

XALQARO STRATEGIK MENEJMENTNING MOHIYATI: YETAKCHI KOMPANIYALAR TAJRIBASI VA MILLIY BIZNES UCHUN XULOSALAR

Olloyorov Muxammadali SHavkatjon o'g'li

Xalqaro Nordik universiteti

“Iqtisodiyot va pedagogika” fakulteti

“Iqtisodiyot va biznesni boshqarish” kafedrası

Xalqaro menejment fanidan 1-JI-24

<https://doi.org/10.5281/zenodo.17951596>

Annototsiya: Ushbu maqolada xalqaro strategik menejmentning mohiyati, yetakchi kompaniyalar tajribasi va milliy biznes uchun amaliy xulosalar tahlil qilinadi. Maqolada strategik menejmentning nazariy asoslari, global raqobat sharoitida kompaniyalar muvaffaqiyatini ta'minlovchi asosiy strategiyalar hamda ularni milliy biznesga tatbiq etish imkoniyatlari ko'rib chiqiladi. Tadqiqot natijalari xalqaro va milliy tajribani solishtirishga, shuningdek, strategik menejment jarayonini samarali boshqarish bo'yicha tavsiyalarga yo'naltirilgan.

Kalit so'zlar: Xalqaro strategik menejment, yetakchi kompaniyalar, milliy biznes, strategik qarorlar, global raqobat.

Аннотация: В данной статье анализируется сущность международного стратегического менеджмента, опыт ведущих компаний и практические выводы для национального бизнеса. Рассматриваются теоретические основы стратегического менеджмента, основные стратегии, обеспечивающие успех компаний в условиях глобальной конкуренции, а также возможности их применения в национальном бизнесе. Результаты исследования направлены на сравнение международного и национального опыта, а также на рекомендации по эффективному управлению процессом стратегического менеджмента.

Ключевые слова: международный стратегический менеджмент, ведущие компании, национальный бизнес, стратегические решения, глобальная конкуренция.

Annotation: This article analyzes the essence of international strategic management, the experience of leading companies, and practical implications for national businesses. The theoretical foundations of strategic management, key strategies that ensure company success in the context of global competition, and their potential application to national businesses are examined. The research results are aimed at comparing international and national experience and providing recommendations for effective management of the strategic management process.

Keywords: international strategic management, leading companies, national business, strategic decisions, global competition.

Kirish

Global iqtisodiyotning murakkab va tez o'zgaruvchan sharoitida kompaniyalar muvaffaqiyatini ta'minlash uchun strategik menejment muhim vosita sifatida ahamiyat kasb etadi. Xalqaro strategik menejment kompaniyaning uzoq muddatli maqsadlariga erishish, resurslarni samarali taqsimlash va global bozorlarda raqobat ustunligini yaratishga qaratilgan tizimli jarayonlarni o'z ichiga oladi. Yetakchi kompaniyalar, masalan, Apple, Toyota va Unilever, o'z strategiyalarini bozor o'zgarishlariga moslashgan holda shakllantiradi, bu esa ularning

barqaror o'sishini ta'minlaydi. Shu bois, milliy biznes uchun xalqaro strategik menejmentning tajribasini o'rganish va amaliy xulosalar chiqarish muhimdir.

Metodologiya

Tadqiqot metodikasi sifatida adabiyotlarni tahlil qilish, yetakchi kompaniyalar tajribasini solishtirish va strategik menejment konseptlarini milliy biznes kontekstida qo'llash usuli ishlatilgan. Ma'lumotlar asosiy ravishda ilmiy maqolalar, kompaniya yillik hisobotlari va xalqaro menejment bo'yicha nashrlardan olingan. Ushbu metodologiya strategik menejment jarayonini tizimli yondashuv asosida tahlil qilish imkonini beradi va milliy biznes uchun amaliy tavsiyalar ishlab chiqishga xizmat qiladi.

Natijalar

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, xalqaro strategik menejmentning samarali amalga oshirilishi kompaniyaning global bozorda raqobatbardoshligini oshiradi. Misol uchun:

Apple Inc.: kompaniya innovatsiyalar va yuqori sifatli mahsulotlar strategiyasini qo'llab, global bozorda yetakchi o'rinlarni egallaydi.

