

- минтақавий аҳамиятга молик илмий, илмий - техникавий ва инновацион маҳсулотларга минтақавий буюртманинг йўналтирилганлигини ошириш;
- илмий-техник ва инновацион дастурлар ва минтақавий аҳамиятга молик лойиҳаларни амалга ошириш учун давлат ва бюджетдан ташқари манбалардан инвестицияларни жалб қилиш;
- ихтирочилик фаолиятини рағбатлантириш, маҳсулот ва технологияларнинг патент хавфсизлиги даражасини ошириш, минтақанинг патент бозорини уларга хорижий патентлар оқимидан ҳимоя қилиш;
- барча даражадаги бюджетлари орқали бажариладиган илмий тадқиқотлар натижаларига миллий устуворликни ҳимоя қилишга кўмаклашиш ва мулкдорларнинг муаллифлик ва патент эгалари манфаатларини ҳимоя қилиш;
- инновацион фаолиятни бизнес режалаштиришни ривожлантириш;
- илмий, илмий - техникавий ва инновацион фаолиятнинг барча субъектлари томонидан унинг оқиши-муҳрланишининг белгиланган тартибига, ушбу соҳадаги қонун ҳужжатлари талабларига риоя этилиши.

Юқорида келтирилган вазифаларни инобатга олган ҳолда, инновацион фаолиятни фаоллаштириш, инновацияларни яратиш, фойдаланиш ва тарқатишни рағбатлантириш учун минтақанинг инновацион дастурларини шакллантириш механизмин жорий этиш керак, бу минтақанинг инновацион соҳасидаги сифат ўзгаришларига имкон беради.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

Kalmuratov B.S The role of strategies in the sustainable development of industry in the Republic of Uzbekistan//Science and Education in Karakalpakstan//№1/2 (31) 2023 160-165 page.

Калмуратов Б. С., Бекимбетов Д. Р. Повышение эффективности стратегического управления в развитии региона//Бюллетень науки и практики / Bulletin of Science and Practice <https://www.bulletennauki.ru/> Т. №7 2023 304-309 стр

Bekimbetov D. R. Foreign experience of efficient strategic management of the service sector//Science and Education in Karakalpakstan//№2/1 (32) 2023 62-68 page.

Бекимбетов Д. Р. Особенности стратегического управления сферы услуг в условиях цифровой экономики//Хоразм Маъмур академияси ахборотномаси 2023-5/2. 97-102 стр

КОРХОНАДА СТРАТЕГИК ВА ЛОЙИҲАВИЙ БОШҚАРУВНИНГ АҲАМИЯТИ

Ф.Ф.Элмуродов, магистрант

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Бизнес ва тадбиркорлик олий мактаби

Бугун Янги Ўзбекистонда тадбиркорлар ва бизнес вакиллари кенг имкониятлар яратилиб, соҳа янги босқичга кўтарилмоқда. Ислохотлар жараёнида тадбиркорлик субъектлари, кичик ва ўрта бизнес вакиллари фаолиятини ривожлантириш учун зарур шарт-шароитлар яратиш мақсадида бир қатор муҳим тадбирлар амалга оширилди. Бу эса ўз навбатида тадбиркорлар ҳамда бизнес вакиллариининг масъулиятини ошириб, ташкилот ёки корхоналарни

бошқаришни тўғри ташкил этиш ва берилаётган имкониятлардан тўғри фойдаланишни талаб этади.

Яхши ишлаб чиқилган бошқаришнинг сифати корхоналар фаолиятининг самарадорлигини белгилаб беради. Шу боис корхоналарга энг замонавий техника ва технологиялар ҳамда бошқарувни жалб этиш бугунги кундаги устувор вазифалардан бири саналади. Ҳар қандай корхонанинг узок муддатли ютуқлари ишлаб чиқилган стратегия ва уни амалага оширишдаги режа ҳамда лойиҳаларига боғлиқ бўлади. Агар корхонанинг ривожланиш стратегияси бўлмаса у ёки бу хатоликлар билан ишлаб чиқилган бўлса, бу ҳол корхонага бозорда барқарор ва мустаҳкам ўрин эгаллаш учун имкон бермайди.

