



FOYDALI BIZNES STRATEGIYASI VA AMALGA OSHIRISH REJASINI QANDAY YARATISH KERAK

Guliston tumani politexnikumi Biznes asoslari o'qituvchisi

Qosimov Ulug'bek Absalomovich

Annotatsiya. Ushbu maqolada biznes strategiyasining ahamiyati, uning turlari va amalga oshirish rejasi batafsil yoritilgan. Biznes strategiyasi kompaniyaning uzoq muddatli rivojlanish yo'nalishini belgilaydi va tadbirkorlar uchun muhim qarorlarni qabul qilishda asos bo'lib xizmat qiladi. Asosiy, raqobatbardosh va funksional strategiyalar tahlil qilinib, ularni tanlash va moslashtirish usullari ko'rib chiqilgan. Maqola, shuningdek, biznes strategiyasini tanlashda inobatga olinishi kerak bo'lgan omillarni ham yoritadi.

Kalit so'zlar: Biznes strategiyasi, tadbirkorlik, bozor tahlili, raqobat, diversifikatsiya, biznes modeli, rivojlanish strategiyasi, funksional strategiya, biznes reja, biznes jarayonlari.

Kirish. Biznes strategiyasi – bu kompaniyaning kelajakdagi rivojlanishini qanday tasavvur qilishi, o'z oldiga qanday maqsadlar qo'yishi va ularni qanday amalga oshirishni rejalashtirishidir. Strategiya dastur va harakatlar rejasining mavjudligini, resurslarni izlashni nazarda tutadi. Amalga oshirish jarayonida yangi bozor ma'lumotlari paydo bo'ladi, shu sababli strategik reja doimiy ravishda tuzatib borilishi kerak. Shu bois ideal strategiya mavjud emas. Tadbirkor har kuni yangi yechimlarni izlaydi.

Strategiyani ishlab chiqish uchun tadbirkor quyidagi savollarga javob berishi muhim:

- ✓ Qaysi bozorga yo'naltirilish kerak?
- ✓ Qanday mahsulot tanlash lozim?
- ✓ Qayerda raqobatlashish kerak?



- ✓ Qanday raqobatlashish kerak?
- ✓ Qanday mavjud aktivlar va kompetensiyalar bor?
- ✓ Mahsulot, tovar yoki taklifning qadri qanday?

Tahlil va natijlar. Agar oldinga intilish, uzoq muddatli daromadli biznes yaratish istagi bo'lsa, fikrlarni, harakatlarni, maqsadlarni va vositalarni tartibga solish zarur. Biznes strategiyasi ustida ishlash fikrlarni tizimlashtirishga, biznes g'oyani tahlil qilishga va yo'nalishni – bitta yoki bir nechta – belgilashga yordam beradi[1].

Strategiya – samarali biznesning eng muhim tarkibiy qismidir. Aynan strategiya asosida biznes modeli va biznes jarayonlari shakllantiriladi.

Biznesning samaradorligi va natijaviyligi, ishlab chiqarilgan mahsulot hajmi va sifati, rivojlanish tezligi – bularning barchasi tashkil etilgan biznes jarayonlari va qabul qilingan qarorlar natijasidir.

Biznes rivojlanish strategiyalarining turlari

Strategiyalar bir necha turga bo'linadi. Ularni kompaniya maqsadlari, bozordagi holat va biznes xususiyatlariga qarab tasniflash mumkin.

Asosiy strategiya

Bu kompaniya, uning mahsulotlari va xizmatlarini rivojlantirish bo'yicha keng qamrovli rejalashtirishdir. Ushbu strategiyaning to'rt turi mavjud:

1. Kontsentratsiyalangan o'sish. Kompaniya yaratadigan mahsulotlarga alohida e'tibor qaratadi. Bunda asosiy vositalar – mahsulot siyosati va bozor tadqiqotlaridir. Reklamaga sarmoya kiritish, mahsulotni raqobatchilarnikidan ustun ekaniga ishontirish va o'z g'oyasini kuchaytirish zarur.
2. Integratsiyalangan o'sish. Kompaniya qo'shimcha tuzilmalar va filiallar yaratadi. Masalan, boshqa bir biznesni sotib olib, mahsulotni narx qo'shib sotish orqali foydani o'ziga olishi mumkin.
3. Diversifikatsiyalangan o'sish. Bozor haddan tashqari to'yingan yoki yangi yuqori texnologiyali mahsulot paydo bo'lganda qo'llaniladi.



