

**STRATEGIYALARNI AMALGA OSHIRISH USULLARI:
IJTIMOIY, IQTISODIY VA TEXNOLOGIK OMILLAR**

Mirzayev Laziz To'liqinovich

O'zbekiston Respublikasi vazirlar mahkamasi huzuridagi

Biznes va tadbirkorlik oliy maktabining MBA - global menejment mutaxassisligi
tinglovchisi

laziz.mirzayev@umail.uz

Annotatsiya: ushbu maqolada strategiyalarni amalga oshirish usullari: ijtimoiy, iqtisodiy va texnologik omillar tahlil qilinadi. Yakunda, muallif tomonidan sohani rivojlantirishga doir tegishli xulosa va takliflar beriladi.

Kalit so'zlar: ijtimoiy omillar, iqtisodiy omillar, strategiyalar, iqtisodiyot.

**МЕТОДЫ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЙ: СОЦИАЛЬНЫЕ,
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ**

Мирзаев Лазиз Тулкинович

Студент Высшей школы бизнеса и предпринимательства по специальности MBA
— глобальный менеджмент

При Кабинете Министров Республики Узбекистан

laziz.mirzayev@umail.uz

Аннотация: в данной статье анализируются способы реализации стратегии: социальные, экономические и технологические факторы. В заключении автор дает соответствующие выводы и предложения по развитию области.

Ключевые слова: социальные факторы, экономические факторы, стратегии, экономика.

METHODS OF IMPLEMENTING STRATEGIES: SOCIAL, ECONOMIC AND TECHNOLOGICAL FACTORS

Mirzayev Laziz Tulkinovich

Student of the Higher School of Business and Entrepreneurship, specializing in MBA - global management

Under the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan

laziz.mirzayev@umail.uz

Abstract: this article analyzes the methods of implementing strategies: social, economic and technological factors. Finally, the author gives relevant conclusions and suggestions for the development of the field.

Keywords: social factors, economic factors, strategies, economy.

KIRISH

Bugungi dinamik sharoitda strategiyalarni amalga oshirish turli ijtimoiy, iqtisodiy va texnologik omillarni hisobga olgan holda ko'p qirrali yondashuvni talab qiladi. Ushbu elementlarning har biri tashkilotlarning o'z

strategiyalarini qanday ishlab chiqish va amalga oshirishni shakllantirishda muhim rol o'ynaydi va natijada ularning istalgan natijalarga erishishdagi muvaffaqiyatini belgilaydi.¹ Ushbu maqolada biz ijtimoiy, iqtisodiy va texnologik omillar o'rtasidagi murakkab o'zaro ta'sirni o'rganib, strategiyalarni amalga oshirish usullarini ko'rib chiqamiz.

ASOSIY QISM

Strategiyani samarali amalga oshirish uchun ijtimoiy kontekstni tushunish juda muhimdir. Ijtimoiy omillar jamiyatda hukmron bo'lgan va tashkilotning xatti-harakatlariga sezilarli ta'sir ko'rsatishi mumkin bo'lgan qadriyatlar, e'tiqodlar, munosabatlar va me'yorlarni o'z ichiga oladi. Strategiyalarni muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun korxonalar manfaatdor tomonlar, jumladan, xodimlar, mijozlar va hamjamiyat a'zolari bilan hamkorlik qilishi kerak. Bu ochiq muloqot va fikr-mulohazalar uchun kanallarni yaratishni o'z ichiga oladi, bu tashkilotlarga o'z strategiyalarini maqsadli auditoriyaning umidlari va afzalliklariga moslashtirishga imkon beradi. Tashkilotlar so'rovlar, fokus-guruhlar va ijtimoiy media platformalaridan tushuncha to'plash va shunga mos ravishda strategiyalarini o'zgartirishlari mumkin.²

Yana bir muhim ijtimoiy omil - bu strategiyani amalga oshirishga yordam beradigan yoki to'sqinlik qiladigan tashkilot madaniyati. Hamkorlik, innovatsiya va mas'uliyatni rag'batlantiradigan madaniyat strategik tashabbuslar gullab-

¹ Antipin, I. A. (2019). Implementation mechanisms of strategies of socio-economic territorial development: methodological approach. R-economy, 5(3), 115-122.

