

BIZNES MUHITIDA KOMPANIYALARNING KUCHLI VA KUCHSIZ TOMONLARINI TAHLIL QILISHNING AHAMIYATI VA METODOLOGIYASI

Urazov Sadulla Shodiyevich

SamISI "Menejment" kafedrasi katta o'qituvchisi

Abdukaxxorova Durdona Ixomovna

TDIU, Professional ta'lim: iqtisodiyot ta'lim yo'nalishi talabasi

Annotatsiya: *Ushbu maqolada kompaniyaning kuchli va kuchsiz tomonlarini tahlil qilishning ahamiyati va metodologiyasi ko'rib chiqiladi. SWOT tahlili asosida kompaniyaning ichki va tashqi muhitiga ta'sir etuvchi omillar tahlil qilinadi. Shuningdek, kompaniyaning raqobatbardoshligini oshirish va barqaror rivojlanishini ta'minlash bo'yicha tavsiyalar beriladi.*

Kalit so'zlar: *SWOT tahlili, raqobat ustunligi, biznes strategiyasi, bozor pozitsiyasi, kompaniya natijalari, ichki omillar, tashqi muhit.*

Аннотация: *В данной статье рассматриваются важность и методология анализа сильных и слабых сторон компании. На основе SWOT-анализа изучаются факторы, влияющие на внутреннюю и внешнюю среду компании. Кроме этого, даются рекомендации по повышению конкурентоспособности и о обеспечению устойчивого развития.*

Ключевые слова: *SWOT-анализ, конкурентное преимущество, бизнес-стратегия, позиция на рынке, результаты компании, внутренние факторы, внешняя среда.*

Annotation: *This article examines the importance and methodology of analyzing a company's strength and weaknesses. Based on SWOT analysis, factors affecting the internal and external environment of the company are analyzed. Additionally, recommendations are provided to enhance competitiveness and ensure sustainable development.*

Keywords: *SWOT analysis, competitive advantage, business strategy, market position, company performance, internal factors, external environment.*

KIRISH

Har qanday kompaniyaning barqaror rivojlanishi va bozor sharoitida muvaffaqiyatga erishishi uning kuchli va kuchsiz tomonlarini to'g'ri tahlil qilish qobiliyatiga bog'liq. Bugungi tez o'zgarib borayotgan biznes muhitida kompaniyalar strategik qarorlar qabul qilishda o'zining ichki imkoniyatlarini va tashqi muhitda yuzaga keladigan tahdidlarni chuqur tahlil qilishi zarur. Kompaniyaning kuchli tomonlari uning raqobat ustunligini ta'minlaydigan asosiy omillar bo'lsa, kuchsiz tomonlari esa uning rivojlanishiga to'sqinlik qiluvchi zaif jihatlar hisoblanadi. Shu sababli, kompaniya o'z imkoniyatlaridan samarali foydalanish va muammolarni bartaraf etish uchun muntazam tahlil olib borishi kerak.

Raqobat kuchayib borayotgan biznes muhitida kompaniyalar nafaqat o'z kuchli tomonlarini mustahkamlashi, balki kuchsiz tomonlarini bartaraf etish choralari ham ko'rishi lozim. Shuningdek, bozor sharoitida yangi imkoniyatlarni topish va potentsial tahdidlarga tayyor turish muvaffaqiyat kaliti hisoblanadi. Ushbu maqolada kompaniyaning kuchli va

kuchsiz tomonlarini tahlil qilish usullari, SWOT tahlilining ahamiyati hamda strategik qarorlar qabul qilishda ushbu tahlil natijalaridan qanday foydalanish mumkinligi ko'rib chiqiladi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Kompaniyaning kuchli va kuchsiz tomonlarini tahlil qilish bo'yicha ilmiy adabiyotlar biznes boshqaruvi, strategik menejment va iqtisodiyot sohalarida keng o'rganilgan. Ushbu bo'limda SWOT tahlili, kompaniyaning ichki va tashqi muhitini baholash usullari hamda biznes strategiyasini shakllantirish bo'yicha taniqli tadqiqotchilarning ishlari tahlil qilinadi.

