

Д.Б. Парпиев, и.ф.н.,
ТДИУ мустақил тадқиқотчиси

НЕФТЬ - ГАЗ ТАРМОҒИДА ХАЛҚАРО МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ВА УЗОҚ МУДДАТЛИ СТРАТЕГИК МАҚСАДЛАРНИ ШАКЛЛАНТИРИШНИНГ УСЛУБИЙ АСОСЛАРИ

В данной статье рассматриваются вопросы стратегии управления в нефтегазовой отрасли и даны её комплексные характеристики. Автором сформулировано собственное определение понятия стратегического управления и определены важнейшие составляющие стратегии маркетинга, обеспечивающие развитие нефтегазовых компаний, занимающихся бурением и переработкой.

This article discusses management strategy in the oil and gas industry, and covers its comprehensive features. The author formulated his own definition of the concept of strategic management and identified the critical components of marketing strategies ensuring the development of oil and gas companies engaged in drilling and processing.

Калитли сўзлар: рақобат, бошқарув, муҳит, компания, корхона миссияси, маркетинг, интеграция.

Жаҳон иқтисодиётида рақобат кучайган ҳозирги шароитда диверсификациялашган корпоратив бирлашмалар фаолиятининг самарадорлигини бошқариш асосий ўринни эгаллайди. Ушбу бошқарув шуниси билан тавсифланадики, у алоҳида саноатлашган корхоналарнинг оддий йиғиндиси эмас, балки ягона ўзаро алоқадор бошқариш тизимидир.

Амалиёт шуниси кўрсатадики, узоқ муддатли режалаштириш ва бошқаришни амалга ошираётган энергетика корпорациялари самарали фаолият юритиб, тармоқдаги бошқа корхоналарга нисбатан кўп миқдорда фойда олишмоқда. Ҳозирги вақтда жаҳон нефть бозоридаги бизнес муҳит ҳар хил кўлами ва ихтисослаштирилганлиги билан ажралиб турувчи компаниялардан ташкил топган. Улар ўртасида бир нечта йирик миллий ва трансмиллий нефть қазиб оловчи компаниялар, ўнлаб вертикал-интеграллашган компаниялар ҳамда юзлаб нефть қазиб оловчи ва уни қайта ишловчи мустақил компаниялар мавжуд.

Ихтисослаштирилганлик даражаси бўйича нефть компанияларини қуйидаги учта гуруҳга ажратиш мумкин: вертикал-интеграллашган компаниялар, нефть қазиб оловчи ва нефтни қайта ишловчи компаниялар.

Вертикал-интеграллашган компаниялар нефтни разведка қилишдан то уни сотишгача бўлган бутун фаолиятни бирлаштиради. Улар жумласига бир қанча гигант конгломератлари, жумладан, йирик – мос равишда капитали 286, 206 ва 178 млрд. долларни ташкил этувчи Exxon-Mobil, Royal Dutch/Shell ва BPларни киритиш мумкин[1]. Улар орасида умумий капитали камроқ бўлган Россия вертикал-интеграллашган компаниялари ҳам мавжуд.

Иккинчи гуруҳга нефть қазиб олишга ихтисослаштирилган Saudi Aramco, Petronas, Unocol сингари компаниялар киради. Ушбу гуруҳдаги компаниялар ҳам бир-биридан фарқ қилади. Нефть экспорт қилувчи мамлакатларнинг миллий (давлат) компаниялари бир хил даражада туради. Ушбу компаниялар суткасига 1 - 9 млн. баррел нефть қазиб олишади. Бошқа даражада – саноати ривожланган Ғарб мамлакатларининг нефть қазиб олувчи мустақил компаниялари (Kerr-McGee, Apache Corp., Canadian Occidental Petroleum) киради. Америкадаги мустақил нефть қазиб олувчи компанияларнинг ўртача суткалик қуввати 10 минг баррелни ташкил этади[2].

Учинчи гуруҳга нефтни қайта ишловчи ва сотиш билан шуғулланувчи компаниялар, масалан, Tosco, Ultramar Diamond Shamrock, Sunoco, Premcor, Valero Energy каби компаниялар киради.

Халқаро маркетинг амалиётида маркетингни режалаштириш компаниянинг мақсадини аниқлашдан бошланади. Компаниянинг мақсади пирамида кўринишида қуйидаги поғоналардан иборат бўлади:

- корхона миссияси;
- корхонанинг мақсади;
- маркетинг салоҳиятининг умумий мақсади;
- алоҳида йўналишлар бўйича кучлар мақсади.

