

**BIZNES VA TADBIRKORLIKNI SAMARALI BOSHQARISH YO‘LLARI:
STRATEGIK, TASHKILY VA INNOVATSION YONDASHUVLAR****Suyunov Dilmurod Xolmurodovich***Biznes va tadbirkorlik oliy maktabi, iqtisod fanlari doktori professor***Xajieva Shaxnoza Jalilovna***O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi huzuridagi**"Biznes va tadbirkorlik oliy maktabi" magistr tinglovchi,*

Annotatsiya: *Mazkur maqolada biznes va tadbirkorlikni samarali boshqarishning nazariy hamda amaliy asoslari tahlil qilinadi. Kichik va o‘rta biznes subyektlari faoliyatida strategik rejalashtirish, moliyaviy intizom, inson kapitalini boshqarish, raqamli vositalardan foydalanish, marketing kommunikatsiyasi va risklarni boshqarish omillarining o‘rni yoritiladi. Muallif samarali boshqaruvni faqat ma‘muriy nazorat emas, balki bozordagi o‘zgarishlarga moslashish, resurslardan oqilona foydalanish va doimiy innovatsion yangilanishni ta‘minlovchi tizim sifatida talqin etadi. Tadqiqot natijasida tadbirkorlik subyektlari uchun amaliy tavsiyalar ishlab chiqilib, ularni raqobatbardoshlikni kuchaytirish, mahsulot sifatini oshirish, ichki boshqaruvni soddalashtirish va barqaror o‘sinhga erishish nuqtai nazaridan guruhlash taklif etiladi.*

Abstract: *This article analyzes the theoretical and practical foundations of effective business and entrepreneurship management. It highlights the role of strategic planning, financial discipline, human capital management, digital tools, marketing communication, and risk management in the activities of small and medium-sized enterprises. Effective management is interpreted not merely as administrative control, but as a system that ensures adaptation to market changes, rational use of resources, and continuous innovative renewal. Based on the analysis, practical recommendations are proposed for entrepreneurial entities to strengthen competitiveness, improve product quality, simplify internal management, and achieve sustainable growth.*

Kalit so‘zlar: *biznes boshqaruvi, tadbirkorlik, strategik rejalashtirish, innovatsion yondashuv, moliyaviy boshqaruv, marketing, raqamlashtirish, risklarni boshqarish*

Keywords: *business management, entrepreneurship, strategic planning, innovation, financial management, marketing, digitalization, risk management*

Kirish

Bozor iqtisodiyoti sharoitida biznes va tadbirkorlikni samarali boshqarish masalasi nafaqat alohida korxonaga muvaffaqiyati, balki hududiy iqtisodiy faollik, bandlik va ijtimoiy farovonlik

uchun ham muhim omil hisoblanadi. Har qanday tadbirkorlik subyekti ma’lum resurslar, maqsadlar va tashqi muhit bosimi ostida faoliyat yuritadi. Shu sababli boshqaruv jarayoni odatiy buyruqbozlikdan ko‘ra kengroq mazmunga ega bo‘lib, rejalashtirish, tashkil etish, muvofiqlashtirish, rag‘batlantirish, nazorat va qayta aloqa tizimlarining uzviy birligiga tayanadi.

Zamonaviy biznes muhiti tez o‘zgaruvchanligi bilan ajralib turadi. Xaridorlarning talab va didi tez yangilanadi, raqobat shakllari murakkablashadi, raqamli texnologiyalar biznes modellarini qayta shakllantiradi, ta’minot zanjirlari va xarajatlar tuzilmasi esa doimiy ravishda yangilanib boradi. Bunday sharoitda samarali boshqaruvning asosiy vazifasi mavjud imkoniyatlarni to‘g‘ri baholash, xavflarni oldindan ko‘ra bilish, ichki resurslar va tashqi hamkorlikni uyg‘unlashtirish orqali natijadorlikni oshirishdan iborat.