Kompaniyaning kuchli va kuchsiz tomonlarini aniqlashning eng mashhur yondashuvi SWOT tahlili hisoblanadi. Bu metod birinchi marta Albert S. Humphrey tomonidan 1960-yillarda ishlab chiqilgan va bugungi kunda strategik rejalashtirish jarayonida keng qo'llaniladi.

Kotler va Keller⁵ o'zlarining "Marketing Management" asarida SWOT tahlilining biznes strategiyasini shakllantirishdagi muhim rolini ta'kidlaydilar. Ularning fikricha, SWOT tahlili kompaniyaning bozor sharoitlariga moslashishiga va resurslarini samarali taqsimlashga yordam beradi.

Hill va Jones⁶ esa SWOT tahlilining kompaniya qarorlarini qabul qilish jarayonidagi ahamiyatini tadqiq etgan. Ular strategik menejment bo'yicha o'z asarlarida SWOT tahlilining nafaqat biznesni rivojlantirish, balki risklarni oldindan aniqlash va ularga qarshi choralar ko'rishda ham muhim ahamiyatga ega ekanligini ta'kidlaydilar.

Porter⁷ tomonidan ishlab chiqilgan "Competitive Advantage" konsepsiyasiga ko'ra, kompaniyaning kuchli tomonlari uning bozor mavqeini mustahkamlashda hal qiluvchi rol o'ynaydi.

Grant⁸ (2010) o'zining "Contemporary Strategy Analysis" kitobida kuchli tomonlarni aniqlashda resurslar va qobiliyatlarning kombinatsiyasi muhim ekanligini ta'kidlaydi. Uning fikricha, kompaniyaning kuchli tomonlari nafaqat mavjud resurslarga, balki ularni qay darajada samarali ishlatishga bog'liqdir.

Kotler biznes boshqaruvi bo'yicha o'z tadqiqotlarida kompaniyaning kuchsiz tomonlarini o'z vaqtida aniqlash va ularga qarshi strategiyalar ishlab chiqish biznesning uzoq muddatli muvaffaqiyatini ta'minlashda muhim ahamiyatga ega ekanligini ta'kidlaydi.

Drucker (1999) esa biznes strategiyasining o'zgaruvchan muhitga moslashishi va kompaniya kuchsiz tomonlarini rivojlantirish bo'yicha o'z qarashlarini bildirgan. Uning fikricha, kompaniyalar doimiy ravishda o'z faoliyatini baholab borishi va bozor talablariga mos strategiyalar ishlab chiqishi zarur.

Adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, kompaniyaning kuchli va kuchsiz tomonlarini aniqlash strategik qarorlarni samarali qabul qilishda muhim rol o'ynaydi. SWOT tahlili, Porterning beshta kuch modeli, Grant va Drucker nazariyalari kompaniyalar uchun strategik ustunlikni ta'minlashda muhim ahamiyatga ega.

Bu bo'limda keltirilgan ilmiy manbalar kompaniyalar SWOT tahlilidan qanday foydalanishi va biznes strategiyalarini muvaffaqiyatli shakllantirish bo'yicha nazariy va amaliy ko'rsatmalarni o'z ichiga oladi.

⁵ Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.

⁶ Hill, C. W., & Jones, G. R. (2012). Strategic management theory: An integrated approach (10th ed.). Houghton Mifflin.

⁷ Porter, M. E. (1985). Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance. Free Press.

⁸ Grant, R. M. (2016). Contemporary strategy analysis (9th ed.). Wiley.

Tahlil natijalari.

Biznes muhitida kompaniyalarning kuchli va kuchsiz tomonlarini tahlil qilish biznes boshqaruvida keng qo'llaniladigan SWOT tahlili yordamida amalga oshiriladi.

