Qabul qilindi: 17-noyabr 2026-yil • Ma’qullandi: 19-noyabr 2026-yil • Nashr qilindi: 21-noyabr 2026-yil

KORXONANING STRATEGIK NAZARIYASI

Otamurodova Dildora Abdukarimovna

Termiz davlat muhandislik va agrotexnologiyalar universiteti, Iqtisodiyot va biznesni boshqarish kafedrasi katta o‘qituvchisi

Aralova Farida Allaberdiyevna

Termiz davlat muhandislik va agrotexnologiyalar universiteti 4-bosqich talabasi

Haqberdiyeva Maftuna Sultonboy qizi

Termiz davlat muhandislik va agrotexnologiyalar universiteti 4-bosqich talabasi

Nurmatova Oysuluv Hamza qizi

Termiz davlat muhandislik va agrotexnologiyalar universiteti 4-bosqich talabasi



Annotatsiya: Ushbu tezisda korxonaning strategik nazariyasi, strategik boshqaruvning mazmuni va mohiyati, korxona faoliyatini uzoq muddatli rejalashtirish hamda rivojlantirishning nazariy asoslari yoritilgan. Shuningdek, korxonaning ichki va tashqi muhitini tahlil qilish, raqobatbardoshlikni oshirish, mavjud resurslardan samarali foydalanish va strategik qarorlar qabul qilish masalalari tahlil qilingan.

Kalit so‘zlar: korxona, strategiya, strategik boshqaruv, rejalashtirish, raqobat, rivojlanish, iqtisodiy samaradorlik, innovatsiya, boshqaruv.

Аннотация: В данной тезисной работе рассматриваются стратегическая теория предприятия, содержание и сущность стратегического управления, теоретические основы долгосрочного планирования и развития деятельности предприятия. Также анализируются вопросы изучения внутренней и внешней среды предприятия, повышения конкурентоспособности, эффективного использования имеющихся ресурсов и принятия стратегических управленческих решений.

Ключевые слова: предприятие, стратегия, стратегическое управление, планирование, конкуренция, развитие, экономическая эффективность, инновации,

управление.

Abstract: This thesis examines the strategic theory of an enterprise, the content and essence of strategic management, and the theoretical foundations of long-term planning and business development. It also analyzes the internal and external environment of an enterprise, improving competitiveness, efficient use of available resources, and making strategic management decisions.

Keywords: enterprise, strategy, strategic management, planning, competition, development, economic efficiency, innovation, management.

Korxonaning strategik nazariyasi — bu korxonaning uzoq muddatli maqsadlarini belgilash, ushbu maqsadlarga erishish uchun zarur bo‘lgan yo‘nalishlarni aniqlash hamda mavjud resurslardan oqilona foydalanish mexanizmlarini o‘rganuvchi nazariy va amaliy bilimlar tizimidir.

Strategik boshqaruv korxonaning kelajakdagi faoliyatini oldindan rejalashtirish, tashqi va ichki muhitdagi o‘zgarishlarga moslashish hamda barqaror rivojlanishni ta’minlashga xizmat qiladi. Bunda korxonaning moliyaviy, moddiy-texnik, mehnat va axborot resurslari hisobga olinadi.

Korxona strategiyasini ishlab chiqishda, avvalo, uning missiyasi va asosiy maqsadlari belgilanadi. Missiya korxonaning jamiyat va iste’molchilar oldidagi asosiy vazifasini ifodalasa, strategik maqsadlar kelajakda erishilishi lozim bo‘lgan natijalarni belgilaydi.

Strategik boshqaruv jarayoni bir necha muhim bosqichlardan tashkil topadi. Birinchi bosqichda korxonaning ichki va tashqi muhiti tahlil qilinadi. Ichki muhit tahlilida korxonaning ishlab chiqarish salohiyati, moliyaviy holati, kadrlar imkoniyati va texnologik ta’minoti o‘rganiladi. Tashqi muhit tahlilida esa raqobatchilar, iste’molchilar talabi, bozor sharoitlari, iqtisodiy va huquqiy omillar hisobga olinadi.

Ikkinchi bosqichda korxonaning strategik maqsadlari belgilanadi. Uchinchi bosqichda ushbu maqsadlarga erishish uchun tegishli strategiya ishlab chiqiladi. Keyingi bosqichda strategiya amaliyotga joriy etilib, uning bajarilishi doimiy nazorat qilinadi va natijalar baholanadi.

Korxona strategiyasining muhim yo‘nalishlaridan biri ishlab chiqarish strategiyasidir. Ushbu strategiya mahsulot sifatini yaxshilash, ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish, zamonaviy texnologiyalarni joriy etish va mehnat unumdorligini oshirishga qaratiladi. Marketing strategiyasi esa mahsulotlarni bozorda samarali joylashtirish, iste’molchilar ehtiyojlarini o‘rganish va korxonaning bozordagi mavqeini mustahkamlashga xizmat qiladi.

Shuningdek, moliyaviy strategiya korxonaning moliyaviy barqarorligini ta’minlash, investitsiyalarni jalb qilish va mablag‘lardan samarali foydalanishni nazarda tutadi. Innovatsion strategiya esa yangi texnologiyalar, zamonaviy boshqaruv usullari va ilg‘or ishlab chiqarish tajribalarini joriy etish orqali korxonaning rivojlanish imkoniyatlarini kengaytiradi.

Korxona strategiyasini ishlab chiqishda SWOT tahlil usulidan foydalanish ham katta ahamiyatga ega. Ushbu usul orqali korxonaning kuchli va zaif tomonlari, mavjud imkoniyatlari hamda tashqi xavf-xatarlari aniqlanadi. Natijada korxona o‘z faoliyatini yanada takomillashtirish va raqobatbardoshligini oshirish bo‘yicha asoslangan qarorlar qabul qilishi mumkin.

Hozirgi davrda korxonalarning strategik rivojlanishida raqamli texnologiyalar, avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlari, ekologik xavfsizlik va mehnat muhofazasi talablariga rioya etish ham muhim o‘rin egallaydi. Chunki ishlab chiqarish samaradorligini oshirish bilan bir qatorda xodimlar uchun xavfsiz mehnat sharoitlarini yaratish ham korxonaning uzoq muddatli barqarorligiga xizmat qiladi.

XULOSA

Xulosa qilib aytganda, korxonaning strategik nazariyasi zamonaviy boshqaruv tizimining muhim tarkibiy qismi bo‘lib, korxonaning uzoq muddatli rivojlanishini ta’minlashda katta ahamiyatga ega. Strategik boshqaruv orqali korxona o‘z maqsadlarini aniq belgilaydi, ichki va tashqi imkoniyatlarini baholaydi, mavjud resurslardan samarali foydalanadi hamda raqobat muhitida o‘z mavqeini mustahkamlaydi. Korxonalarda strategik rejalashtirishni takomillashtirish, innovatsion texnologiyalarni joriy etish, mehnat unumdorligini oshirish va xavfsiz ishlab chiqarish sharoitlarini yaratish kelajakdagi barqaror

rivojlanishning muhim omillari hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Ansoff I. H. Corporate Strategy. McGraw-Hill, 1965.

2. Porter M. E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. Free Press, 1980.

3. Mintzberg H., Ahlstrand B., Lampel J. Strategy Safari. Free Press, 1998.

4. David F. R., David F. R. Strategic Management: A Competitive Advantage Approach. Pearson.

5. O‘zbekiston Respublikasining korxonalar faoliyati va tadbirkorlikka oid qonunchilik hujjatlari.