Samarali boshqaruvning birinchi sharti aniq strategik tasavvurga ega bo‘lishdir. Strategiya korxonaning qayerga qarab harakatlanayotganini, qaysi bozor segmentini tanlayotganini, qanday qiymat taklif qilayotganini va resurslarini qaysi ustuvor yo‘nalishlarga yo‘naltirayotganini belgilaydi. Strategiyasiz boshqaruv ko‘pincha kunlik muammolarni bartaraf etish bilan cheklanib qoladi va uzoq muddatli o‘shish imkoniyatlarini boy beradi.

Strategik boshqaruv amaliyotida tadbirkor kamida besh savolga javob topishi lozim: korxonaning asosiy maqsadi nima; asosiy mijoz kim; mahsulot yoki xizmatning raqobat afzalligi nimada; bozor o‘zgarishlariga moslashish mexanizmi qanday; daromadlilikni saqlash uchun xarajatlar va sifat o‘rtasidagi muvozanat qanday boshqariladi. Mazkur savollarga puxta javob ishlab chiqilsa, korxonaning faoliyati tartibli va o‘lchab bo‘ladigan mezonlarga tayana boshlaydi.

Strategik rejalashtirish uzoq muddatli maqsad bilan bir qatorda qisqa va o‘rta muddatli vazifalarni ham belgilashi kerak. Masalan, uch yillik o‘shish rejasi mahsulot qatorini kengaytirish, mijozlar bazasini ko‘paytirish, ishlab chiqarish unumdorligini oshirish va raqamli savdoni yo‘lga qo‘yish kabi bosqichlarga bo‘linishi mumkin. Bunday tizim qaror qabul qilishni soddalashtiradi, ishchilarning mas’uliyat doirasini aniq belgilaydi va natijalarni tahlil qilish imkonini beradi.

Strategik yondashuvning muhim jihati tashqi muhit monitoringidir. Raqobatchilar faoliyati, xaridorlar talabi, narx dinamikasi, kredit shartlari, logistika xarajatlari va texnologik yangiliklar muntazam kuzatib borilmasa, biznes sekin-asta bozordan orqada qolishi mumkin. Demak, samarali boshqaruv faqat ichki tartib-intizom emas, balki tashqi axborotni o‘z vaqtida qayta ishlash va unga moslashish qobiliyatidir.

1-jadval. Samarali boshqaruvning asosiy yo‘nalishlari va kutiladigan natijalar

Yo‘nalish	Asosiy boshqaruv vositasi	Kutiladigan natija
Strategik boshqaruv	Maqsadlarni belgilash, bozor tahlili, KPI tizimi	Uzoq muddatli barqaror o‘shish va resurslar ustuvorligini aniqlash
Tashkiliy boshqaruv	Vazifalar taqsimoti, delegatsiya, ichki nazorat	Ish jarayonining soddalashuvi va mas’uliyatning oshishi
Moliyaviy boshqaruv	Pul oqimi tahlili, xarajatlar hisobi, zaxira fondi	Rentabellikning yaxshilanishi va moliyaviy xavflarning kamayishi
Marketing va raqamlashtirish	CRM, onlayn savdo, maqsadli reklama	Mijozlar bazasining kengayishi va sotuvning oshishi
Kadrlar va innovatsiya	Malaka oshirish, rag‘bat, yangi yechimlarni sinash	Mehnat unumdorligi va moslashuvchanlikning ortishi

Tashkiliy boshqaruv va ichki jarayonlarni optimallashtirish

Biznesni samarali boshqarishda tashkiliy tuzilma alohida ahamiyatga ega. Ko‘plab tadbirkorlik subyektlarida muammo g‘oyaning yomonligida emas, balki vazifalar taqsimotining noaniqligida namoyon bo‘ladi. Korxonada kim sotuvga, kim ta‘minotga, kim mijoz bilan ishlashga, kim hisobot va nazoratga mas‘ul ekanligi aniq belgilanmasa, ish jarayoni ortiqcha takroriy harakatlar, kechikishlar va mas‘uliyatsizlik bilan to‘lib ketadi.