Ишлаб чиқилган стратегияни амалга ошириш жиддий жараён ҳисобланади, чунки айнан уни муваффақиятли бажариш ҳолатида корхона кўйилган мақсадларга эришиши учун имконият яратади. Кўп ҳолатларда корхоналар ўзи танлаган стратегияни амалга ошира олмайдилар. Бу нотўғри таҳлил ўтказилиши ва ҳулосалар қилиниши, ташқи муҳитда кузда тутилган ўзгаришлар содир бўлиши натижасида вужудга келади. Бироқ стратегия бажарилмаслигининг асосий сабаби бошқарувни корхона потенциалини стратегияни реализация қилишга етарли даражада жалб қила олмаслигидадир.

Стратегик бошқарув –бу стратегияни, унинг таълимотини, уларда жамланган рақоботга оид афзалликларни, устуворликларни, мақсадлари ҳамда стратегиялаш объектининг фундаментал мақсадлари ва манфаатларини ифодалашга кўмаклашувчи вазифаларига мос равишда стратегик бошқарув тизимини шакллантириш ва унинг амал қилиш жараёнидир.

Стратегик бошқарув – бу корхонанинг атроф-муҳит билан ўзаро таъсирини бошқариш орқали корхонанинг миссиясига эришишга қаратилган бошқарув жараёнидир

Ўзгарувчан муҳитда, хавф ва ноаниқлик билан, ўтган тенденцияларга асосланган кенг тарқалган экстраполяция усуллари барқарор иқтисодиёт учун мос келади. Шунинг учун стратегик ёндашув талаб этиладики, унинг асосини корхона миссияси ва мақсадлари, стратегик вазифаларни ҳал этиш белгилайди: қайси маҳсулотларни ишлаб чиқариш, қайси бозорларга кириш, қайси бизнесни ривожлантириш ташкил этади.

И.Ансоффнинг қарашларида стратегик бошқарув тизимида корхонанинг истиқболларини ўрганиш ва уларга таъсир қилувчи омилларни баҳолаш муҳим ўрин тутди. Унинг эътиборида корхона доим риск билан ишлаши, унинг узок муддатли фаолияти учун прогнозлар тузиш, экстраполяция усулини қўллаш зарур.

Корхоналар фаолият самарадорлигини ошириш ва молиявий ҳолатини яхшилашда лойиҳа бошқарувини ҳам ўрни каттадир. Корхоналар лойиҳа бошқарувидан мақсад ва вазифаларга эришиш учун стратегик қобилият ва ёрдамчи сифатида фойдаланади. Стратегия корхоналарнинг мақсадларини белгиласа, лойиҳавий бошқарув эса мақсадлардан бирини олади ва керакли натижани бериш учун харажатлар, жадваллар ва ресурсларни бошқаради.

Жамият учун фойдали бўлган мақсадли фаолиятнинг 40% турли лойиҳалар ва дастурлар орқали амалга оширилади.

Лойиҳани бошқариш қуйидагиларга имкон беради:

- корхонага энг катта фойда келтирадиган ташаббусларни амалга ошириш орқали режалаштирилган кўрсаткичларнинг бажарилишини таъминлаш;

- лойиҳа амалга оширилган эҳтиёжларни қондирадиган керакли сифат натижаларини олиш;

- натижаларни олиш учун белгиланган муддатларга риоя қилиш, шу жумладан ташкилотнинг лойиҳага боғлиқ иши билан мослашиш;

- ресурсларни - молиявий, моддий ва меҳнатни самарали бошқариш кабилар.

Кичик ва ўрта бизнес ўз стратегик мақсадларига эришиш учун лойиҳалардан фойдаланганда, улар икки жараён ўртасидаги фарқлардан хабардор бўлишлари керак. Корпоратив стратегия ҳам, лойиҳа бошқаруви ҳам режалаштириш ва назорат қилиш хусусиятларига эга бўлса-да, уларни амалга ошириш ва бажариш тафсилотлари бир хил эмас. Корпоратив стратегия корхона умумий ривожланишининг йўналишини мақсадини кўрсатади. Бу боскичда субъект иктисодий фаолиятининг шакл ва турлари мажмуаси ҳақида қарор қабул қилинади. Лойиҳа бошқаруви мақсадлардан бирини олади ва керакли натижани бериш учун харажатлар, жадваллар ва ресурсларни бошқаради.

