

XO'JALIK YURITUVCHI SUBYEKTLARDA STRATEGIYA TUSHUNCHASI VA UNING NAZARIYASI

Shahnoza Tursunova

Toshkent amaliy fanlar universiteti, Toshkent shahar Chilonzor tumani Gavxar ko'chasi 1-uy

shaxnozatorsunova1993@gmail.com

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13348594>

Annotatsiya: Hech bir xo'jalik yurituvchi subyekt ilmiy asoslangan faoliyat strategiyasiga ega. Strategiya tushunchasi nafaqat qadimgi Gretsiyada, balki qadimgi Xitoyda ham qo'llanilgan bo'lib, miloddan avvalgi 480 va 221 yillar orasida yozilgan "Strategiya san'ati" deb nomlangan kitob fikrimizga dalildir. Demak strategiya tushunchasi insonlar dunyoqarashining ajralmas elementiga aylangan. Bugungi kunda strategiyani xo'jalik yurituvchi subyekt yoki alohida shaxsning optimal xulq-atvori normasiga aylandi deb atash mumkin. Xo'jalik yurituvchi subyektlarda iqtisodiy vaziyat o'zgargan sari boshqaruvga strategik yondashuv zarurligi to'g'risida tushunchalar kuchayadi.

Kalit so'zlar: Rejalashtirish, xo'jalik yurituvchi subyekt, Strategiya.

KIRISH

Ko'pgina mualliflar strategiyani xo'jalik yurituvchi subyekt rivojlanishining umumiy yo'nalishi, uning faoliyat doirasi, undagi munosabatlar tizimi, tashkilotning atrof-muhitdagi pozitsiyasi va maqsadlariga erishish uchun vositalardan foydalanish usullarini ko'rib chiqadilar. Bunday holda strategiya yakuniy holatga yo'nalishni belgilash bilan birga o'zgaruvchan vaziyatni hisobga olgan holda tanlash erkinligini qoldiradi.

Bozor iqtisodiyotining rivojlanishi shuni ko'rsatadiki, atrof-muhitning o'zgarish tezligi, shuningdek, ushbu o'zgarishlarda mavjud bo'lgan qo'shimcha imkoniyatlar miqdori doimiy ravishda o'sib bormoqda. Binobarin, bozor iqtisodiyoti sharoitida xo'jalik yurituvchi subyektning xulq-atvor strategiyasi birinchi navbatda o'zgarishlardan va ular tomonidan yaratilgan imkoniyatlardan foyda olish imkoniyatini o'z ichiga olishi kerak. Strategiyani ishlab chiqish jarayoni darhol biron bir harakat bilan tugamaydi.

Zamonaviy ilmiy adabiyotlarda turli muomalalarni o'tkazish san'ati, shu jumladan ularni tayyorlash, tashkil etish va mavjud resurslardan foydalanish haqiqiy mavjud sharoitlarda belgilangan maqsadga erishish uchun mablag'larni tasarruf etish, shuningdek, uzoq muddatli maqsadlarni shakllantirish jarayoni va xo'jalik yurituvchi subyektning rejaları hamdategishli faoliyat yo'nalishlarini tanlash, belgilangan maqsadlarga erishish uchun zarur bo'lgan resurslarni to'g'ri taqsimlash ko'rsatib o'tilgan.

Bundan tashqari muayyan maqsadga erishish uchun uzoq muddatli reja qoidalar to'plami, harakatlar dasturi, xo'jalik yurituvchi subyektning rivojlanish yo'nalishlari, resurslar va ko'nikmalar, imkoniyatlar, xavflarning kombinatsiyasi va boshqalarni kiritish keltirilgan. Odatda mazkur umumiy yo'nalishlarni belgilash bilan yakunlanadi, ular bo'yicha rag'batlantirish xo'jalik yurituvchi subyektning bozordagi mavqeini oshirish va mustahkamlashni ta'minlaydi.

Xo'jalik yurituvchi subyektlarning uzoq va qisqa muddatli rivojlanish strategiyasini ishlab chiqish strategik rejalashtirish orqali amalga oshiriladi.

Ma'lumki, hozirgi innovasion o'zgarishlar va bilimlar hajmining o'sishi shunchalik keng bo'lib, strategik rejalashtirish mohiyatan kelajakdagi muammolar va imkoniyatlarni prognoz qilishning yagona usuli hisoblanadi. U xo'jalik yurituvchi sub'yekt rahbariyatiga uning uzoq muddatda ishlashi uchun vosita bo'lib xizmat qiladi. Jumladan:

Rejalashtirish – kutilgan sharoitlarda turli xil muqobil harakatlarni qiyosiy baholash orqali maqsadlar, vositalar va harakatlar to'g'risidagi qarorlar qabul qilishning tizimli tayyorgarlik jarayonidir.

Strategik rejalashtirish – tashqi va ichki omillar va harakatlarini o'rganish orqali xo'jalik yurituvchi subyekt strategiyasi, uning raqobatbardosh ustunliklarini rivojlantirish va kapitallashtirishni aniqlash jarayonining strategik pozitsiyalarni tahlil qilishdir.

