

MENEJERLARNING FORSAYT KOMPETENTLIGINI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY ASOSLARI

Raximova Dilrabo Oktyabrovna

Qarshi muhandislik iqtisodiyot instituti dotsenti p.f.f.d PhD

raximova89dilrabo@gmail.com

Annotatsiya. Mazkur maqolada bo'lajak menejerlarning boshqaruv jarayonini samarali tashkil etishda, forsayt texnologiyasidan foydalangan holda strategiya yaratishlari hozirgi kunning eng dolzarb masalalaridan biri ekanligi. Kelajak strategiyasini yaratishda forsaytning roli hamda ahamiyati xususida so'z boradi.

Kalit so'zlar. Forsayt, kompetentlik, texnologik, kompaniya, firma, korxonalar, bank, moliya, strategiya, marketing, statistika, ijtimoiy-iqtisodiy, mikro-iqtisodiy marketing, evristik.

Jahonda rivojlangan davlatlar qatoridan o'rin egallashning asosiy tamoyillaridan biri kelajak ta'lim tizimini to'g'ri bashoratlashdir. Shuningdek, ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish ham tezlashib borayotganligi nazarda tutilsa, kelajakni bashoratlash asosida rejalashtirish “barqaror rivojlanishning asosini tashkil etadi. Hozirgi globallashtirish davrida dunyo, mintaqalar, davlat yoki iqtisodiyot sohalari miqyosidagi yirik muammolar (ekologik, ijtimoiy-iqtisodiy, texnologik, siyosiy va b.) yechimiga oid strategik rejalar, yo'l xaritalari va konsepsiyalar ishlab chiqishda Forsayt metodlaridan foydalanish eng samarali va maqbul variant hisoblanadi” [1]. Yuqori darajadagi fan-texnika taraqqiyoti hamda kuchli raqobatlar davrida bo'lajak mutaxassislar, ayniqsa boshqaruv faoliyati bilan shug'ullanadigan menejerlar iqtisodiyot tarmoqlari yoki aniq bir korxonaning kelajagini ko'ra bilishlari, uzoq vaqtli rivojlanish strategiyasi ssenariylarini tuzish qobiliyatlariga ega bo'lishlari talab etiladi. Ushbu vazifaning asosiy yechimlaridan biri ularda forsayt kompetentlikni rivojlantirish hisoblanadi.

Xalqaro ta'lim tizimida forsayt texnologiyasidan o'quv jarayonida foydalanish asosida bo'lajak menejerlarda forsayt kompetentlikni rivojlantirishga qaratilgan ilmiy-tadqiqot ishlari olib borilmoqda. Rivojlangan xorijiy oliy ta'lim muassasalarida menejerlar, iqtisodchilar va xizmatlar sohasida kadrlar tayyorlashda forsayt texnologiyani alohida fan sifatida o'qitishga e'tibor berishmoqda. Boloston texnologiya universiteti (Polsha) menejment, logistika va xizmatlar sohasi mutaxassisliklari uchun, Germaniyada shaharsozlikni rejalashtirish, arxitektura, va texnik yo'nalishdagi mutaxassisliklar uchun forsayt ta'lim dasturi ishlab chiqilgan [2]. Rossiyaning Oliy iqtisodiyot maktabi “Menejment” ta'lim dasturiga forsaytga oid o'nlab fanlar kiritilgan.

Menejment ta’lim yo’nalishi yoki magistratura mutaxassisligini tugatgan bitiruvchilar boshqaruv kadrlari hisoblanadi va korxonalar, kompaniya hamda inson omilini boshqaradi. Menejerga umumiy holda quyidagicha ta’rif beriladi [3]:

- korxonalar va kompaniya egalari bo’lmagan, maxsus tayyorgarlik ko’rgan, boshqarishning qonun qoidalarini chuqur biluvchi malakali mutaxassis — yollanma boshqaruvchi;

- kompaniya, firma, korxonalar, bank, moliya muassasalarining ijroiya hokimiyatga ega bo’lgan boshqaruvchi, direktor, rahbar, mudir, ma’muriy boshqaruvchi kabi rahbar xodim.

Menejerlar rivojlangan mamlakatlarda maxsus ijtimoiy qatlamni tashkil etadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitlarida menejer xizmati ishlab chiqarishda va tovarlar muomalasini uyushtirishda zarur omil bo’lib xizmat qiladi.

