

МЕДИЦИНА, ПЕДАГОГИКА И ТЕХНОЛОГИЯ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Researchbib Impact factor: 11.79/2023

SJIF 2024 = 5.444

Том 2, Выпуск 4, 30 Апрель

STRATEGIK REJALASHTIRISHNI VAZIFALARI

Turopova Nigora Xolmurod qizi

Termiz davlat universiteti o'qituvchisi

nturopova@tersu.uz

Eshpo'latov Najmiddin Faxriddin o'g'li

Termiz davlat universiteti talabasi

Annotatsiya. Ushbu maqolada rivojlangan mamlakatlar tajribasini kuzatish va o'rganish asosida strategiyalar ishlab chiqilgan. Tashkilotni rivojlantirishda muvaffaqiyatli strategiyalarni to'g'ri tanlash va ulardan foydalanish uchun bir qancha tamoyillar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: strategiya, tashkilot, missiya, menejment, ishbop strategiya, strategiyaga ta'sir etuvchi omillar.

Strategiya umumiy tarzda firmaning mavqeini mustahkamlash iste'molchilarning talablarini qondirish va qo'yilgan maqsadlarga erishishga qaratilgan boshqarish rejasidir. Aniq strategiyani tanlash rivojlanishning mumkin bo'lgan turli yo'llari va usullari ichi-dan eng maqbulini tanlab olish demakdir.

Strategiyani ishlab chiqish menejerlarning asosiy funksiyalaridan biridir. Strategiya qanchalik yaxshi o'ylangan va amalga oshirilgan bo'lsa kompaniya mavqei shunchalik kuchayadi.

Rejalashtirish siyosati va darajasi quyidagi muhim shartlar bilan belgilanadi:

Boshqaruvning barcha darajasidagi rahbarlikning bilimdonligi bilan; funksional bo'limlarda ishlayotgan mutaxassislar malakasi bilan; axborot bazasining mavjudligi va kompyuter texnikasi bilan ta'minlanganligi bilan. Rejalashtirish firma imkoniyatlaridan qulay foydalanishga, jumladan, barcha turdagi resurslardan eng yaxshi foydalanish va firma faoliyati samaradorligini pasayishiga olib keladigan xatoli harakatlarning oldini olishga yo'naltirilgan.

Kompaniya menejerlarining tashkilot faoliyatining qanday turlari bilan shug'ullanmoqchi va kelajakda qanday bo'lmoqchi degan masalaga qarashlari strategik ko'rish deyiladi. Strategik ko'rish biz kimmiz, nima qilyapmiz, nima qilmoqchimiz degan savollarga javob beradi. Bazan kompaniyalar o'zining vazifasini noto'g'ri belgilab, uni faqat foydada ifodalaydilar. Biroq foyda

МЕДИЦИНА, ПЕДАГОГИКА И ТЕХНОЛОГИЯ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Researchbib Impact factor: 11.79/2023

SJIF 2024 = 5.444

Том 2, Выпуск 4, 30 Апрель

kompaniya bajaradigan ishning natijasidir. Faqat foyda olishga qaratilgan kompaniyaning missiyasi korxonalarni bir biridan farqlash imkonini yo'qotadi. Har bir kompaniya o'zining qiyofasi, imidjiga ega bo'lishi kerak.

Strategiya tuzishga yondashuvlar quyidagicha bo'ladi.

1. Bosh strategik yondashuv bunda strategiyani boshliqning o'zi ishlab chiqadi. Bunday holda boshqaruvchi ahvolni baholashga muqobil strategiyalarga kuchli ta'sir qiluvchi asosiy tadbirkor sifatida chiqadi.

2. Vakolatlarni berish yondashuvi – bunda strategiyalarni tuzish xodimlarga yoki komissiyaga topshiriladi. Bunday holda ma'sul boshqaruvchi strategiyani ishlab chiqishni strategic rejalashtirish bo'yicha personalga yoki ishonch bildirgan xodimlardan tuzilgan maxsus komissiyaga topshiradi.

3. Qo'shma (kollaboratsion) yondashuv. Bu avvalgi ikkita yondashuv o'rtasidagi oraliq variant. Bunday usulning eng kuchli tomoni shundaki strategiyani ishlab chiqish kimlarga topshirilgan bo'lsa uni o'shalarning o'zlari bajarishlari lozim bo'ladi.