Компания миссияси унинг фаолият соҳасини аниқлайди, фойда олишда тутган ўрнини белгилайди.

Компания мақсади унинг маълум бир муддатга сотув ҳажмини ёки фойда миқдорини қандайдир фоизга ошириб боришни белгилайди.

Маркетинг салоҳиятининг умумий мақсади унинг келгусида узок муддатда амалга ошириши лозим бўлган вазифаларни ўзида жамлаб, у стратегик режаларда ўз аксини топади.

Алоҳида йўналишлар бўйича кучлар мақсади стратегик вазифаларни муваффақиятли бажаришнинг тактик усуллари қамраб олади.

Компаниянинг ушбу мақсадлари муваффақиятли амалга ошириш стратегик бошқарувга боғлиқ бўлади.

Раҳбарларнинг кўпчилиги стратегик режалаштириш бўйича муайян тажрибага эга бўлишса-да, ўз кучларини жамлаб олмаганлиги, иложи борида кўпроқ бозор улушига интилиши, кўпроқ турдаги маҳсулотлар ишлаб чиқариш орқали истеъмолчилар талабини қондиришга шошилиши туфайли кўзлаган мақсадларига эриша олмайдилар. Қоидага кўра, муваффақиятга эришиш учун кучларни жамлаш ва тўғри стратегияни танлаш зарур. Бошқача айтганда, ким яхши стратегияни ишлаб чиқиб, уни амалиётга муваффақиятли татбиқ этса, шу юқори эҳтимолликда муваффақиятга эришади.

Тадқиқотлар шуни кўрсатадики, ҳозирги вақтда нефть-газ корпорациялари ва уларнинг раҳбарлари ҳаракатида, ички ва ташқи муҳитда рўй бераётган ўзгаришларга оддий эътибор ҳам қаратилмайди. Корпорация ташқи муҳитга мослашувчанликни таъминлаш лозим. Шу боисдан ҳам нефть-газ корпорацияларини бошқаришнинг доимий макро муҳитда ўзгаришлар ва улар билан боғлиқ ноаниқликлар туғилган шароитда мослашувчанликнинг замонавий воситаси стратегик бошқаришга хизмат қилади.

Ривожланган мамлакатларда жамиятдаги ўзгаришларга мослашувчанликни таъминлаш учун корхоналар фаолиятида стратегик бошқариш пайдо бўлган. Ташқи муҳитдаги энг асосий ҳаракатланувчи куч сифатида нобарқарорлик, ноаниқлик майдонга чиқди. Шунинг учун компаниялар бундай шароитда ўта мослашувчан, муваффақиятга эришишнинг муҳим (стратегик) омилларини излаб топиши, улардан фойдаланиш учун фирма имкониятларини қайтадан сарҳисоб қилиши, яъни ўзининг мустаҳкам ривожланиш йўналишини белгилаб олиши талаб этилади.

Республикамизда иқтисодиёт соҳасида амалга оширилаётган туб ислохотлар бу каби компаниялар фаолиятини ташкил этишига имконият яратмоқда. Шунинг учун республикамизда фаолият олиб бораётган компаниялар, айниқса, экспорт билан шуғулланувчилар хориж компанияларининг бошқаришда эришган муваффақиятларини ўзлаштириши, бошқарувнинг замонавий усул ва шакллари эгаллаши уларнинг муваффақиятга эришишларида асосий омил ҳисобланади.

Бу жараёнда ҳар бир корхонанинг тармоқ ва миллийлик хусусияти ҳисобга олиниши лозим. Хусусан, ташқи муҳитнинг нобарқарорлик даражасидаги турли бошқаришнинг бирорта муқобил концепциясига мос келади. Ички муҳитда компания у ёки бу бошқарув концепциясини амалга оширишга тайёр турмоғи лозим. Масалан, стратегик менежмент концепциясини эгаллаш оддий расмий жараён эмас, балки компания ривожланишининг навбатдаги муҳим босқичидир. Шу боисдан Ўзбекистон нефть-газ қазиб олиш ва уни қайта ишлаш тармоғининг ҳолати ва хусусиятини баҳолашга ҳаракат қилиб, қуйидаги саволга жавоб олиш мумкин: компания фаолиятига стратегик менежмент тамойилларини жорий қилиш зарурлиги мумкин бўлса, у ҳолда уни қандай тўғри ташкил этиш лозим?

