



KORXONA (FIRMADA) SWOT ANALIZINI QO'LLASH SXEMASI VA "MCKINSEY 7S" TAHLIL MODELI

*Xoliqulov Anvar Nematovich – SamISI "Iqtisodiy tahlil va statistika" kafedrasini mudiri, i.f.n.,
professor*

SWOT analizi bosqichlari

SWOT analiz 1-bosqichi vazifalari quyidagilardan iborat:

- Tovarlar patentbardoshligi;
- Tovarlar narxi;
- Texnologiyaning progressivligi;
- Kadrlar malakasi;
- Resurslar narxi;
- Asosiy fondlar yoshi (yangi, eskiligi);
- Firmaning geografik joylashuvi;
- Infrastruktura;
- Marketing va menejment tizimi;
- Tizimga kirish va chikishda raqobat kuchi darajasi kabilar o'rganiladi.

<i>Strength (Ko'chlar)</i>	<i>Weakness (zaiflik)</i>
Zaiflikni ko'chga va tahdidni imkoniyatga aylantirish	uchun barcha kuchni sarflash
<i>Opportunities (Imkoniyatlar)</i>	<i>Threat (Tahdidlar)</i>
Firmaning kushli tomonlarini uning cheklangan imkoniyatlari	asosida rivojlantirish

SWOT analiz 2-bosqichi vazifalari quyidagilardan iborat:

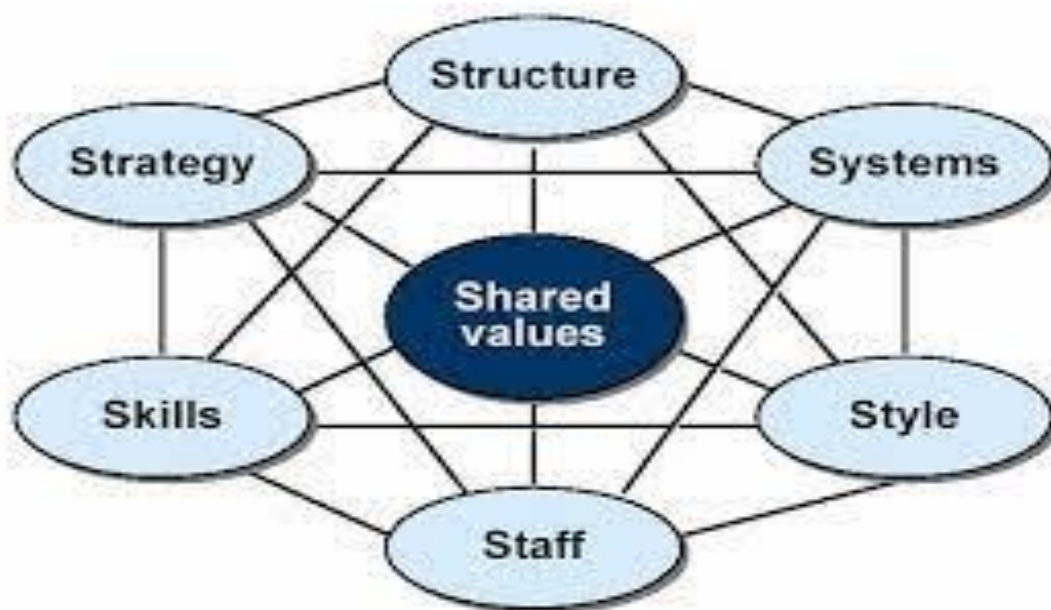
- Firmaning kuchsiz tomonlari o'rganiladi. Ishlab chiqarilayotgan tovarlarning raqobatbardoshligi barcha bozorlar bo'yicha o'rganiladi. Konkret tovarlar raqobatbardoshligining kompleks ko'rsatkichlari, foydali effekt (integral sifat ko'rsatkichi),



jami xarajatlar, tovardan foydalanish shartlari, firmaning raqobat ustunligi bo'yicha 1 bosqichdagi ko'rsatkichlar zaifligi aniqlanadi.

- 3-bosqich. Firmaga strategik va taktik tahdidilarni prognozlash va o'z vaqtida xarajatlarni kamaytirish maqsadida firmaning makro muhit omillari o'rganiladi. (siyosiy, iqtisodiy, texnologik, bozor va boshqalar).
- 4-bosqich. Firmaning tahdidni bartaraf etish, kuchlarni o'sishi va zaiflikni pasaytirish uchun zarur bo'lgan strategik va taktik imkoniyatlari (kapital aktiv va boshqalar) o'rganiladi.
- 5-bosqich. Firma strategiyasining aloxida bo'limlari proektini shakllantirish maqsadida kuchlar va imkoniyatlar muvofiqlashtiriladi.

