы и предпочтения становятся разнообразными и не могут более удовлетворяться стандартными товарами.

Таблица 1

Отличительные черты конкурентной стратегии широкой дифференциации продукции¹⁰

Показатели	Характеристика
Стратегическая цель	Ориентация на весь рынок
Основа конкурентного преимущества	Способность предлагать покупателям что-то, отличное от конкурентов
Ассортиментный набор	Много разновидностей товаров, широкий выбор, сильный акцент на возможность выбора среди различных характеристик
Производство	Нахождение путей по созданию ценностей для покупателей, стремление к созданию превосходного товара
Маркетинг	Создание таких качеств товара, за которые покупатель будет платить больше; Установление повышенной цены, покрывающей дополнительные издержки на дифференциацию
Поддержка стратегии	Создание различных характеристик, за которые будут платить больше; Концентрация на нескольких ключевых отличительных чертах, усиление их и создание репутации и имиджа товара

¹⁰ Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. – М.: Изд. ЮНИТИ-М, изд.2-е, 2016. с. 208.

Конкурентное преимущество появляется, когда достаточно большое количество покупателей на рынке будет заинтересовано в предлагаемых дифференцированных атрибутах и характеристиках товара.

Таким образом, необходимо констатировать, что на данном этапе, чем сильнее заинтересованность покупателей в разнообразных характеристиках предлагаемой продукции, тем сильнее конкурентное преимущество компании.

*Н.А. Алиева,
таянч докторант, ТДАУ*

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТДА ПИЛЛАЧИЛИКНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ТАРМОҚ КОРХОНАЛАРИДА ИННОВАЦИОН БОШҚАРУВНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ЗАРУРАТИ

Пиллачилик тармоғини қишлоқ хўжалигининг бошқа тармоқлари сингари ривожлантиришга имкон берувчи омиллардан бири мамлакатимизнинг иқлим шароити ва йиллар давомида шаклланган салоҳиятидир. Бу имкониятлардан тўлақонли фойдаланган ҳолда, республикада пиллачилик тармоғини ривожлантириш, пилла етиштириш ва уни қайта ишлаш жараёнига замонавий ва инновацион технологияларни жорий этиш, ипак маҳсулотлари ишлаб чиқариш ва уларни экспорт қилиш ҳажмларини ошириш ҳамда тармоққа тўғридан-тўғри хорижий инвестициялар жалб қилиш бўйича бир қатор чоратадбирлар амалга оширилмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикаси қишлоқ хўжалигини ривожлантиришнинг 2020 - 2030 йилларга мўлжалланган стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида»ги 5853-сонли фармонида қишлоқ хўжалигини ривожлантиришнинг бир қатор устувор стратегиялари белгилаб берилган. Соҳа бошқарувида давлат иштирокини камайтириш, қулай агробизнес муҳитини ва қўшилган қиймат занжирини яратиш бўйича белгиланган устувор йўналишлар, пиллачилик тармоғини ривожлантириш, пилла етиштириш ва уни қайта ишлаш жараёнига инновацион технологияларни жорий этиш, тайёр ипак маҳсулотлари ассортиментини ишлаб чиқариш ва уларни экспорт йўналтиришга замин яратади. Бунинг учун бу соҳадаги малакали мутахассислар салоҳияти билан бирга жараёнларни оқилона ташкил этувчи ва унинг натижаларини тўғри таҳлил қилган ҳолда, мавжуд камчиликларни бартараф этувчи, жараёнларни инновацион ёндашув асосида бошқариш услубларини такомиллаштириш зарур.

Ўзбекистонда дунёда аҳоли жон бошига пилла етиштириш бўйича биринчи ўринда турса ҳам, жаҳон бозоридаги улуши – атиги 2,5 фоизни ташкил этади. Пилла сифати бўйича биринчи ўринда Япония, иккинчи Корея ва учинчи Хитой давлати туради. Хорижий мамлакатларда юқори навли пилла миқдори 93-95 фоизга тенг бўлса, республикамизда бу кўрсаткич 70-75 фоизни ташкил этади. Хитой, Ҳиндистон, Япония, Корея, Бразилияда ҳосилдорлик 1 грамм қуртлардан 3,5-4 кг, Ўзбекистонда эса 2,5-2,6 кг пилла олинади. Республика бўйича етиштирилган пиллаларнинг сифат кўрсаткичларини таҳлил қилиб