4. Tashabbusli yondashuv. Bunday yondashuvda boshqaruvchi kelishilgan strategiyani ishlab chiqish uchun strategiya detallarini ishlab chiqishdan ham, g'oyalar generatorlari guruhini boshqarishdan ham ham manfaatdor emas.

Strategiyani belgilovchi omillar doim bir biridan farq qiladi. Firma hami sha ham o'zi xohlagan strategiyani tanlay olmaydi. Uning harakatlari qonun, davlat siyosati, ijtimoiy tartiblash va jamiyat mavqei bilan belgilanadi.

Kompaniya strategiyasini belgilovchi omillar.

Tashqi omillar -Ijtimoiy , siyosiy sharoitlar va qonunchilik.

Tarmoqning jozibadorligi raqobat shartlari

Kompaniya uchun imkoniyatlar va xavf- xatarlar.

Ichki omillar -Kompaniyaning kuchli va zaif tomonlari, bozordagi raqobat mavqei .

Shaxsiy manfaat, biznes falsafasi, ahloqiy tamoyillar.

Aksiyalarning qiymati va kompaniya madaniyati.

Muvaffaqiyatli strategiya yaratish tamoyillari

Tadbirkorlik tajribasi qayta qayta isbotlaydiki kompaniyani barbod qiladigan harakatlarga qarshi strategiyani yaratish quyidagi prinsiplarga asoslanadi. Quyidagi prinsiplar a'lo strategiyani yaratishda qo'l keladi.

МЕДИЦИНА, ПЕДАГОГИКА И ТЕХНОЛОГИЯ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Researchbib Impact factor: 11.79/2023

SJIF 2024 = 5.444

Том 2, Выпуск 4, 30 Апрель

- Strategik harakatlarni yarating va tadbiriq etish jarayonida kompaniya uzoq muddatli raqobatbardoshligini ta'minlaydiganlarini afzal ko'ring. Mustahkam raqobatbardoshlikni ta'minlash uchun investitsiya qiling.

- Hech qachon raqobatchi korxonalarining javob reaksiyasini past baholamang. Raqobatchini kuchli tomoniga qaraganda zaif tomoniga hujum qilish qulayligini unutmang.

- Xarajatlarning ishonchli ustunligiga ega bo'lmay turib narxni pasaytirishga harakat qilmang. Kuchli raqobat mavqeiga va yetarli moliyaviy resurslarga ega bo'lmay turib moliyaviy qudratli kompaniyalarga hujum qilishda ehtiyot bo'ling.

AQSh menejmentida rejalashtirish 1 yildan 5 yilgacha. Yaponiyada rejalar 5 yildan 15 yilgacha bo'lgan muddatga ishlab chiqiladi, chunki kompaniyaning maqsadi, qoida tariqasida, maksimal foyda olish emas, balki korporatsiyaning bozor ulushini oshirish va uning rivojlanish istiqbollari ta'minlashdir. Amerika kompaniyasi uchun joriy rentabellikka e'tibor qaratgan holda tanlangan taktik maqsadlarga muvofiq, qisqa muddatda daromadni oshirish uchun barcha turdagi resurslarni taqsimlash va qayta taqsimlash nuqtai nazaridan boshqaruv tizimlarining maksimal moslashuvchanligiga e'tibor qaratish odatiy holdir.

Yaponiya kompaniyalarida rejalashtirish texnik va texnologik innovatsiyalarga qaratilgan. Tarixiy jihatdan Yaponiya Evropa va Amerikaning ilg'or texnologiyalari va texnologiyalarini faol o'zlashtirgan korporatsiyalar ko'tarildi va gullab-yashnadi. Innovatsiyalar yapon biznesining shiori bo'lib, u o'nlab yillar davomida yaponlarning boshqa mamlakatlardan qoloqlikni yengib o'tishga intilishidan kelib chiqqan va pirovardida Yaponiya iqtisodiyotini yetakchi o'ringa ko'tarishga hissa qo'shgan. Shu sababli, hozir ham kompaniyalar foydasi ning katta qismi tadqiqotga, yangi mahsulotlarni ishlab chiqishga, xodimlarni to'liq va har tomonlama o'qitishga yo'naltiriladi, ularning aksariyati muhandislik ixtisosligiga ega. Bu, shuningdek, Amerika firmalaridan muhim farqi bo'lib, unda xodimlarning aksariyati iqtisodiy yoki yuridik ma'lumotga ega va ishlab chiqarish jarayonlarini juda yaxshi tushunadi.