Menejerning asosiy vazifalariga esa asosan quyidagilar kiradi:

- korxonalar faoliyatini rejalashtirish;
- korxonalar faoliyatini tashkil etish va tartibga solish;
- korxonalar resurslarini, jumladan inson kapitalini taqsimlash, rahbarlik va yetakchilik qilish hamda qo’llab-quvvatlash bilan shug’ullanish;
- korxonalar faoliyati monitoringini olib borish;
- korxonalar resurslarini, undan foydalanish samaradorligi va natijalarni ishonchli o’lchovlar asosida baholash;
- korxonalar kelajak strategiyasini ishlab chiqish, kelajak faoliyatining barqarorligini ta’minlash.

Hozirgi globallashtirish sharoitidagi murakkab ijtimoiy-iqtisodiy muhitda korxonalar, muassasalar va kompaniyalar kuchli raqobat tufayli yuqori darajadagi o’zgarishlar hamda noaniqliklarga duch kelmoqda. Menejerdan bunday sharoitda boshqaruvning eng samarali, turg’un, barqaror va tezkor moslashuvchan siyosatini hamda uslublarini o’z faoliyatida qo’llashi talab etiladi. Bu g’oya o’z ichiga korxonalar kelajagini ko’ra bilish va bashoratlash, rejalashtirish, tashqi muhit ta’sirini va raqobatlar bozorini to’g’ri baholay olish hamda korxonalar kelajagi dinamikasini oldindan ko’ra bilishni o’z ichiga oladi. Boshqaruvning ushbu mexanizmi korxonalar kelajakda rivojlanishini belgilab beruvchi eng muhim omil hisoblanadi va bu bashoratlashning yangi texnologiyalaridan, jumladan farsaytdan foydalanishni talab etadi [4].

Bo’lajak menejerlar boshqaruvning barqaror, tezkor va moslashuvchan uslublarini qo’llash, qarorlar qabul qilish bilan bir qatorda raqobatbardosh muhitni rasmiy statistikadan uyg’un foydalangan holda tahlil etish hamda mikro va makroiqtisodiy marketing strategik-ijtimoiy uslublar integratsiyasini bosqichma bosqich ta’minlash faoliyati bilan ham yaqindan tanishish kerakligi maqsadga muvofiqdir.

Statistika (lotincha: status— “vaziyat”) ma’lumot yig’ish, tartiblash, tahlillash, sharhlash va ko’rsatishga bog’ishlangan matematika sohasidir. Bunga statistik tadqiqot va tajriba rejalashtirish ham kiradi. Turli hodisalar va jarayonlarni miqdoriy hisoblash, ma’lumotlarni qayta ishlash va tahlil qilish yo’li bilan ijtimoiy hayotning umumiy qonuniyatlarini o’rganadigan ijtimoiy fanlar tarmog’i. Tor ma’noda Statistika bironbir hodisa yoki jarayon to’g’risidagi jamlanma ma’lumotlar (ko’rsatkichlar) majmui (to’plami)ni bildiradi. Statistika murakkab va sertarmoq fanlar majmuidan iborat bo’lib, ijtimoiy hayotning xilmaxil hodisalarini o’rganadi va tahlil etadi [5, 6].

Marketingning tarkibiy tuzilishi haqida fikr yuritilganda uning tarkibida mikro va makroiqtisodiy marketing turlari mavjudligini alohida ta’kidlash zarur.

Bu tushunchalarni fanga birinchi marta F.Kotler 1972 yilda kiritdi va ularni xo’jalik faoliyati bilan shug’ullanadigan tashkilotlar bilan bir qatorda foyda olish bilan bog’liq bo’lmagan madaniy, ijtimoiy, siyosiy va shunga o’xshash tashkilotlarga nisbatan ham qo’lladi [7].

Mikroiqtisodiy marketing - korxonaning ishlab chiqarishni shakllantirish, tovarlar va xizmatlarning tayyorlovchidan iste’molchi yoki foydalanuvchiga borish oqimini boshqarish bilan bog’liq bo’lgan faoliyatdir. Uning asosiy vazifasi talabni qondirish va ayni paytda korxonaga oldiga qo’ygan maqsadlarga erishishdir. Boshqacha aytganda bu ijtimoiy iqtisodiy jarayon bo’lib, mahsulot yoki xizmatlarga bo’lajak talab tarkibini o’rganish, shuningdek bu talabni, taklifni shakllantirish iste’molchiga axborot berish yo’llari bilan qondirish maqsadini ko’zlaydi [8].