Yuqoridagilardan kelib chiqib strategik va an'anaviy uzoq muddatli rejalashtirish tushunchalari o'rtasidagi farqlanishga e'tibor qaratish lozim. Noaniq biznes muhitida ma'lum bir vaqt oralig'ini va xo'jalik yurituvchi sub'yekt uchun uzoq muddatli hamda boshqasi uchun qisqa muddatli bo'lishi mumkin bo'lgan vaqt oralig'ini belgilash qiyin. Shuning uchun "strategik rejalashtirish" atamasidan foydalanish afzalroqdir. Bu esa gorizontal rejalashtirishga nisbatan chalg'itmaydi va bu ishning ahamiyati va mohiyatini ko'rsatadi.

Uzoq muddatli rejalashtirish – xo'jalik yurituvchi subyektning kelajakdagi vazifalari avvalgilari bilan bog'liq bo'lgan va ekstrapolyasiya qilish mumkin bo'lgan hollarda uning ehtiyojlarini qondiradigan rejalashtirishdir. Aks holda strategik rejalashtirishga ehtiyoj seziladi.

Uzoq muddatli rejalashtirishning asosiy vazifalari quyidagilar:

- xo'jalik yurituvchi sub'yekt maqsadlarini shakllantirish (foyda, sotish hajmini oshirish; xarajatlarni kamaytirish; kapital qo'yilmalar);
- xo'jalik yurituvchi subyekt uchun asosiy faoliyat sohalari bo'yicha ish dasturlarini tuzish;
- alohida bo'limlar uchun byudjetlarni yaratish;

- belgilangan byudjetlarni nazorat qilish rejasini ishlab chiqishda qabul qilingan qarorlar bajarilishi va muvofiqligi.

Strategik rejalashtirishda asosiy e'tibor kelajakni faol shakllantirishga yo'naltiriladi va xo'jalik yurituvchi subyektning strategik muammolarini samarali hal qilish faqat quyidagi omillarni oqilona hamda muvozanatli baholash natijasida yuzaga kelishi mumkinligi haqidagi dastlabki taxminga asoslanadi:

- xo'jalik yurituvchi subyektning tashqi muhitining ichki resurslari bilan muvozanati;
- xo'jalik yurituvchi subyektning o'z tuzilmalarini o'zgartirishga tayyorligi;
- xodimlarni rag'batlantirish;
- xo'jalik yurituvchi subyekt madaniyati;
- xo'jalik yurituvchi subyektida ishlaydigan axborot tizimi va hakoza.

xulosa

Ushbu maqolada bizning e'tiborimiz statistik tahlil uchun ma'lumotlar to'plamini yig'ishdan keyin statistik modellarning asoslari va tamoyillariga qaratilgan. Biz ta'kidlaymizki, muvaffaqiyatli ma'lumotlarni tahlil qilishning kaliti tadqiqot maqsadiga mos keladigan ma'lumotlarning sifati va miqdorini oshirish uchun tadqiqotni loyihalashdir.

ADABIYOTLAR:

- [1] Hosmer DW, Lemeshow S, Sturdivant RX. Amaliy logistik regressiya, 3-nashr. Wiley; 2013. [[Google Scholar](#)]
- [2] Hastie TJ, Tibshirani RJ. Umumlashtirilgan qo'shimcha modellar . Boka Raton, AQSh: Chapman & Hall/CRC; 1990. [[Google Scholar](#)]
- [3] Harrell FE. Chiziqli modellarga, logistik va tartibli regressiyaga va omon qolish tahliliga ilovalar bilan regressiyani modellashtirish strategiyalari . Springer; 2015. [[Google Scholar](#)]
- [4] Grenlandiya S, Pearl J, Robins JM. Epidemiologik tadqiqotlar uchun sabab diagrammalari . Epidemiologiya 1999; 10 : 37–48. [[PubMed](#)] [[Google Scholar](#)]
- [5] Williamson EJ, Aitken Z, Lawrie J, Dharmage SC, Burgess JA, Forbes AB. Aralashtirgichni tanlash uchun sabab diagrammalariga kirish . Respirologiya 2014; 19 : 303–311. [[PubMed](#)] [[Google Scholar](#)]
- [6] Heinze G, Dunkler D. O'zgaruvchan tanlov haqida beshta afsona . Transpl Int . 2017; 30 : 6–10. [[PubMed](#)] [[Google Scholar](#)]
- [7] Steyerberg EW, Vickers AJ, Kuk NR, Gerds T, Gonen M, Obuchowski N, Pencina MJ, Rattan MW. Bashoratli modellarning ishlashini baholash: an'anaviy va yangi o'lchovlar uchun asos . Epidemiologiya 2010; 21 : 128–8. [[PMC bepul maqola](#)] [[PubMed](#)] [[Google Scholar](#)]
- [8] Mandrekar SJ, Schild SE, Hillman SL va boshqalar. Ilg'or bosqich kichik bo'lmagan hujayrali o'pka saratoni uchun prognostik model shimoliy markaziy saraton davolash guruhi sinovlari

birlashtirilgan tahlil . Saraton 2006: 107 : 781-92. [[PubMed](#)] [[Google Scholar](#)]