Стратегик бошқарув масалаларига бағишланган кўплаб тадқиқотларни ўрганиш шу ҳулосага олиб келдики, ушбу тушунчани таснифлашда бир қарорга келинмаган ва унинг моҳияти ҳанузгача тўлалигича очиқ берилмаган[3]. Буни шу билан изоҳлаш мумкинки, ушбу тушунча эндигина шаклланмоқда. Шу боисдан ҳар бир муаллиф ўз ёндашувини амалга оширган. Бинобарин, унинг моҳиятини нисбатан тўлароқ очиқ бериш мақсадида, ҳар хил таърифларни ўрганиш натижаларига таяниб, ушбу тушунчанинг барча томонларини тавсифлайдиган асосий элементларни ажратиш мақсадга мувофиқдир[4].

1-жадвалда атрофлича келтирилган таъриф ва талқинларни ўрганиш шуни кўрсатадики, стратегик бошқарув қорхонани узоқ муддат яшаб қолишига йўналтирилган. Ушбу муҳим вазифани бажариш учун бошқариш объекти ташқи муҳитдаги нобарқарор ҳолат келтириб чиқарадиган ҳар қандай ўзгаришга мос ҳаракат қилишга тайёр турмоғи лозим.

Стратегик бошқариш келтириб чиқарадиган ташкилотлар фаолияти нуқтаи назаридан ўзгаришлар узоқ муддатни қамраб олиш тавсифига эга. Бу жараёнда корхона имкониятлари бир ҳолатдан бошқа ҳолатга ўтади, унинг қобилияти маълум бир доирадаги масалаларни ечишга қаратилади, яъни унинг салоҳияти ўзгариши рўй беради. Бошқача сўз билан айтганда, стратегия фирмалар ривожланиши йўналиши ва мазмунини белгилаб беради. Аксинча,

фирма ривожланишини бошқариш стратегияни шакллантиришдаги ҳаракатлар мажмуасидир.

1-жадвал

Стратегик бошқаришнинг комплекс тавсифлари

Қараб чиқиладиган соҳа	Стратегик бошқаришнинг ушбу соҳаси тавсифи
Бошқариш мўлжали	- узоқ келажакда корхонанинг яшаб қолиш мўлжали ва мақсадга эришиши; - менежментнинг корхона ташқарисидаги имконияти, мижозлар сўровига (корхона фаолияти билан қизиқувчилар) асосий эътибор қаратилиши; - стратегик бошқарув корхона ғояларини сақлаб қолган ҳолда раҳбариятга вазифанинг мақсади ва воситаларини танлашни таклиф этади
Стратегия моҳияти ва мазмуни	- ўз моҳияти жиҳатидан қоидалар жамламаси бўлиб, у ёрдамида раҳбарият бошқариш жараёнида муҳим мақсадларига эришишда фойдаланади; - фирма ривожланишининг танланган узоқ муддатли сифатли йўналиши; - йўналишларни танлаш, фойдаланиш воситалари, салоҳият ўзгаришларини ҳисобга олган ҳолда мақсадга эришиш фаолияти; - “стратегия” тушунчаси “корхона салоҳияти” тушунчаси билан мустаҳкам боғланган; - компания бизнесининг қайси соҳасида фаолият юритаётганлигини ёки юритмоқчи эканлигини аниқлаш учун асосий мақсадлар, йўналишлар, муҳим режалар ёки сиёсатлар танлашдир; - кенг маънода – бу, давом этадиган ишлаб чиқариш-тижорат ташкилотининг аниқ ва нисбатан барқарор хатти-ҳаракатини тавсифлайдиган узоқ муддатда ҳаракатланиш кийёфасидир
Стратегияни амалга ошириш жараёни	- стратегияни бажариш жараёни уни амалга ошириш жараёни эмас, балки фирма олдида қўйган мақсадга эришиш ва стратегияни амалга ошириш учун асос яратади. Бунда корхонанинг стратегияни амалиётга татбиқ этишга тайёр ҳолдаги фаолиятида стратегик ўзгаришлар қилишни ташкил этишдир
Бошқариш самарадорлиги мезони	- ташкилот ташқи муҳитдаги ўзгаришларга мослашиш самарасидаги имконият
Ходимларни бошқаришга ёндашув	- ишловчиларга ишни ташкил этишнинг асоси сифатида қараш
Бошқариш объекти ўзгариши тавсифи	- стратегик қарор объект узоқ муддатли ва тўғрилаб бўлмайдиган асоратларни ўз ичига олган фаолият олиб бориши учун энг муҳим аҳамият касб этади
Ташқи муҳит шарти	- юқори ноаниқлик даражасини тавсиф этади
Стратегик қарорлар кўлами	- корхона стратегияси асосида ётадиган қарор унинг қайта ишлаб чиқариш базаси, қайта ишлаб чиқариш салоҳияти, ишлаб чиқариш салоҳиятлари ривожланишига тааллуқлидир