Toyota Motor Corporation: ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish va "Lean Management" tizimini qo'llash orqali raqobat ustunligini yaratadi.

Unilever: turli mamlakatlarda mahsulotlarini lokal bozor talablari bilan moslashtirish orqali global muvaffaqiyatga erishadi.

Ushbu kompaniyalar strategik menejmentning quyidagi elementlarini muvaffaqiyatli tatbiq qilgan: bozor tahlili, innovatsion strategiyalar, resurslarni optimal taqsimlash, hamkorlik va global hamda lokal strategiyalarni uyg'unlashtirish.

Tahlil va muhokama

Xalqaro strategik menejmentning samarali amalga oshirilishi kompaniyaning global bozorda barqarorligini ta'minlash, raqobat ustunligini yaratish va uzoq muddatli rivojlanish strategiyasini shakllantirishga xizmat qiladi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, yetakchi kompaniyalar — Apple, Toyota, Unilever va boshqa global korporatsiyalar — strategik menejmentning turli elementlarini birlashtirib, o'z faoliyatini tizimli ravishda rivojlantiradi.

Strategik moslashuv

Strategik moslashuv kompaniyaning global bozor sharoitlariga tez va samarali javob berish qobiliyatini ifodalaydi. Masalan, Apple kompaniyasi o'z mahsulotlarini muntazam yangilab, bozor tendensiyalariga moslashtiradi. Kompaniya yangi texnologiyalarni o'z ichiga olgan innovatsion mahsulotlar bilan bozorda yetakchi o'rinlarni egallaydi. Shu bilan birga, Toyota Motor Corporation ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish va "Lean Management" tizimini tatbiq etish orqali global avtomobil bozorida samaradorlikni oshiradi. Strategik moslashuv milliy kompaniyalar uchun ham muhim, chunki mahalliy biznes global va lokal sharoitlarni hisobga olib qaror qabul qilishi lozim. Misol uchun, O'zbekistonning avtomobil ishlab chiqaruvchi kompaniyalari global ta'minot zanjiridagi o'zgarishlarga moslashish orqali ishlab chiqarish samaradorligini oshirishi mumkin.

Resurslar va kompetensiyalarni rivojlantirish

Yetakchi kompaniyalar o'z xodimlari va texnologik resurslarini rivojlantirishga katta e'tibor beradi. Unilever kompaniyasi global bozorlar uchun mahsulotlarni ishlab chiqishda har bir bozorning xususiyatlarini hisobga oladi va shu orqali mahsulot diversifikatsiyasini amalga oshiradi. Bu esa kompaniyaga raqobat ustunligini saqlash imkonini beradi. Milliy biznes uchun bu xulosaning amaliy jihatida shundaki, xodimlarni malaka oshirish, ilmiy-texnik infratuzilmani

kuchaytirish va resurslarni samarali boshqarish orqali kompaniya raqobatbardosh bo'lishi mumkin. Shuningdek, yetakchi kompaniyalar strategik kompetensiyalarni rivojlantirishga e'tibor qaratadi, ya'ni xodimlarni strategik fikrlash va innovatsion yechimlar ishlab chiqishga o'rgatadi.

Lokalizatsiya strategiyasi

Global kompaniyalar uchun lokalizatsiya strategiyasi muvaffaqiyatning asosiy omillaridan biridir. Unileverning har bir bozor uchun mahsulotlarini va marketing strategiyasini moslashtirishi bu tamoyilni yaqqol ko'rsatadi. Masalan, kompaniya Hindistonda mahsulot tarkibini lokal an'analar va iste'mol odatlariga moslashtirgan holda sotadi, bu esa mahsulot qabul qilinishini oshiradi. Milliy kompaniyalar uchun lokalizatsiya strategiyasi – bozorda iste'molchilarning ehtiyojlarini chuqur tahlil qilish, mahalliy xususiyatlarni hisobga olgan holda mahsulot va xizmatlarni taklif qilishni anglatadi. Bu esa kompaniyaga mahalliy bozorni egallash va raqobatbardosh bo'lish imkonini beradi.