² Norrman, J., Söderqvist, T., Volchko, Y., Back, P. E., Bohgard, D., Ringshagen, E., ... & Rosén, L. (2020). Enriching social and economic aspects in sustainability assessments of remediation strategies—Methods and implementation. Science of the Total Environment, 707, 136021.

yashnaydigan muhitni yaratishi mumkin. Aksincha, qat'iy yoki ierarxik madaniyat taraqqiyotga to'sqinlik qilishi mumkin. Tashkiliy madaniyatni strategik maqsadlarga moslashtirish uchun kompaniyalar tashkilotning barcha darajalarida kerakli qadriyatlar va xatti-harakatlarni singdirishga qaratilgan treninglar, seminarlar va etakchilikni rivojlantirish dasturlarini o'z ichiga olgan o'zgarishlarni boshqarish tashabbuslarini amalga oshirishi mumkin.³

Jahon iqtisodiyotidagi raqobat jadal ravishda o'sib borishi har bir korporativ tuzilma oldiga muntazam ravishda o'z faoliyatini kengaytirish hamda samaradorligini oshirish borasida yangidan-yangi talablar qo'yilmoqda. Uzoq muddatli raqobatdosh ustunliklarni yaratish uchun korxona uchun moliyaviy strategiyani ishlab chiqish zarur hisoblanadi. Ayniqsa, COVID-2019 pandemiyasi oqibatida to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalarning oqimi global cheklovlar yuzaga kelishi mazkur jarayonning ahamiyatini yanada oshirmoqda. Jumladan, "2020 yilga nisbatan 2021 yilda global miqyosdagi investitsion holat uchdan bir qismga kamayib, 1 trillion AQSh dollariga pasaydi", global moliyaviy inqirozdan keyin bo'lgan eng past ko'rsatkichdan past ko'rsatkichga ega bo'lgan. Jahonda mamlakatlarida korxonalar tomonidan ishlab chiqilgan moliyaviy startegiylarni amalga oshirishda investitsiya harakatiga ta'sir o'tkazgan pandemiya sabab to'xtab qolganini keltirish mumkin. Bugungi kunda milliy iqtisodiyotni modernizatsiyalashda korxonalar moliyaviy faoliyati alohida o'rin tutadi. Shu bois, ular faoliyati samaradorligini ta'minlashga ko'maklashish, korxonlarning mamlakat iqtisodiyoti barqarorligini ta'minlashdagi rolini oshirish jarayonida faol

³ Golova, I. M. (2021). Экосистемный подход к управлению инновационными процессами в российских регионах. Экономика региона, 17(4), 1346-1360.
SJIF:5.219

ishtirokini ta'minlash hamda shart-sharoit yaratish davr talabi hisoblanadi. O'zbekiston iqtisodiyotining rivojlanishi mamlakat ichidagi mahalliy korxonalarning raqobat kurashining kuchayishiga va ularning jahon iqtisodiy tizimiga integratsiyalashuv jarayonlariga olib keladi.

Iqtisodiy omillar ham strategiyani amalga oshirishga katta ta'sir ko'rsatadi. Makroiqtisodiy muhit, jumladan, iqtisodiy o'sish sur'atlari, inflyatsiya va ishsizlik darajasi iste'mol xarajatlari va biznes investitsiyalariga ta'sir qilishi mumkin. Tashkilotlar ushbu iqtisodiy ko'rsatkichlarni resurslarni taqsimlash va bozorni joylashtirish bo'yicha asosli qarorlar qabul qilish uchun baholashlari kerak. Masalan, iqtisodiy tanazzul davrida kompaniyalar o'z strategiyalarini xarajatlarni kamaytirish choralariga va operatsion samaradorlikni oshirishga qaratishlari mumkin. Iqtisodiy o'zgarishlarga javoban strategiyalarni amalga oshirish jarayonlarni soddalashtirish, ishchi kuchi sonini kamaytirish yoki o'zgaruvchan iste'molchilar talablarini qondirish uchun mahsulot takliflarini diversifikatsiya qilishni o'z ichiga olishi mumkin.