Shunday qilib, mikroiktisodiy marketing korxonaga darajasidagi bozor faoliyatidan iboratdir.

Mikroiqtisodiy marketing - korxonaning ishlab chiqarishni shakllantirish, tovarlar va xizmatlarning tayyorlovchidan iste’molchi yoki foydalanuvchiga borish oqimini boshqarish bilan bog’liq bo’lgan faoliyatdir. Uning asosiy vazifasi talabni qondirish va ayni paytda korxonaga oldiga qo’ygan maqsadlarga erishishdir. Boshqacha aytganda bu ijtimoiy iqtisodiy jarayon bo’lib, mahsulot yoki xizmatlarga bo’lajak talab tarkibini o’rganish, shuningdek bu talabni, taklifni shakllantirish iste’molchiga axborot berish yo’llari bilan qondirish maqsadini ko’zlaydi [8].

Shunday qilib, mikroiktisodiy marketing korxonaga darajasidagi bozor faoliyatidan iboratdir.

Makroiqtisodiy marketingning vazifasi-butun mamlakat bo’yicha moddiy boyliklar va xizmatlar oqimini boshqarishni tartibga solishdan iborat.

Turli darajadagi boshqarish vositalari va usullari o’zaro farq qilinadi. Korxonaga darajasida asosan marketing-miks vositalaridan foydalaniladi. Undan yuqoriroq darajalarda investitsiya siyosati narxlarni boshqarish, ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlari va shunga o’xshash faoliyat ko’rsatadi.

Bo'lajak menejerlar mikro va makroiqtisodiy jarayonlarni rasmiy statistikadan uyg'un foydalangan holda everistik-ijtimoiy uslublar integratsiyasini bosqichma bosqich ta'minlash jarayonlariga ahamiyat qaratishlari lozim bo'ladi.

Everistik yunoncha “peshtzko”-izlayman, topaman degan ma'noni anglatadi. Everistik metod ma'lum bir muammoning samarali yechimiga erishish uchun turli xil empirik jarayonlarni, ya'ni tajriba, amaliyot va faktlarni kuzatish asosida strategiyalarni qo'llash asosida quriladi. Masalani aniq matematik modellarga tayanib va an'anaviy usullardan foydalanib yechishning aksi. Everistik usullardan foydalanish masalani yechish vaqtini ancha qisqartiradi. Bunday usulda olingan yechim eng to'g'ri yechim hisoblanmaydi, balki mumkin bo'lgan yechimlardan biri bo'ladi. Ko'pincha, everistik ijtimoiy uslublar yordamida qo'yilgan maqsadga erishib bo'lmaydi. Ba'zan psixologik va kibernetik adabiyotda everistik ijtimoiy uslublarga masalalar yechishning induktiv usullari sifatida qaraladi [9].

Demak bo'lajak menejerlar boshqaruvning barqaror va tezkor moslashuvchan uslublarini qo'llash jarayonida rasmiy statistikadan foydalangan holda mikro va makroiqtisodiy marketing everistik-ijtimoiy uslublar integratsiyasini bosqichma-bosqich ta'minlash maqsadga muvofiqdir.

ADABIYOTLAR:

1. Гретченко А.А. Форсайт как инновационный инструмент прогнозирования и реализации научных и технологических приоритетов. // Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета им. М.Ф. Решетнева. 2010. №1.
2. Рахимова Д.О. Бўлажак менежерларда форсайт компетентликни шакллантириш методикаси. // Современное образование (Узбекистан). Замоновий таълим. 2022. №3 (112). -68-74 б.
3. Лучшие методы и инструменты предвидения.
URL:<https://www.venturesight.com/top-foresight-methods/>
4. Bazarova F.T. Marketing. O'quv qo'llanma. T.: Iqtisod-Moliya, 2015.- 424 b.
5. Dodge, Y. (2006) The Oxford Dictionary of Statistical Terms, OUP. ISBN 0-19-920613-9 URL:<https://global.oup.com/academic/product/the-oxford-dictionary-of-statistical-terms-9780199206131?cc=uz&lang=en&>
6. Evristika. Vikipediya, ochiq ensiklopediya.
URL:<https://uz.wikipedia.org/wiki/Evristika>
7. Menejer. Vikipediya, ochiq yensiklopediya. [Yelektron manba]. URL:
<https://uz.wikipedia.org/wiki/Menejer>. Murojaat yetilgan sana: 03.02.2022.
8. Statistika. URL:<https://www.thefreedictionary.com/statistics>