Манба: Муаллиф томонидан тузилган.

Ривожланиш – кўп қиррали ҳодиса бўлиб, унга умумий фалсафий ёндашувдан тортиб, илмий билишнинг маълум соҳаларидаги хусусий муаммоларни ечиш билан тугайдиган жиҳатлари нуқтаи назаридан қаралади. Ушбу ҳолатда ривожланиш, асосан, нефть-газ тармоғида фаолият юритадиган корхона(компания)ларнинг ижтимоий-техник ва иқтисодий тизимлари хусусияти сифатида қаралади.

Ривожланиш бўйича нисбатан умумлаштирилган таъриф қуйидагича ифодаланади: ривожланиш – тизим элементи ва бошқа ташкил этувчиларининг йўналтирилган қонуний ўзгариши бўлиб, натижада объект (унинг таркибий тузилмаси)нинг янги сифатий ҳолати пайдо бўлади, унга мужассамлашган хусусият фаоллашиши рўй беради, амалдаги фаолият юритиш шакли сақланиши мумкин бўлмайди[5].

Р. Акофф томонидан эса қуйидагича фикр билдирилган: “ривожланиш – ташқи муҳитга боғлиқликни камайтиришга имкон берадиган салоҳият (компания қобилияти)дир” [6].

Юқоридагиларни умумлаштириб, стратегик бошқаришнинг моҳиятини қуйидагича изоҳлаш мумкин: “стратегик бошқариш – бу, узок муддатга корхона самарали фаолият юритиши ва яшаб қолишини таъминлайдиган, фаолиятида ички ва ташқи омиллар таъсирида рўй берадиган муҳим ўзгаришларга мослашиш, ривожланиш ва салоҳияти бир ҳолатдан бошқа ҳолатга ўтишини самарали бошқаришга йўналтирилган тизимдир”. Компаниянинг келгусида яшовчанлигини таъминлашга қўшимча қиймат яратишнинг янги йўллари излаб топиш ва уларни амалга ошириш орқали эришилади. Ушбу масала, ўз навбатида, компанияни нисбатан йирик тизимнинг тизимчаси деб тушуниш орқали ечилади. Бу, биринчидан, бизнес (вазифа) мазмунини, иккинчидан, унинг шакли (ташкилий жиҳати, ташкилий маданияти)ни аниқлашга ёрдам беради. Бунда шуни таъкидлаш жоизки, ажралиб туришга, янги, ноёб нарсани яратишга таяниш муваффақиятли стратегияни ишлаб чиқишнинг муҳим тамойили ҳисобланади.

Шундай қилиб, стратегик бошқарув ишлаб чиқариш тизими имкониятларининг етарли даражада сифатини аниқлаб берадиган омиллар билан мустаҳкам боғланган бўлади.

Аниқ бир ишлаб чиқариш учун бу каби омилларни аниқлаш ва ўрганиш ҳар хил тармоқларда фаолият юритадиган корхоналарни стратегик бошқаришнинг предмет-мазмун жиҳатидан аниқлаш имконини яратади, ривожланиш йўналишини таҳлил қилиш ва самаралисини танлашни шарт қилиб қўяди, стратегик салоҳиятнинг бугунги ва келгусидаги аҳволини баҳолашга, шунингдек ривожланиш мақсади ва вазифаларини белгилаб олган ҳолда муқобил стратегия вариантини танлашга имкон беради.