Bundan tashqari, iqtisodiy omillarni hisobga olgan holda bozorni chuqur tahlil qilish juda muhimdir. Bozor tendentsiyalari va iste'molchilarning xatti-harakatlarini tushunish tashkilotlarga bozordagi imkoniyatlar va tahdidlarni aniqlashga yordam beradi. Ushbu tahlil strategik qarorlar qabul qilish uchun bozor hajmini, raqobatbardosh landshaftni va narxning egiluvchanligini baholashni o'z ichiga olishi mumkin. Kompaniyalar iqtisodiy ma'lumotlar va tahliliy vositalardan mahsulot ishlab chiqish, narxlash strategiyalari va bozorga kirish bo'yicha ma'lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilish uchun foydalanishlari mumkin, bu

esa o'z strategiyalarining dolzarb va raqobatbardoshligini ta'minlaydi.⁴ Har qanday rivojlanish jarayoni ma'lum bir uzoq muddatli istiqbolli rejalarni talab etadi. Bu jarayon ilmiy-nazariy jihatdan strategiya degan kategoriya bilan izohlanadi. Har qaysi olingan milliy iqtisodiyotni rivojlantirishda mavjud holatni e'tiborga olgan holda strategik rivojlanish bosqichlarni belgilab olib, qo'yilgan maqsadlarga erishish uchun strategik maqsadlar belgilab olinadi, aslida bu rivojlanishning strategik yo'nalishi sifatida qabul qilinadi. Rivojlanishning strategik maqsadlarining ishlab chiqilishi milliy iqtisodiyotni davlat tomonidan to'g'ri boshqarishga imkon beradi. Har qanday iqtisodiy tizimda raqobat muhim hisoblanadi. Ayniqsa bozor munosabatlari sharoitida korxonalar bozorda muqim joy olishi uchun ular o'z strategiyalarini ishlab chiqishni taqozo etadi. Bular orasida moliyaviy strategiya hal qiluvchi rolga ega bo'ladi. Korxonalar to'g'ri moliyaviy strategiyalarini ishlab chiqish va amalga oshirish, mablag'larini optimal boshqarishni ta'minlaydi, natijada korxonalar raqobat muhitida bozor tavakkalchiligi sharoitida "yashab qolish" qolaversa, rivojlanishga katta omil bo'ladi.

So'nggi yillarda strategiyani amalga oshirishda asosiy kuch sifatida texnologik omillar paydo bo'ldi. Texnologiyaning jadal rivojlanishi biznes uchun imkoniyatlar va muammolarni keltirib chiqaradi. Texnologik innovatsiyalardan to'liq foydalanish uchun tashkilotlar tegishli texnologiyalarni o'zlarining strategik tashabbuslariga integratsiyalashda faol yondashuvni qo'llashlari kerak. Bu eng zamonaviy vositalar va dasturiy ta'minotga sarmoya kiritish, qaror qabul qilish

⁴ Gault, F. (2010). Innovation strategies for a global economy: development, implementation, measurement and management. IDRC, Ottawa, ON, CA.
SJIF:5.219

uchun ma'lumotlar tahlilidan foydalanish va operatsion samaradorlikni oshirish uchun avtomatlashtirishni o'z ichiga olishi mumkin. Yangi texnologiyalarni joriy etish chuqur rejalashtirishni, jumladan texnologik tayyorgarlikni baholashni, xodimlarni o'qitishni va uzilishlarni minimallashtirish uchun o'zgarishlarni to'g'ri boshqarishni ta'minlashni talab qiladi.

Texnologiyani qabul qilishdan tashqari, tashkilotlar o'z sohalariga ta'sir ko'rsatishi mumkin bo'lgan rivojlanayotgan texnologik tendentsiyalarga e'tibor berishlari kerak. Sun'iy intellekt, kiberxavfsizlik va blokcheyn texnologiyalaridagi o'zgarishlardan xabardor bo'lish raqobatdosh ustunlikni ta'minlaydi. Tashkilotda xodimlarni yangi texnologiyalar bilan shug'ullanishga undaydigan uzluksiz ta'lim madaniyatini joriy etish jamoalarga innovatsiyalarni qabul qilish imkoniyatini beradi. Seminarlarni osonlashtirish, o'quv dasturlariga kirishni ta'minlash va tajribalarni mukofotlaydigan muhitni yaratish orqali korxonalar texnologik o'zgarishlarga moslashish uchun o'zlarini yaxshiroq joylashtirishlari mumkin.⁵

