

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

«MENEJMENT» kafedrası

Qo‘lyozma huquqida
UDK:339.137:658(575.1)

Muydinov Dilmurod Murodjonovich

Mavzu: Korxoná raqobat strategiyasini ishlab chiqish

70411201 - “Menejment” (tarmoqlar va sohalar bo‘yicha)

Magistr
akademik darajasini olish uchun yozilgan

dissertatsiya

Ilmiy rahbar: PHD Shanazarova G.B.

Toshkent-2023

Magistrlik dissertatsiya ishi "Menejment" kafedrasida dastlabki
himoyadan o'tgan.

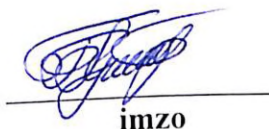
16-sonli bayonnoma "22" may 2023 y.

Kafedra mudiri: Yo'ldoshev N.Q.


imzo

22.05.2023
sana

Ilmiy rahbar: Shanazarova G.B.


imzo

22.05.2023
sana

Talaba: Muydinov D.M.


imzo

19.05.2023
sana

ANNOTATSIYA

Tadqiqot mavzusi zamonaviy sharoitda juda dolzarbdir. Ko'tarilgan masalalarni tez-tez o'rganib borishi shundan dalolat beradi. Raqobat strategiyalari zamonaviy bozor munosabatlarining muhim va ajralmas qismidir. Raqobat strategiyalarining asosiy ma'nosi shundan iboratki, ular ma'lum bir kompaniyani ma'lum bozor ulushini saqlab qolish yoki oshirishga hissa qo'shadi. Muayyan tarmoqda faoliyat yurituvchi har qanday kompaniya shakllangan yoki stixiyali raqobat strategiyasiga ega.

Tadqiqotda kompaniyaning turli tarmoqlari, mahsulotlar, bozorlar uchun strategiyalarni ishlab chiqishning nazariy jihatlari o'rganilgan, korxonaning tashkiliy-iqtisodiy tavsiflari berilgan, korxonaning raqobat strategiyasining joriy holatini tahlil qilingan, korxonaning raqobat strategiyasini takomillashtirish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqildi.

Korxonaning strategiyasi har doim ko'plab standart maqsadlarin o'z ichiga oladi, ya'ni foyda olish, biznes xadimini oshirish, uning rentabelligi va boshqalar. Bularning barchasi shu korxonaning yo'nalishiga bog'liq. Korxonaning strategiyasini to'g'ri tanlash raqobatchilarga qarshi turish, maksimal foyda olish va ko'plab keraksiz xuquqiy muammolardan qochish imkonini beradi. Bozor doim o'zgarib turadi, ammo amaliyot shuni ko'rsatadiki, uzoq muddatli strategiyalarni tanlash eng samaralidir. Korxonada xamma narsa shunday tartibga solini kerakki, bir faoliyat turidan boshqasiga o'tishi mumkin bo'ladi. Ushbu masala va muammolar magistrlik dissertatsiyada to'liq bayon etilgan.

Tayanch iboralari: *Raqobat, sanoat, strategiya, boshqaruv, korxonaning bozor, korxonaning raqobat strategiyasi.*

ANNOTATION

The topic of research is very relevant in modern conditions. This is evidenced by the frequent study of the raised issues. Competitive strategies are an important and integral part of modern market relations. The main meaning of competitive strategies is that they help a certain company to maintain or increase a certain market share. Any company operating in a certain industry has a competitive strategy, formed or spontaneous.

In the study, the theoretical aspects of the development of strategies for various industries, products, and markets of the company were studied, organizational and economic descriptions of the company were given, the current state of the company's competitive strategy was analyzed, and recommendations for improving the company's competitive strategy were developed.

An enterprise strategy always includes a set of standard goals, i.e. making a profit, increasing the volume of business, its profitability, etc. It all depends on the direction of this enterprise. Choosing the right business strategy allows you to stand up to the competition, maximize profits, and avoid a lot of unnecessary legal hassles. The market is constantly changing, but practice shows that the choice of long-term strategies is the most effective. At the enterprise, everything should be arranged in such a way that it is possible to move from one type of activity to another. These questions and problems are fully described in the master's thesis.