Moliyaviy boshqaruv va resurslardan oqilona foydalanish

Biznes barqarorligining asosiy shartlaridan biri moliyaviy boshqaruvdir. Amaliyotda ko‘plab tadbirkorlar savdo hajmi ortishini muvaffaqiyat belgisi deb qabul qiladilar, biroq savdo hajmining o‘zi yetarli ko‘rsatkich emas. Asosiy masala tushumning naqd pul oqimiga, rentabellikka va qayta investitsiya imkoniyatiga qanday aylanishidadir. Shu nuqtai nazardan samarali boshqaruv xarajatlarni hisobga olish, mahsulot tannarxini aniq bilish, narx siyosatini asosli yuritish va qarzdorlikni nazorat qilishni talab etadi.

Moliyaviy intizomning birinchi bosqichi daromad va xarajatlarni muntazam hisobga olishdir. Hatto eng kichik tadbirkorlik subyekti ham sotuv hajmi, doimiy xarajatlar, o‘zgaruvchan xarajatlar, soliq majburiyatlari va kutilayotgan pul oqimini alohida nazorat qilishi lozim. Moliyaviy ma‘lumotlar aniq bo‘lmasa, tadbirkor foydali va zararli yo‘nalishlarni farqlay olmaydi.

Ikkinchi bosqich zaxira va investitsiya siyosatini shakllantirishdir. Korxonada butun tushumni joriy xarajatlarga sarflab yubormasligi kerak. Muayyan qismi texnik yangilanish, xodimlarni o‘qitish, marketing faoliyatini kengaytirish va favqulodda vaziyatlar uchun zaxira

fondiga yo‘naltirilishi maqsadga muvofiq. Aynan zaxira mavjudligi biznesni bozor tebranishlaridan himoya qiladi.

Uchinchi jihat moliyaviy manbalarni diversifikatsiya qilishdir. Tadbirkor faqat birgina kredit yoki birgina xaridor hisobiga faoliyat yuritmasligi lozim. Turli moliyaviy manbalar, hamkorlik asosidagi investitsiyalar, oldindan to‘lov tizimi yoki lizing kabi vositalardan foydalanish moliyaviy xavfni kamaytiradi. Demak, samarali moliyaviy boshqaruv pulni tejash bilangina emas, balki uni strategik ravishda harakatlantirish bilan bog‘liq.

Marketing, mijozga yo‘naltirilganlik va raqamli vositalar

Bozor iqtisodiyotida mahsulot yoki xizmat sifati qanchalik yuqori bo‘lmasin, agar u to‘g‘ri taqdim etilmasa va kerakli iste‘molchiga yetib bormasa, biznes kutilgan natijani bermaydi. Shu sababli marketing boshqaruv tizimining markaziy bo‘g‘inlaridan biridir. Marketingni faqat reklama sifatida tushunish xato; u bozorni o‘rganish, maqsadli auditoriyani aniqlash, narx joylashuvi, kommunikatsiya usullari va mijoz bilan uzoq muddatli aloqani shakllantirish jarayonidir.

Mijozga yo‘naltirilgan boshqaruv tadbirkordan iste‘molchi ehtiyojini chuqur tahlil qilishni talab etadi. Xaridor nima uchun aynan shu mahsulotni tanlaydi, uni qoniqtirmayotgan jihatlar nimalardan iborat, takroriy xaridga nima ta‘sir qiladi, xizmat ko‘rsatish tezligi va ishonchliligi qanchalik muhim – bularning barchasi marketing qarorlarining asosi bo‘lishi kerak. Mijoz shikoyatlari va takliflarini tizimli yig‘ish ham boshqaruv sifati uchun muhim manbadir.

Raqamli vositalardan foydalanish bugungi tadbirkorlikda alohida ustunlik beradi. Ijtimoiy tarmoqlar, onlayn buyurtma tizimlari, CRM dasturlari, elektron to‘lovlar, raqamli reklama va analitika vositalari xaridor bilan aloqani tezlashtiradi va boshqaruvni aniqroq ma‘lu motlarga tayantiradi. Kichik biznes uchun ham arzon va sodda raqamli yechimlar mavjud bo‘lib, ular yordamida mijozlar bazasi, savdo statistikasi va reklama samaradorligini kuzatish mumkin.