XULOSA

Strategiya korxonaning muvaffaqiyatini ta'minlash uchun rahbariyat foydalanadigan tadbir choralar majmuasidan iboratdir. Imkoniyat va xavf xatarlar nafaqat kompaniya vaziyatini balki harakat yo'nalishini ham ko'rsatadi. Strategik rejalashtirish kontseptsiya sifatida tashkilotning o'zi aniqroq va osonroq va osonroq

МЕДИЦИНА, ПЕДАГОГИКА И ТЕХНОЛОГИЯ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Researchbib Impact factor: 11.79/2023

SJIF 2024 = 5.444

Том 2, Выпуск 4, 30 Апрель

bo'lishidan ancha aniqroq. Birinchidan, rasmiylashtirish darajasi ancha yuqori. Ikkinchidan, olingan hujjatlar jarayonining tarkibi aniq. Ushbu turdagi rejalashtirish bo'yicha biz biznesni boshqarish va rivojlantirish bo'yicha uzoq muddatli choratadbirlar majmuasini ishlab chiqish bo'yicha tizimli tartibni tushunamiz. Ushbu kompleks uzoq muddatda qabul qilish va saqlash orqali foydani yaratishni kafolatlashi kerak raqobat ustunligi. Strategik rejalashtirishning mohiyati biznes strategiyasining o'ziga xos muhim jihatlaridan iborat. Birinchidan, rejalashtirish jarayoni biznesning ildiz muammosi sabablarini istisno qilish uchun ishlab chiqilgan. Muammolar deyarli doimo kompaniyaning boshqaruv tizimida bo'lib o'tadi va tashqi bozor muammolari va ichki tahdidlarni aks ettiradi. Ikkinchidan, korxonada strategik rejalashtirish uning uzoq muddatli maqsadlari, ehtimolligi va kelajakda xavfli vaziyatlarni minimallashtirish imkoniyatlari o'rtasida muvofiqlikni yaratish uchun muhim tartibdir.

Rejalashtirish maqsadi uzoq muddatli tabiatning asosiy va maqbul echimlarini qabul qilishdir, strategik boshqaruv strategiyada keltirilgan natijalarga erishishga qaratilgan. Natijalar bozor ulushi, yangi mahsulotlar, bozorlar, texnologiya va boshqalar. Strategik boshqaruv haqida gapirganda, biz birinchi navbatda rejalashtirish natijalarini beradigan tashkiliy harakatlarni nazarda tutamiz. O'z navbatida, strategik rejalashtirish analitik va rejalashtirish jarayonidir.

REFERENCES

1. Abdullayev Y. To'laganova Sh. "Menejment va marketing asoslari" T.: TMI 2020yil.
2. Azimovna M. S., Shokhrukhovich U. F. Ways to expand network marketing and ecommerce in the wholesale of medicines //INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN COMMERCE, IT, ENGINEERING AND SOCIAL SCIENCES ISSN: 2349-7793 Impact Factor: 6.876. – 2022. – T. 16. - №. 06. – C. 113-116.
3. G'ulomov S.S. "Menejment asoslari" O'quv qo'llanma.- T.: ToshDIU, 2006 yil. Sharifxo'jaev M, Abdullaev Y. "Menejment". Darslik – T.
4. Qosimov F.M. "Menejment": Oliy o'quv yurtlari uchun
5. R. Valijonov, O. Qobulov. Menejment. Namangan. Ibrat. 1996.
6. Azimovna M. S., Abdurozиковich M. Z. Features of the pharmaceutical market of the Republic of Uzbekistan
7. Буранова Л. В. и др. Зарубежный опыт ипотечного жилищного кредитования //O'zbekistonda fanlararo innovatsiyalar va ilmiy tadqiqotlar jurnali. – 2023. – T. 2. – №. 19. – C. 437-345.
8. Turopova N. O 'zbekiston moliya tizimida mahalliy moliyaning o 'ziga xos xususiyatlari. – 2023.