Tadbirkor risklarni taqsimlaydi: assortimentni kengaytirishi yoki yangi yoʻnalishda ish boshlashi mumkin.

4. Qisqartirish strategiyasi. Mahsulot dolzarbligini yoʻqotganda qoʻllaniladi. Rentabelligi past ishlab chiqarishni qisqartirish yoki butunlay yopish zarur.

Raqobat strategiyasi

Raqobat strategiyasi bozorda gʻalaba qozonish va raqobatchilar mijozlarining eʼtiborini jalb qilish uchun zarur. U uch turga boʻlinadi:

1. **Xarajatlarni boshqarish yoki tannarxni minimallashtirish**

Maqsad – ishlab chiqarish, sotish va marketing xarajatlarini raqobatchilarnikidan sezilarli darajada past darajada ushlab turish.

2. **Differensiyatsiya**

Kompaniya oʻz mahsulotining noyobligini taʼminlash orqali raqobatchilardan ajralib turadi.

3. **Fokuslangan yoki segmentatsiyalangan strategiya**

Kompaniya tor mijoz guruhiga eʼtibor qaratib, ularning ehtiyojlariga mos maxsus xizmat yoki mahsulot taklif etadi.

Funktsional strategiya

Funktsional strategiya korxona boʻlimlaridagi biznes jarayonlariga qaratilgan. U ishlab chiqarish, moliya, savdo va marketing sohalarini qamrab olishi mumkin. Kompaniyaning uzluksiz ishlashini taʼminlash uchun zarur[2].

Biznesda faqat bitta strategiya yoki uning maʼlum bir turini tanlash shart emas — moslashuvchanlik muhim ahamiyatga ega. Eng samarali yechim bir necha strategiya elementlarini birlashtirish boʻlishi mumkin.

Qanday qilib biznes strategiyasini tanlash mumkin?

Strategiyani tanlash koʻp jihatdan bozor tahliliga asoslanadi. Soha va raqobatchilar holatini baholash, barqaror raqobat taklifini ishlab chiqish va resurslarni aniqlash kerak.

Biznes strategiyasi quyidagi omillarga bogʻliq:



- **Faoliyat maydoni** — mintaq, mamlakat, xalqaro bozor yoki butun dunyo. Hudud tanlovi brendni mahalliy yoki global bozorga joylashtirishga, umuman olganda, strategik qarorlar qabul qilishga ta'sir qiladi. Brend auditoriya uchun tushunarli bo'lishi kerak.
- **Mijozlar va bozor turi** — B2B, B2C, B2G, B2L. Agar biznes B2G (davlat buyurtmalari) bo'lsa, reputatsion xatarlar bilan ishlash va tenderlarda qatnashish uchun katta byudjet zarur.
- **Asosiy hamkorlar** — investor, hammuassis yoki mentor kerakmi? Agar kerak bo'lsa, hamkorlik shartlari oldindan muhokama qilinishi, kelajakdagi nizolar yuzaga kelganda chiqish yo'llari ko'rib chiqilishi lozim.
- **Kelajak rejalari** — kompaniyani sotish, merosga qoldirish yoki kengaytirish rejalari qanday?
- **Resurslar** — bilim va tajriba, moliyaviy imkoniyatlar, aloqalar va mahsulot.
- **Xavflarni hisobga olish** — potentsial tahdidlarni oldindan ko'rib chiqish.

Strategiyani tanlash yo'nalish va maqsadlarni aniqlashdan boshlanadi. Ishni osonlashtirish uchun biznes maqsadini aniq belgilash va noaniq iboralarni bosqichma-bosqich olib tashlab, konkretlashtirish tavsiya etiladi.

Masalan. Tadbirkor biznes maqsadini belgilaydi — bolalar uchun rivojlantiruvchi markaz yaratish va shaharda birinchi raqamli bo'lish. Keyin u maqsadni aniqroq qilib tushuntira boshlaydi: bu qanday markaz bo'ladi, bolalarga qanday ko'nikmalar o'rgatiladi, kim mijoz bo'ladi, "birinchi raqamli" deganda nima nazarda tutiladi — mijozlar soni, daromad yoki boshqa mezonlar bo'yicha? Tahlil jarayonida tadbirkor dasturlash bilan bog'liq ko'nikmalarni o'rgatish g'oyasini o'ylaydi. Ammo u kuchli va zaif tomonlarini, bozor talabini o'rganib, strategiyani o'zgartirish kerakligini tushunadi. Natijada, maqsad quyidagicha o'zgaradi: "Biz bolalarga muloqot va jamoada ishlash ko'nikmalarini o'rgatamiz". Shu tariqa, biznesmen raqobatchilardan ajralib turuvchi aniq taklif yaratadi[3].