Қоидага кўра, корхона ривожланиши (стратегияси) билан боғлиқ масалаларни таҳлил қилишда кўплаб муаллифлар[7] алоҳида истеъмолчилар эҳтиёжини қондириш учун ишлаб чиқарилган маҳсулот, хизмат (озиқ-овқат маҳсулотлари, кийим-кечаклар, асбоб-ускуналар ва шу кабилар) ассортиментини ўзгартиришни қараб чиқадилар. Улар товар ва хизматлар бозорида, ресурслар бозорида рақобат кўрсатиб, бир қанча тармоқларда,

минтақаларда фаолият юритиши мумкин. Аммо, ишлаб чиқариш тизими эътибордан четда қолади. У учун ривожланишнинг муҳим омилларини йиғиш бир-биридан кескин фарқ қилади.

Бизнингча, нефть-газ қазиб олувчи ва унга қайта ишлов берувчи компаниялар учун муҳим омиллар 2-жадвалда келтирилган.

2-жадвал

Нефть - газ қазиб олувчи ва унга қайта ишлов берувчи компаниялар учун энг муҳим ишлаб чиқариш тизими омиллари

№	Омиллар
1	Ушбу компания (минтақа, тармоқ) ресурс базасининг ҳолати
2	Компания ишлаб чиқариш қуввати ва унинг самарадорлиги
3	Компаниянинг молиявий ресурслар билан таъминланганлик даражаси
4	Компаниянинг технологик ривожланиш даражаси
5	Энергоресурслар нархи ўзгариши (жаҳон ва ички бозорда)
6	Компания фаолият юритаётган жуғрофий минтақа тавсифи (истеъмолчилардан узоқлиги, транспорт инфратузилмаси, иқтисодий инфратузилма ривож)
7	Давлат сиёсати
8	Тармоқдаги рақобат даражаси ва шу кабилар

Манба: Муаллиф томонидан тузилган.

Нефть - газ тармоғининг энг ажралиб турадиган белгиларидан бири шундаки, ушбу тармоқда рақобат фақатгина пировард маҳсулотга нисбатан эмас, балки ресурслар бозорига нисбатан ҳам авж олади.

Бинобарин, нефть - газ қазиб олиш ва уни қайта ишлаш тармоғи ривожланиши бошқа ишлаб чиқариш элементлари ривожда муҳим ўрин тутадиган ресурс базаси, ресурс салоҳияти билан мустаҳкам боғланган. Айрим ҳудудлардаги нефть қазиб олиш билан шуғулланувчи компаниялар ишлаб чиқариш тизимидаги ўтишлар, бир ривожланиш босқичидан бошқасига (очирилиши, ривожланиши, фаолият юритиши ва ҳ.к.) ўтиши ишлаб чиқаришнинг техник, технологик, ташкилий тавсифларига таъсир қиладиган ресурс салоҳияти орқали аниқланади. Хусусан, ушбу ҳолат Л.Н. Гужновский, Н.Е. Казаков томонидан нефть қазиб олиш билан шуғулланувчи айрим минтақалар ишлаб чиқариш тизими ҳаётий цикли (ривожланиш босқичлари)ни даврларга ажратишда ўз аксини топган[8].

Шундай қилиб, нефть-газни қазиб олиш ва уни қайта ишлаш компаниялари умумий салоҳиятининг муҳим элементларини ресурс, ишлаб чиқариш ва технологик деб аташ мумкин. Улар ривожининг даражаси компания пировард ривож асосини ташкил этади. Нефть-газ қазиб олиш ва уни қайта ишлаш компаниялари стратегик бошқаруви асосида ушбу элементларни бошқариш ётиши лозим.

Қазиб олувчи тармоқ корхоналари учун стратегик масалаларни ечиш чегараланган (бошқа тармоқ корхоналарига нисбатан) усуллар ёрдамида амалга

оширилади: ташқи шароит ёмонлашиши рўй берганда тармоқ компаниялари асосан вертикал интеграция даражасини ўзгартиради, диверсификация имкониятлари, қоидага биноан, жуда чегараланган бўлади. Шу боис салоҳият асосини ташкил этувчи элементларнинг узок муддатли рақобатбардошлигини қўллаб-қувватлаш тармоқ компаниялари учун асосий мақсад саналади.