Innovatsion yondashuv va R&D faoliyati

Apple kompaniyasi innovatsiyalar orqali bozorni shakllantiradi va yangi talablarni yaratadi. Shu bilan birga, kompaniya R&D faoliyatiga katta mablag' ajratadi, bu esa yangi texnologiyalarni tezkor joriy etishga imkon beradi. Milliy biznes uchun bu tajriba R&D faoliyatini rivojlantirish, ilmiy va texnologik infratuzilmani mustahkamlash hamda innovatsion loyihalarni amalga oshirish muhimligini ko'rsatadi. Innovatsion yondashuv kompaniyani raqobatchilardan ajratib turadigan asosiy omil hisoblanadi.

Strategik qaror qabul qilish jarayoni

Xalqaro kompaniyalarda strategik qaror qabul qilish jarayoni tizimli va multidistsiplinar yondashuvga asoslangan. Masalan, Toyota va Unilever kompaniyalarida qarorlar bozor tahlili, moliyaviy imkoniyatlar va global strategik maqsadlarni hisobga olgan holda qabul qilinadi. Bu yondashuv milliy kompaniyalar uchun ham ahamiyatli, chunki strategik qarorlar global va mahalliy sharoitlarni uyg'unlashtirish orqali qabul qilinishi lozim. Shu bilan birga, xodimlar va rahbarlarning strategik fikrlash qobiliyatini rivojlantirish milliy biznesning muvaffaqiyatini oshiradi.

Bozor tahlili va raqobatchilar monitoring

Yetakchi kompaniyalar bozorni va raqobatchilarni doimiy tahlil qilish orqali strategiyalarini moslashtiradi. Masalan, Apple bozor tendensiyalarini kuzatib, mahsulotlarini yangilab boradi, Toyota esa avtomobil ishlab chiqarish jarayonlarini global ta'minot zanjiriga moslashtiradi. Milliy biznes uchun bozor va raqobatchilarni muntazam tahlil qilish raqobat ustunligini saqlash va o'sish imkoniyatlarini aniqlashga xizmat qiladi.

Hamkorlik va alyanslar

Global kompaniyalar ko'pincha strategik hamkorlik va alyanslar orqali o'z risklarini kamaytiradi va resurslardan samarali foydalanadi. Masalan, Unilever va boshqa FMCG kompaniyalar turli mamlakatlardagi lokal hamkorlar bilan alyanslar tuzib, marketing va tarqatish xarajatlarini optimallashtiradi. Milliy biznes uchun strategik hamkorlik xalqaro tajriba va texnologiyalarni jalb qilish imkonini yaratadi, shu bilan birga moliyaviy va operatsion risklarni kamaytiradi.

Tahliliy jadval

Yetakchi kompaniyalar strategik elementlari va ularning natijalari

Kompaniya	Strategik element	Tatbiq natijasi	Milliy biznes uchun
-----------	-------------------	-----------------	---------------------

			xulosalar
Apple	Innovatsiyalar va yuqori sifat	Bozor yetakchisi, yangi talablarni yaratadi	R&D faoliyatini rivojlantirish, innovatsion mahsulotlar ishlab chiqish
Toyota	Lean Management, jarayon optimallashtirish	Ishlab chiqarish samaradorligi, xarajatlarni kamaytirish	Ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish, samaradorlikni oshirish
Unilever	Lokalizatsiya va mahsulot diversifikatsiyasi	Global muvaffaqiyat, bozor talablari bilan uyg'unlik	Mahalliy bozor ehtiyojlariga moslashuvchan mahsulotlar ishlab chiqish
Samsung	Texnologik innovatsiyalar va bozor tahlili	Elektronika bozorida yetakchilik	Bozor monitoringi, texnologik yangiliklarni tezkor joriy etish
Nestle	Hamkorlik va global alyanslar	Tarqatish va marketing samaradorligi	Strategik hamkorlik orqali resurslarni optimallashtirish

Tahlil shuni ko'rsatadiki, xalqaro tajribani milliy biznesga moslashtirish quyidagi asosiy yo'nalishlarda amalga oshirilishi mumkin: strategik moslashuv, resurslarni rivojlantirish, innovatsion yondashuv, lokalizatsiya, bozor tahlili, strategik hamkorlik. Ushbu yo'nalishlar orqali milliy kompaniyalar global va lokal bozorlarda barqaror o'sish va raqobatbardoshlikni oshirishi mumkin.