Корхоналар стратегиясини ишлаб чиқишда ва амалга оширишда менежерлар муҳим роль ўйнайди. Стратегиялар учун менежерлар ўз фикр-мулоҳазаларни доимий такомиллаштириш, ҳаракатларни нозик созлаш учун ишлатадилар, шунинг учун улар исталган самарадорлик даражаларига яхшироқ ҳисса қўшадилар. Лойиҳа менежерлари тузатиш чораларини кўришлари кераклигини аниқлаш учун фикр-мулоҳазалардан фойдаланадилар.

Стратегик лойиҳалар бир ёки бир нечта стратегик мақсадларга эришиш учун ишлаб чиқилади. Булар келажақда сотиш мақсадларига эришиш учун янги корхоналарни сотиб олишни ўз ичига олиши мумкин. Ушбу лойиҳаларнинг мақсади: “Белгиланган йил давомида қаерда бўлишни хоҳлаймиз?” деган саволга йўл харитасини тақдим этишдир.

SWOT-таҳлил стратегик режалаштириш усули ҳисобланиб, ташкилотнинг ички ва ташқи муҳитлардаги мавжуд омилларини аниқлашга йўналтирилган. Улар тўртта категорияга ажратилади, яъни Strengths (кучли томонлари), Weaknesses (бўш томонлари), Opportunities (имкониятлари) ва Threats (хавф-хатарлари).

Корхоналарнинг фаолият кўрсатиш тенденциялари ва қонуниятларини таҳлил қилиш ҳамда стратегик бошқарув тамойиллари асосида унинг рақобатбардошлигини ошириш зарурлиги баҳоланади.

Ушбу турдаги лойиҳалар SWOT ёки Кучли томонлар-заиф томонлар-имкониятлар таҳдидлар таҳлилидан келиб чиқиши мумкин, бунда ташкилот ҳозирда қаерда бўлиши керак деб ҳисоблаган билан солиштирганда аниқлаши керак. (1 жадвал)

Корхоналар ривожланишининг SWOT таҳлили

Кучли томонлари	Кучсиз томонлари
Корхоналарни ривожлантириш бўйича давлат дастурлари ишлаб чиқилганлиги	Корхоналарда замонавий хизмат турларини ривожлантириш бўйича кадрлар етишмаслиги
Корхоналарга берилаётган молиявий имкониятлар	Маҳсулот ва хизматларни экспорт қилишда инфратузилмалар етишмаслиги
Корхоналарда экспорт қилиш имкониятларининг юқорилиги	Маҳсулотларни сотиш ва сақлашдаги муаммоларнинг мавжудлиги
Имкониятлари	Хавф-хатар ёки таҳдидлари
Корхоналарда маҳсулот ва хизматларни диверсификациялаш имкониятлари	Ички ва ташқи бозорларда нарх навларнинг ўзгариши
Корхоналарга берилаётган молиявий имкониятлар ва имтиёзлар	Жаҳон бозорида рақобатнинг кучайиши
Хорижий бозорларга чиқиш имконияти	Давлатлардаги иқтисодий-сиёсий вазият ўзгариши

Келтирилган жадвалдан кўриниб турибдики, корхоналар фаолиятини бошқаришда кучли томонлар билан бир қаторда, заиф томонлари ҳам мавжуд экан. Шунинг учун бошқарув ва хўжалик субъектлари раҳбарлари бўш томонларга алоҳида жиддий эътибор беришлари керак, акс ҳолда қутилган иқтисодий самарадорликка эришиб бўлмайди. Охир-оқибатда корхона фаолияти иқтисодий ривожланишнинг омили эмас, балки унинг тескарасига айланиши мумкин.