Юқорида таъкидлаганидек, стратегик қарорларнинг йўналтирилганлиги ва мазмуни тизимли ёндашув асосида аниқланади. Шу боисдан мақсадлар ривож ва аниқ стратегияни ишлаб чиқишнинг услубий асосини шакллантириш учун ишлаб чиқариш - иқтисодий тизим сифатида нефть-газ қазиб олиш ва уни қайта ишлаш билан шуғулланувчи компаниялар фаолиятини тавсифловчи асосий параметрлар ва қоидаларни аниқлаш ва уни тавсифлашни талаб этади.

Нефть-газ қазиб олиш ва уни қайта ишлаш тармоғи бутунлигича ўзида мураккаб ҳўжалик мажмуасини мужассамлаштиради. Ушбу мажмуа қуйидаги тизимлардан ташкил топади: захираларни излаб топиш ва тайёрлаш, нефть-газни қазиб олиш ҳамда уни истеъмолчига етказиб бериш. Ушбу тизимлар ўзига хос ажралиб турадиган белгиларга эга бўлиб, буларни иқтисодий таҳлилда, албатта, ҳисобга олиш зарур.

Шуни ҳисобга олиш зарурки, нефть-газ ишлаб чиқариш тармоғи унга кирувчи таркибий тузилмаларнинг шунчаки йиғиндиси эмас, балки ўз ривожига маълум ташқи қонуниятга бўйсинувчи динамик тизимдир. Таркибий тузилмалар бир-бирлари билан ўзаро боғланган.

Таркибий тизимларга ажратиш зарурати шундаки, тизим унинг ташкил этувчиларини маълум тақсимотига риоя қилгандагина муваффақиятли фаолият юритади. Масалан, геологоразведка ишларида орқада қолиш талаб этилаётган даражадаги захираларни шакллантиришга имкон бермайди, бу эса бутун тармоқ фаолияти пировард натижаси ёмонлашишини (маҳсулот қазиб олиш, ташишдаги жараёнлар такомиллаштирилганлиги билан) келтириб чиқаради. Бинобарин, нефть-газ ишлаб чиқариш тармоғи ягона функционал организм сифатида тизимли ёндашувга таянилиб ўрганилиши лозим.

Амалга оширилган тадқиқотларимиз натижасида нефть-газ комплексининг ишлаб чиқариш ва маркетинг стратегиясини такомиллаштириш бўйича қуйидаги хулосалар келиб чиқади:

1. Нефть-газ комплексининг ишлаб чиқариш сифатини бошқариш бўйича стратегик вазифаси, истеъмолчиларни қаноатлантирадиган ва бошқа мамлакатларнинг нефть-газ комплекси маҳсулотларига нисбатан рақобатда бўлган, сифатли маҳсулот ишлаб чиқариш ҳисобланади.

2. Ишлаб чиқариш стратегиясининг асосий элементларидан бири маҳсулотларни ишлаб чиқариш масштаблари ҳисобланади. Анъанавий маҳсулотларни ишлаб чиқариш масштаблари бўйича қабул қилинган стратегик қарорларда асосий жиҳатларга қуйидагилар киради: истиқболдаги талабни баҳолаш, муносиб бозорларнинг ҳаётий давр босқичлари тўғрисида маълумотлар ва асосий рақиблари бўйича берилган маълумотлар.

3. Бизнинг фикримизча, нефть-газ комплексида технологик жараёнлар бўйича замонавий шароитда амалдаги барча аҳамиятли қарорлар махсус стратегик таҳлилни талаб этади. Технология билан боғланган стратегик

қарорларни қабул қилинишини асослашда жуда кўп ҳар хил омилларни инобатга олиш зарур.

4. Ишлаб чиқариш стратегиясининг яна бир муҳим элементи маҳсулотни тезкор етказиб бериш ҳисобланади. Одатда, тезкорлик кўрсаткичи қанча кичик бўлса, шунча яхши, аммо кўп ҳолларда тезкорлик (тезланиш) дастлабки материаллар нархининг ошишига олиб келади. Бу эса маҳсулот сифатининг пасайиши ёки ускунанинг меъёридан ортиқ ишлатилиши ҳисобига амалга ошади, яъни олинган қўшимча фойда қўшимча харажатлар билан ейишиб кетади. Баъзан, ишлаб чиқариш жараёнини тезлаштиришга эришишдан кўра, таъминот жадвалини сақлаш (шартномавий муддатларга риоя этиш) муҳимроқдир.