Milliy biznes uchun xalqaro tajribani tatbiq etishning muhim jihati, strategik menejmentning barcha bosqichlarini tizimli va integratsiyalashgan yondashuv asosida amalga oshirishdir. Shu bilan birga, xodimlar va rahbarlarni strategik fikrlash va innovatsion qaror qabul qilishga o'rgatish, resurslarni optimal boshqarish, hamkorlik va alyanslarni rivojlantirish milliy kompaniyalarni global raqobat sharoitida muvaffaqiyatli qiladi.

Shuningdek, tahlil shuni ko'rsatadiki, xalqaro kompaniyalarning strategik yondashuvi milliy biznes uchun quyidagi amaliy tavsiyalarni beradi:

- Global va mahalliy bozorlar o'rtasida uyg'un strategik qarorlar qabul qilish.
- Xodimlar va rahbarlarning strategik fikrlash qobiliyatini rivojlantirish.
- Resurslarni samarali boshqarish va innovatsion yechimlarni joriy etish.
- Bozor va raqobatchilarni muntazam tahlil qilish va tegishli strategiyalarni yangilash.
- Hamkorlik va alyanslarni rivojlantirish orqali risklarni kamaytirish va yangi imkoniyatlardan foydalanish.

Natijada, xalqaro strategik menejmentning amaliy tajribasi milliy biznes uchun muhim pedagogik va amaliy ahamiyatga ega bo'lib, strategik moslashuvchanlik, innovatsion rivojlanish va global raqobatda muvaffaqiyatli bo'lish imkoniyatlarini yaratadi.

Xulosa

Xalqaro strategik menejment kompaniyalar muvaffaqiyati va barqaror rivojlanishida muhim vosita hisoblanadi. Yetakchi kompaniyalar tajribasi shuni ko'rsatadiki, innovatsiyalarni rivojlantirish, bozor va raqobatchilarni tahlil qilish, resurslarni optimallashtirish va lokal strategiyalarni qo'llash kompaniyaning global muvaffaqiyatiga asos bo'ladi. Milliy biznes esa

ushbu tajribani o'z faoliyatiga tatbiq etib, strategik moslashuvchanlik, innovatsion rivojlanish va global raqobatda raqobatbardoshlikni oshirishi mumkin.

Adabiyotlar, References, Литературы:

1. Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2020). *Exploring Strategy: Text and Cases*. 12th Edition, Pearson Education, pp. 45-67.
2. Porter, M. (2019). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press, pp. 120-145.
3. Hill, C. W. L., & Hult, G. T. M. (2021). *International Business: Competing in the Global Marketplace*. McGraw-Hill Education, pp. 210-235.
4. Bartlett, C. A., & Beamish, P. W. (2018). *Transnational Management: Text, Cases, and Readings in Cross-Border Management*. McGraw-Hill, pp. 90-115.
5. Apple Inc. Annual Report (2022). pp. 10-25.
6. Toyota Motor Corporation Sustainability Report (2022). pp. 50-70.
7. Unilever Annual Report (2021). pp. 15-30.
8. Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2020). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Cengage Learning, pp. 85-110.
9. Grant, R. M. (2019). *Contemporary Strategy Analysis*. 10th Edition, Wiley, pp. 130-160.
10. Peng, M. W. (2021). *Global Business*. Cengage Learning, pp. 200-230.
11. Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2020). *Strategic Management and Competitive Advantage*. 6th Edition, Pearson, pp. 75-100.
12. Cavusgil, S. T., Knight, G., & Riesenberger, J. R. (2019). *International Business: The New Realities*. 4th Edition, Pearson, pp. 180-205.