Key words: *Competition, industry, strategy, management, enterprise, market, enterprise competitive strategy.*

MUNDARIJA

Annotatsiya.....	3
Mundarija.....	5
Keltirilgan jadvallar ro‘yxati.....	6
Keltirilgan rasmlar ro‘yxati.....	7
Keltirilgan qisqartmalar.....	8
I BOB. KIRISH.....	9
1.1. Dissertatsiya mavzusining asoslanishi va uning dolzarbligi.....	10
1.2. Tadqiqotning maqsadi va vazifalari.....	11
1.3. Tadqiqotning asosiy muammolari va savollari.....	11
1.4. Tadqiqotning ob’ekti va predmeti.....	12
Dissertatsiya tarkibining qisqacha tavsifi.....	12
II BOB. ADABIYOTLAR SHARHI.....	14
2.1. “Korxonalar raqobat strategiyasini ishlab chiqish” mavzusidagi ilmiy-nazariy qarashlarga sharh.....	14
2.2. Tadqiqot bilan bolliq mahalliy normativ qonun - qoidalar sharhi.....	21
III BOB. METODOLOGIYA.....	23
3.1. Tadqiqot dizayni.....	23
3.2. Ma’lumot yig‘ish jarayoni.....	23
3.3. Qo‘llaniladigan tahlil usullari.....	23
IV BOB. TAHLIL VA NATIJALAR.....	52
4.1. “SAFF TEXTILE” mas’uliyati cheklangan jamiyatining ijtimoiy-iqtisodiy faoliyati.....	52
4.2. “SAFF TEXTILE” mas’uliyati cheklangan jamiyatining iqtisodiy - moliyaviy taxlili.....	56
4.3. “SAFF TEXTILE” mas’uliyati cheklangan jamiyatida raqobat strategiyasini ishlab chiqish.....	64
V BOB. XULOSA.....	74
5.1. Tadqiqotdan olingan xulosalar.....	74
5.2. Tadqiqotning asosiy takliflari va tavsiyalari.....	75
5.3. Tadqiqotning cheklovlari va kelajakdagi tadqiqotlar uchun tavsiyalar.....	77
Foydalanilgan adabiyotlar.....	78

I BOB. KIRISH

Bozor iqtisodiyotining rivojlanishi sharoitida yangi salohiyatli raqobatchini shakllantirish, raqobatdosh ustunliklarning barqarorligi uchun zarur shart-sharoitlarni aniqlash, rivojlantirish va yaratish, raqobatbardosh xatti-harakatlarning to'g'ri shaklini tanlash alohida ahamiyatga ega. Korxonaning muvaffaqiyatli ishlashi. Raqobat ustunligi tushunchasining o'zi hozirda alohida ahamiyatga ega, chunki butun dunyo bo'ylab kompaniyalarning o'sishi sekinlashdi va raqobatchilarning xatti-harakatlari tobora tajovuzkor bo'lib bormoqda.

Asosiysi, nafaqat raqobatdosh ustunlikka erishish va uni aniqlash, balki uni barqaror qilish edi. Raqobat ustunligi - bu korxonada uchun raqobatchilardan ma'lum bir ustunlikni yaratadigan mahsulotning xususiyatlari, xususiyatlari, iste'molchi uchun esa - mahsulotning iste'mol xususiyatlarining optimal kombinatsiyasi. Ustunlik solishtirishda baholanadi, shuning uchun u nisbiy xususiyatdir va turli omillar bilan belgilanadi.

Muvaffaqiyatli faoliyat ko'rsatishi uchun korxonada o'zining raqobatdosh afzalliklariga asoslangan to'g'ri raqobat strategiyasini ishlab chiqishi kerak, bu zamonaviy sharoitda raqobat shakllarini o'rganishni dolzarblashtiradi.

So'nggi o'n yilliklarda firmaga uzoq muddatda raqobatda omon qolish imkonini beruvchi strategik xulq-atvorning ahamiyati keskin oshdi. Yuqori raqobatbardosh, tez o'zgaruvchan vaziyatda bo'lgan barcha kompaniyalar nafaqat kompaniyaning ichki holatiga ye'tibor qaratishlari kerak, balki o'z muhitida sodir bo'layotgan o'zgarishlarni kuzatib borish imkonini beradigan uzoq muddatli omon qolish strategiyasini ishlab chiqishlari kerak. Hozirgi faoliyatda potentsialdan oqilona foydalanish vazifasi bekor qilinmagan bo'lsa-da, tez o'zgaruvchan sharoitda raqobatdosh ustunliklarni ta'minlaydigan bunday boshqaruvni amalga oshirish juda muhimdir.

Biznes amaliyoti shuni ko'rsatdiki, yagona universal strategik boshqaruv mavjud bo'lmaganidek, barcha kompaniyalar uchun bir xil bo'lgan raqobat strategiyasi mavjud emas. Har bir korxonada o'ziga xos tarzda o'ziga xosdir va har bir korxonada uchun raqobat strategiyasini ishlab chiqish jarayoni o'ziga xosdir, chunki u