Maqsad amalga oshirilishi mumkin bo'lishi kerak. U fantastik bo'lmasligi lozim. Masalan, agar tadbirkor olti nafar dizayner ishlaydigan veb-



studiya ochmoqchi bo'lsa, lekin shaharda bu malakaga ega atigi uchta mutaxassis bo'lsa, unda bu maqsad real bo'lmaydi[4].

Xulosa. Biznes strategiyasi kompaniyaning barqaror rivojlanishi va bozor sharoitlariga moslashishi uchun muhim vositadir. Har qanday strategiya ideal bo'lib qolmaydi, balki doimiy ravishda takomillashtirilishi kerak. Tadbirkorlar bozor tahlili asosida o'z biznes yo'nalishini aniq belgilab, samarali strategik qarorlar qabul qilishlari lozim. Strategiyani tanlashda faoliyat sohasi, mijoz segmenti, hamkorlar, resurslar va potentsial xavflar e'tiborga olinishi kerak. Moslashuvchan yondashuv orqali kompaniya barqaror o'sish va uzoq muddatli muvaffaqiyatga erishishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Abduqodirov, A. (2019). *Biznes va tadbirkorlik asoslari*. Toshkent: "Iqtisodiyot" nashriyoti.
2. G'ulomov, S.S. (2020). *Strategik menejment*. Toshkent: "Yangi asr avlodi" nashriyoti.
3. Rahimov, B.R. (2018). *Biznes-reja va biznes strategiyalar*. Toshkent: "Fan va texnologiya" nashriyoti.
4. Usmonov, M., Norboyeva, D. (2021). *Biznesni boshqarish va innovatsiyalar*. Toshkent: "Iqtisodiyot va innovatsiya" nashriyoti.
5. Yo'ldoshev, U. (2017). *Tadbirkorlik asoslari va biznesni yuritish*. Toshkent: "O'zbekiston" nashriyoti.
6. Buriyeva, F. (2024). Shawkat Rahman's Translation Skills. *Miasto Przyszłości*, 55, 522-524.
7. Buriyeva, F., & Jasmina, I. (2024). Ikkinchi Jahon Urushi Davri O'zbek Adabiyotini Tahlil Qilish. *Miasto Przyszłości*, 55, 225-229.
8. Buriyeva, F., & Narzulloyeva, P. (2024). MUHAMMAD ALI SHE'RIYATIDA TARIXNING POETIK TALQINI. *Analytical Journal of Education and Development*, 4(12), 164-167.



9. Buriyeva, F. (2024). THE GRADUAL DEVELOPMENT OF LITERARY TRADITION AND INNOVATION IN POETRY (From the Post-1960s Period). American Journal of Philological Sciences, 4(11), 86-89.
10. Buriyeva, F. (2024). Zamonaviy She'riyatda Diniy-Tasavvufiy Mavzu Va Timsollar An'anaviyligi. Miasto Przyszłości, 53, 1347-1350.
11. BURIYEVA, F. (2024). FAXRIYOR IJODIY OLAMI: INDIVIDUAL USLUB VA POETIK MAHORATNING SHAKLLANISH TADRIJI. News of the NUUz, 1(1.6. 1), 303-305.
12. Tursunov, H. H., & Hoshimov, U. S. (2022). Ta'lim tizimida ko'zi ojiz o'quvchilarni informatika va axborot texnologiyalari fanida o'qitish texnologiyalar. Новости образования: исследование в XXI веке, 1(5), 990-993.
13. Kamolovich, B. E., & Hamidullo o'g'li, T. H. (2024). RAQAMLI TEXNOLOGIYALARI DAVRIDA SOHA MUTAXASSISLIK FANI BO'YICHA IQTIDORLI O'QUVCHILAR BILAN ISHLASH. Scientific Impulse, 2(18), 125-131.
14. Hamidullo o'g'li, T. H. (2022). HOZIRGI KUNNING DOLZARB IMKONIYATLARI. JAWS VA NVDA DASTURLARI. Scientific Impulse, 1(2), 535-537.
15. Hamidullo o'g'li, T. H. (2025, January). KAR VA ZAIF ESHITUVCHI YUQORI SINF O'QUVCHILARINING AXBOROT KOMPETENSIYASINI RIVOJLANTIRISH TASHKILIY-METODIK MUAMMOLARI. In International Conference on Medical Science, Medicine and Public Health (pp. 54-62).