Ta'minotchilar tovarning bozordagi raqobatbardoshligiga xom ashyo yetkazib beruvchi sifatida ta'sir ko'rsatadi. Xom ashyo narxlarining ko'tarilishi ishlab chiqarish xarajatlarining ko'payishiga va shu asosda tayyor mahsulot tannarxining oshishiga olib keladi. Agar tovarlarning chakana narxlarini ko'tarish imkoni bo'lmasa, xom ashyo narxlarining ko'tarilishi hisobidan tarmoqda tovar va xizmatlarni sotishdan keladigan foyda xajmi kamayib ketadi.



1-rasm. "McKinsey 7S" tahlil modeli

McKinsey 7S Framework — bu tashkilotning ichki tuzilmasi va samaradorligini tahlil qilish uchun ishlatiladigan **strategik boshqaruv modeli**. Model **McKinsey & Company** konsalting kompaniyasi tomonidan ishlab chiqilgan. Modelga ko'ra, tashkilot muvaffaqiyatli ishlashi uchun **7 ta o'zaro bog'liq element** bir-biriga mos va muvozanatda bo'lishi kerak.

McKinsey 7S modeli elementlari

1. Strategy (Strategiya)



Tashkilotning uzoq muddatli maqsadlari va raqobatda ustunlikka erishish rejasi.
Masalan: yangi bozorga kirish, innovatsiyalar, narx strategiyasi.

2. Structure (Tuzilma)

Kompaniya ichidagi tashkiliy tuzilma.
Kim kimga bo'ysunadi, bo'limlar qanday tashkil etilgan.

3. Systems (Tizimlar)

Kundalik ish jarayonlarini boshqaradigan protseduralar va jarayonlar.
Masalan: moliyaviy nazorat, HR tizimi, axborot tizimlari.

4. Shared Values (Umumiy qadriyatlar)

Tashkilot madaniyatining markazi.
Xodimlar amal qiladigan asosiy qadriyatlar va prinsiplar.

5. Style (Boshqaruv uslubi)

Rahbariyatning boshqaruv uslubi va tashkilotdagi liderlik madaniyati.

6. Staff (Kadrlar)

Kompaniyada ishlayotgan xodimlar va ularning rivojlanishi.

7. Skills (Ko'nikmalar)

Tashkilotning asosiy kompetensiyalari va professional qobiliyatlari.

7S modelining tuzilishi

Model 2 guruhga bo'linadi:

“Hard elements” (qattiq elementlar)

- Strategy
- Structure
- Systems

“Soft elements” (yumshoq elementlar)

- Shared Values
- Style
- Staff
- Skills

Soft elementlar odatda madaniyat va inson omiliga bog'liq.

Modelning asosiy g'oyasi

Agar bir element o'zgarsa, qolgan elementlar ham moslashtirilishi kerak.
Masalan: yangi strategiya → yangi tuzilma → yangi ko'nikmalar talab qiladi.

Qo'llanishi:

- strategik rejalashtirish
- tashkilotni qayta tashkil qilish



- kompaniya samaradorligini oshirish
- o'zgarishlarni boshqarish

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YHATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. «O'zbekiston — 2030» strategiyasi to'g'risida. –Toshkent. 12.09.2023 yil.
2. Sh.M. Mirziyoev. Tanqidiy taxlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik- xar bir raxbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak. -Toshkent: O'zbekiston, 2022. - 104 b.
3. Parдавev M.Q., Xoliqulov A.N., Yahyoyev T.I. Iqtisodiy tahlil. Darslik, Samarqand.: Fan bulog'i nashriyoti uyi, 2024, 410 bet bet. T.:
4. Xoliqulov A.N. Birlashish va qo'shib olish. O'quv qo'llanma Samarqand.: Fan bulog'i nashriyoti uyi, 2022, 216 bet
5. Xoliqulov A.N., Maxmudova D.P. Iqtisodiyotni strategik rivojlantirish sharoitida kichik biznesni boshqarishni takomillashtirish. Monogpafiya. Samarqand, SamDCHTI nashrmatbaa markazi, 2020 yil – 126 bet
6. Xoliqulov A.N., Ibodov K.B. Monopoliyaga qarshi boshqaruv nazariyasi. Darslik, Samarqand.: Fan bulog'i nashriyoti uyi, 2024, 360 bet
7. Xoliqulov A.N. Xizmat ko'rsatish korxonalarini samaradorligini tahlil qilishning metodologiyasini takomillashtirish yo'nalishlari. Monografiya. Samarqand iqtisodiyot va servis instituti – Samarqand.: “STEP-SEL” MCHJ. Nashriyoti, 2023 - 276 bet
8. Xoliqulov A.N., Usmanova D.Q., Raximov X.A. Korxonalar raqobatbardoshligini baholash. O'quv qo'llanma. Samarqand, Turonnashr nashriyoti, 2021 y. – 210 bet.