5. Меъёрий бозор шароитларида фаолият кўрсатадиган нефть-газ комплексида замонавий ишлаб чиқариш учун инсон омили ҳал қилувчи ҳисобланади. Шунинг учун мазкур йўналиш бўйича стратегик вазифа нефть-газ комплексининг ишлаб чиқариш дастурини амалга оширишда ишлаб чиқариш персоналидан самарали фойдаланиш ҳисобланади.

6. “Ишлаб чиқаришни бошқариш” ишлаб чиқариш стратегияси позицияси(ўрни) бўйича стратегик қарорлар, нефть-газ комплексини бошқариш умумий тизимига қарашли бўлган ишлаб чиқариш менежментини ривожлантиришга дахлдордир. Ишлаб чиқариш стратегиясининг бошқа элементларидан фарқли равишда, бошқарув объекти сингари, ишлаб чиқаришни тараққий этиш бўйича қарорлар ушбу элемент бўйича айнан бошқарув тизимини ривожлантириши даркор.

7. Тегишли инфратузилмасиз ҳеч қанақа ишлаб чиқариш бўлиши мумкин эмас. Бинобарин, ишлаб чиқариш инфратузилмасини ривожлантириш бўйича стратегик қарорларни ҳамма вақт ишлаб чиқаришнинг якуний самарадорлигини ва унга харажатлар миқдорини камайтиришни таъминлайдиган реал муҳим аҳамиятга эга бўлган омил сифатида қараш лозим.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Johnson G and Scholes. K (2007). Exploring Corporate Starategy: Prentice-Hall. – P. 24

2. Қосимова Д. С. “Ўзбекнефтгаз” МХК ишлаб чиқариш салоҳиятини ривожлантириш ва ундан самарали фойдаланишни бошқариш / И.ф.д. ... дис. – Тошкент, 2006. – 57 б.

3. Абдурахманов К.Х., Абдуллаев А.М., Дадабоев Ш.Х. «Региональная экономика и управление». Учебник. / под.ред.акад.С.С.Гулямова.-Т.: Изд-во «Fan va texnologiya», 2007. –С. 750; Ансофф И. Новая корпоративная стратегия – СПб.: Питер, 1999. С.–416; Ансофф И. Стратегическое управление – М.: Экономика, 1989. –С. 519; Боумен К. Основы стратегического менеджмента – М.: Банки и биржи, ЮХИАТИ, 2005. –С.175; Виссема Х. Стратегический менеджмент и предпринимательство: возможности для будущего процветания /Пер с англ. М.: Изд-во «Финпресс», 2000. –С. 272; Тўхлиев Н. ва бошқалар. Ўзбекистон иқтисодиёти асослари./Н.Тўхлиев, Қ.Ҳақбердиев, Ш.Эрмаматов,

Н.Холматов.-Т.:“Ozbekiston milliy ensiklopediyasi” Давлат илмий нашриёти, 2006. – 280 б.

4. Қосимова Д. С. “Ўзбекнефтгаз” МХК ишлаб чиқариш салоҳиятини ривожлантириш ва ундан самарали фойдаланишни бошқариш / И.ф.д. ... дис. – Тошкент, 2006. – 112 б.

5. Авдеенко В. Н. Производственный потенциал промышленного предприятия. – М.: Экономика, 2009. –С.55.

6. Авдеенко В. Н. Производственный потенциал промышленного предприятия. – М.: Экономика, 2009. –С.42.

7. Андреев Л. Ф. Менеджмент нефтегазового предприятия: совершенствование механизма подготовки стратегических технологически ориентированных решений / А. Ф. Андреев, А. А. Синельников // Нефть, газ и бизнес. – 2002. – № 2. – С. 34-39; Бекмуродов А.Ш., Гафуров У.В. Ўзбекистонда иқтисодиётни эркинлаштириш ва модернизациялаш: натижалар ва устувор йўналишлар. Ўқув қўлланма. Т.: ТДИУ, 2007. – 102 б.; Бухалков М. И. Внутрифирменное планирование: Учебник – М.: Инфра-М, 2008. – С.392; Васильев Ю.П. Управление развитием производства: опыт США – М.: Экономика, 2007. –С.239; Виханский О. С. Стратегическое управление – М.: Гардарики, 1998. –С. 296.

8. Гужновский Л. Н. Планирование добычи нефти и подготовка запасов – М.: Недра, 1989. –С.31.