Raqamlashtirishning yana bir afzalligi shundaki, u biznesni hududiy cheklavlardan qisman ozod qiladi. Onlayn savdo kanallari yordamida kichik korxonalar o‘z mahsulotini mahalliy bozor doirasidan chiqib, kengroq auditoriyaga taklif qilishi mumkin. Bu esa samarali boshqaruvda marketing va texnologiyaning bir-biridan ajralmas ekanini ko‘rsatadi.

Inson kapitali, innovatsiya va risklarni boshqarish

Har qanday biznesning uzoq muddatli muvaffaqiyati inson kapitali sifati bilan chambarchas bog‘liq. Malakali xodim, mas‘uliyatli jamoa va sog‘lom korporativ muhit bo‘lmasa, texnik va moliyaviy resurslar ham kutilgan natijani bermaydi. Shu bois tadbirkorlik subyekti xodimlarni tanlash, o‘qitish, rag‘batlantirish va baholash tizimiga e‘tibor qaratishi lozim. Xodimlar bilan adolatli munosabat, aniq vazifa, ishlash uchun qulay muhit va natijaga bog‘liq rag‘bat biznes samaradorligini oshiradi.

Innovatsiya faqat yirik korxonalar uchun xos tushuncha emas. Kichik biznesda ham mahsulotni yangilash, xizmat ko‘rsatish usulini takomillashtirish, qadoqlashni o‘zgartirish, yetkazib berish mexanizmini tezlashtirish, mijoz bilan aloqa formatini soddalashtirish innovatsion yondashuv hisoblanadi. Muhimi, tadbirkor bozordagi o‘zgarishlarga javob bera oladigan moslashuvchan fikrlashni shakllantirishi kerak.

Risklarni boshqarish samarali boshqaruvning ajralmas qismi sanaladi. Xomashyo narxining o‘zgarishi, talab pasayishi, to‘lov intizomi buzilishi, kadrlar almashinuvi, texnik nosozliklar yoki tashqi logistika muammolari biznes faoliyatiga jiddiy ta’sir ko‘rsatishi mumkin. Shu sababli ehtimoliy xavflarni oldindan baholash, ularning ustuvorlarini ajratish va muqobil choralarni belgilash talab etiladi.

Amaliy jihatdan qaralganda, risklarni boshqarish uchun bir necha oddiy mexanizmlar katta samara beradi: zaxira fondini shakllantirish, yetkazib beruvchilarni diversifikatsiya qilish, asosiy ko‘rsatkichlarni haftalik monitoring qilish, shartnomaviy intizomni musta hkamlash, xodimlar o‘rnini bosuvchi kompetensiyalarni rivojlantirish va ma’lumotlarni raqamli saqlash. Bunday choralar tadbirkorlik subyektiga noaniqlik sharoitida ham barqarorlikni saqlash imkonini beradi.

Biznes va tadbirkorlikni samarali boshqarish uchun quyidagi yondashuvlarni tizimli joriy etish maqsadga muvofiq: birinchidan, korxonalar uchun aniq missiya, maqsad va o‘lchab bo‘ladigan ko‘rsatkichlarni belgilash; ikkinchidan, vazifalar taqsimoti va ichki nazoratni soddalashtirilgan, biroq aniq shaklda tashkil etish; uchinchidan, moliyaviy oqimlar va xarajatlar tahlilini muntazam yuritish; to‘rtinchidan, mijozlar bilan aloqa va marketing tahlilini raqamli vositalar yordamida kuchaytirish; beshinchidan, xodimlarning malakasini oshirish va natijaga yo‘naltirilgan rag‘bat tizimini yaratish; oltinchidan, kichik innovatsiyalarni doimiy qo‘llab-quvvatlash.