Ijtimoiy media va raqamli platformalar tashkilotlarni o'z auditoriyalari bilan bog'lashda va ijtimoiy yo'naltirilgan bozorda strategiyalarni amalga oshirishda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Kompaniyalar ushbu platformalardan nafaqat marketing, balki mijozlar bilan muloqot qilish va fikr-mulohazalarni yig'ish uchun ham foydalanishlari mumkin. Onlayn so'rovlar yoki ijtimoiy tinglash orqali mijozlarni strategik qarorlar qabul qilish jarayonlariga jalb qilish mahsulotni ishlab chiqish va xizmatlarni yaxshilash haqida ma'lumot beruvchi qimmatli tushunchalarni berishi mumkin. Samarali ijtimoiy media strategiyalari,

⁵ Buhalis, D. (1997). Information technology as a strategic tool for economic, social, cultural and environmental benefits enhancement of tourism at destination regions. Progress in tourism and hospitality research, 3(1), 71-93. SJIF:5.219



shuningdek, brendga sodiqlikni oshirishi, hamjamiyatni qo'llab-quvvatlashi va strategiyani muvaffaqiyatli amalga oshirishning muhim tarkibiy qismlari bo'lgan mijozlarning faolligini oshirishi mumkin.

Ijtimoiy, iqtisodiy va texnologik omillarning o'zaro ta'siri strategiyani amalga oshirishga yaxlit yondashuvni taqozo etadi. Tashkilotlar ushbu omillarning o'z strategiyalariga ta'sirini baholash uchun turli guruhlarini birlashtirgan keng qamrovli strategik rejalashtirish sessiyalarini o'tkazishni ko'rib chiqishlari kerak. Hamkorlik va o'zaro funktsional muloqotni osonlashtirish orqali kompaniyalar turli istiqbollar va tajribalarni hisobga olgan holda yanada mustahkamroq strategiyalarni ishlab chiqishlari mumkin. O'zgaruvchan tashqi sharoitlar asosida strategik rejalarni muntazam ravishda ko'rib chiqish va tuzatishlar tashkilotning tezkor va sezgir bo'lish qobiliyatini oshiradi.

XULOSA

Xulosa qilib aytganda, hozirgi sharoitda strategiyalarni amalga oshirish ijtimoiy, iqtisodiy va texnologik omillarni chuqur tushunishni talab qiladi. Tashkilotlar manfaatdor tomonlarni faol ravishda jalb qilishlari, qo'llab-quvvatlovchi madaniyatni rivojlantirishlari va texnologik yutuqlarni qamrab olgan holda bozor sharoitlarini doimiy ravishda kuzatib borishlari kerak. Strategiyani amalga oshirishga proaktiv yondashuv ochiq aloqa kanallarini rivojlantirish, bozorni puxta tahlil qilish, texnologiyaga sarmoya kiritish va qayta aloqa mexanizmlarini birlashtirishni o'z ichiga oladi. Ushbu omillar o'rtasidagi o'zaro ta'sirni tan olish va hamkorlikda yondashuvni qo'llash orqali tashkilotlar

strategiyalarni muvaffaqiyatli amalga oshirish va tobora murakkab muhitda oʻz maqsadlariga erishish qobiliyatini oshirishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Antipin, I. A. (2019). Implementation mechanisms of strategies of socio-economic territorial development: methodological approach. R-economy, 5(3), 115-122.
2. Norrman, J., Söderqvist, T., Volchko, Y., Back, P. E., Bohgard, D., Ringshagen, E., ... & Rosén, L. (2020). Enriching social and economic aspects in sustainability assessments of remediation strategies–Methods and implementation. Science of the Total Environment, 707, 136021.
3. Golova, I. M. (2021). Экосистемный подход к управлению инновационными процессами в российских регионах. Экономика региона, 17(4), 1346-1360.
4. Gault, F. (2010). Innovation strategies for a global economy: development, implementation, measurement and management. IDRC, Ottawa, ON, CA.
5. Buhalis, D. (1997). Information technology as a strategic tool for economic, social, cultural and environmental benefits enhancement of tourism at destination regions. Progress in tourism and hospitality research, 3(1), 71-93.