Хулоса ва таклифлар. Стратегия устуворликларни ҳисобга олиб, корхона характеристикасини ҳамда маҳсулот рақобатбардошлигини интеграцияловчи йиғма кўрсаткични аниқлашга асосланган корхонанинг рақобатбардошлигини баҳолаш услубидан кенг фойдаланиш зарур. Корхонанинг рақобатбардошлигини баҳолаш – ишлаб чиқарилаётган товарлар, амалга оширилаётган ишлар, кўрсатилаётган хизматлар бозорида кластер иштирокчиларининг барқарорлигини ошириш учун, илғор технологияларни жорий этишнинг инновацион дастури билан бирлашган корхона ва субъектларнинг барқарор ҳудуд-тармоқ шерикчилиги асосида кластер ёндашувдан самарали фойдаланиш имконини беради.

Барқарорлик - корхона фаолиятининг натижадорлигидан, рақобатбардош салоҳиятини амалга оширишдан, рақобатбардошлик эса - корхонанинг ишлаб чиқариш қувватларидан самарали фойдаланиш ҳамда рақобатбардош маҳсулотни сотишдаги имкониятини белгилашдан иборат бўлганлиги учун, бу тушунчаларнинг бирга қўшилишини ҳисобга олиш, корхонага ўз рақобатбардошлигини оширишнинг оптимал стратегиясини шакллантириш имконини бериш лозим.

Корпоратив стратегиянинг асоси, бизнес стратегияни яратиш, мақсадлар, асосий кўрсаткичлар, стратегик йўналишлар, ҳаракатлар, ресурслар, мақсадли натижалардир. Шу билан бирга, стратегик режани шакллантиришда стратегиянинг асосий омилларини тасвирлаш ва тақдим этишни билиш муҳим

ҳисобланади. Ушбу корпоратив стратегияни режалаштириш пайтида корхонанинг вакиллари томонидан самарали қўлланилиши мақсадга мувофиқ бўлади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

В.Л.Квинт Теория и проктика стратегирования “Тасвир” – Тошкент 2018 Ўзбекча таржимаси.

Higgins J.M. Organizational Policyand Strategic Management: Textand Cases. 2 nded. Chicago, The Drydent Press, 1983 y.

Шогенов Б.А., Жемухов А.Х. «Теоретические проблемы стратегического планирования в экономических системах» // Terra Eсonomіcus, 2007.

Ансофф И. Стратегическое управление. – М.: Экономика, 1989.

Липаев В.В. Системноэ проектирование сложнийх программнийх средств для информацийннийх систем / В.В. Липаев. – М.: СИНТЕГ, 1999.

Ғ.М.Қосимов Менежмент дарслик қўлланма Тошкент “Ўқитувчи” 2002

. М.Шарифхўжаев, Ё.Абдуллаев Менежмент дарслик Тошкент “Ўқитувчи” 2002

Интернет сайтлари

. <https://www.pmi.org/about/learn-about-pmi/what-is-project-management>

. <https://www.investopedia.com/terms/p/project-management.asp>

.<https://en.wikipedia.org>.

ПУТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНОВ УЗБЕКИСТАНА

Ф.Муслимова

магистр 2 курса ТГЭУ

Стратегия "Узбекистан-2030" является долгосрочным планом развития страны, который был разработан с целью обеспечения устойчивого экономического роста и повышения благосостояния населения. Одним из главных аспектов этой стратегии является развитие региональной экономики.

Одной из основных проблем региональной экономики Узбекистана является неравномерное распределение экономического развития между различными регионами страны. Сложилась определенная дифференциация в уровне социально-экономического развития регионов Республики Узбекистан, что связано с их природно-экономическим потенциалом, наличием инфраструктуры и другими факторами.

Социально-экономическое положение регионов Узбекистана может быть различным в зависимости от их вклада в валовый региональный продукт (ВРП) страны. Некоторые регионы, такие как Ташкентская область, Самаркандская область и Навоийская область, являются лидерами по ВРП и имеют более высокий уровень развития экономики и инфраструктуры. Однако есть и менее развитые регионы, такие как Республика Каракалпакстан, Наманганская и Сурхандарьинская области, где ВРП ниже среднего уровня. Эти регионы часто