Mazkur tavsiyalarni amalga oshirishda bosqichma-bosqichlik tamoyili muhimdir. Har bir tadbirkor bir vaqtning o‘zida barcha yo‘nalishda katta o‘zgarish qilishga urinmasdan, eng og‘riqli muammodan boshlab, keyin navbat bilan boshqa bo‘g‘inlarni takomillashtirishi maqsadga muvofiq. Chunki samarali boshqaruv – bu bir martalik kompaniya emas, balki doimiy takomillashuv jarayonidir.

Xulosa qilib aytganda, biznes va tadbirkorlikni samarali boshqarish ko‘p omilli va tizimli jarayon bo‘lib, u strategik fikrlash, tashkiliy intizom, moliyaviy savodxonlik, marketing faoliyati, raqamli texnologiyalar, inson kapitali va risklarni boshqarishning uyg‘unlashgan tizimiga tayanadi. Samarali boshqaruvning asosiy mezoni faqat qisqa muddatli foyda emas, balki biznesning moslashuvchanligi, ichki barqarorligi, mijoz ishonchi va yangilanish qobiliyatidir. Shu ma’noda tadbirkor uchun eng muhim vazifa resurslarni ko‘paytirishdan oldin ularni oqilona boshqarish madaniyatini shakllantirishdir. Natijada boshqaruv sifati

ortgan sayin korxonaning raqobatbardoshligi, foydaliligi va bozor sharoitidagi yashovchanligi kuchayadi.

REFERENCES

1. Suyunov D. X. Corporate governance mechanism: problems and solutions. Monograph // T.: Academia. – 2007. - T. 200.
2. Suyunov, D., and Elmurod Abdusattorovich Khoshimov. "Methodological aspects of assessing the effectiveness of corporate governance in joint-stock companies. Scientific electronic journal" Economics and innovation technologies " 2 (2018).
3. Suyunov D. H. The main problems of corporate governance and ways to solve them //EPRA International Journal of Economic Growth and Environmental Issues (EGEI) ISSN. – S. 2321-6247.
4. Suyunov D. H. The main problems of corporate governance and ways to solve them //EPRA International Journal of Economic Growth and Environmental Issues (EGEI) ISSN. – S. 2321-6247.
5. Davletyarov M. A., Suyunov D., Kenjabaev A. T. Digitalization of the economy: concepts, problems and implementation strategy //Spectrum Journal of Innovation, Reforms and Development. – 2023. – T. 12. – S. 209-218.
6. Davletyarov M. A., Suyunov D., Kenjabaev A. T. state regulation of digital transformation of the economy // American Journal of Business Administration, Economics and banking. – 2023. - T. 9. - S. 145-150.
7. D X Suyunov, N K Ėrmatova. Sifrovaya transformatsiya protsessov upravleniya personalom v kommercheskom banke. Journal of new century innovations 43 (4), 75-78.
8. D.X.Suyunov, A.T.Kenjabayev. Elektron tijorat.darslik. 2023 yil. 450 bet.
9. S D Kholmurodovich, RH Yuldashevich. The Role Of Foreign Investments In The Development Of Small Business And Private Entrepreneurship.EPRA International Journal of Socio-Economic and Environmental Outlook (SEEO).
10. S D Kholmurodovich, T D Shermonovna. The role and importance of digital technologies in the development of enterprises. The American Journal of Social Science and Education Innovations 4 (02), 15-19.
11. To’Raqulov Botirturdiyev, S D Xolmuradovich. Umumiy ovqatlanish korxonasini faolyatini rivojlantirishda marketing strategiyalaridan foydalanish va swot tahlili takomillashtirish. Ta’lim fidoyilari 25 (5), 149-156.

12. To‘Raqulov Botirturdiyev, S D Xolmuradovich. Umumiy ovqatlanish korxonalarini faoliyatini rivojlantirishda marketing strategiyalaridan foydalanishni takomillashtirish. Ta‘lim fidoyilari 25 (5), 157-164.