Bu yondashuv kompaniyaning Strengths (kuchli tomonlar), Weaknesses (kuchsiz tomonlar), Opportunities (imkoniyatlar) va Threats (tahdidlar) kabi to'rt asosiy jihatini o'rganishga yordam beradi. SWOT tahlili kompaniyaga o'zining hozirgi pozitsiyasini baholash, ichki resurslar va tashqi imkoniyatlardan samarali foydalanish hamda biznes strategiyasini shakllantirish imkonini beradi.

Kompaniyaning kuchli tomonlari odatda quyidagi jihatlarni o'z ichiga oladi:

- yuqori sifatli mahsulot yoki xizmat
- kuchli brend va bozor imidji
- tajribali va malakali xodimlar
- innovatsion texnologiyalar va samarali boshqaruv tizimi
- mijozlarga yaxshi xizmat ko'rsatish

Biroq, har qanday kompaniyada kamchiliklar bo'lishi tabiiy. Kuchsiz tomonlar esa kompaniyaning raqobatbardoshligini pasaytirishi mumkin. Ular orasida quyidagi jihatlar kiradi:

- yetarlicha moliyaviy resurslarning yo'qligi
- bozordagi o'zgarishlarga moslasha olmaslik
- samarali marketing strategiyasining yo'qligi
- past darajadagi texnologik rivojlanish
- kadrlar yetishmovchiligi yoki malakasining pastligi

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, SWOT tahlili kompaniyalarga o'z faoliyatini tahlil qilish va istiqbolli qarorlar qabul qilish imkoniyatini beradi. Bu tahlil natijalaridan quyidagi jihatlar ayon bo'ldi:

- Kompaniyaning kuchli tomonlarini aniqlash orqali raqobatbardoshlikni oshirish mumkin.
- Kuchsiz tomonlarni aniqlash va ularni bartaraf etish kompaniyaning barqarorligini ta'minlaydi.
- SWOT tahlili bozor imkoniyatlarini aniqlash va ulardan samarali foydalanishga yordam beradi.
- Tahdidlarni oldindan ko'rib chiqish va ularga qarshi choralar ishlab chiqish xavflarni kamaytiradi.

Bu yondashuv kompaniyalarning uzoq muddatli rivojlanish strategiyalarini shakllantirishida muhim rol o'ynaydi.

Porter va Grant tomonidan ishlab chiqilgan nazariyalarga asosanib, kompaniyaning kuchli tomonlari quyidagi jihatlardan iborat bo'lishi mumkin:

- Brend va mijozlar sadoqati: Kuchli brend imidji va ishonchli mijozlar bazasi kompaniyaning uzoq muddatli muvaffaqiyatiga hissa qo'shadi. Masalan, Apple va Tesla kompaniyalari mijozlarning sadoqati hisobiga yuqori daromad olishga erishmoqda.
- Innovatsion mahsulot va xizmatlar: Kompaniyalar yangi texnologiyalar va mahsulotlarni joriy qilish orqali bozorda yetakchilikka erishishi mumkin. Masalan,

Tesla elektromobillar texnologiyasi va avtonom boshqaruv tizimi orqali raqobatchilaridan ajralib turadi.

- **Moliyaviy barqarorlik:** Katta miqdordagi investitsiyalar va mustahkam moliyaviy zaxiralar kompaniyaga uzoq muddatli rivojlanish imkoniyatini yaratadi.

- **Yuqori sifatli boshqaruv tizimi:** Samarali menejment kompaniyaning operatsion jarayonlarini optimallashtirishga yordam beradi. Natijalar shuni ko'rsatadiki, kompaniyalar o'z kuchli tomonlarini mustahkamlash orqali bozorda yanada muvaffaqiyat qozonishi mumkin.

Kompaniyalar kuchsiz tomonlarini bartaraf etish uchun resurslarini optimallashtirish, kadrlar malakasini oshirish va innovatsiyalarga sarmoya kiritish zarur. Kompaniyalar o'z oldida turgan imkoniyatlardan foydalanish orqali tez rivojlanishi mumkin. SWOT tahlili natijalari asosida asosiy imkoniyatlar quyidagicha aniqlangan:

Birinchidan, Kompaniyalar mahsulotlarini diversifikatsiya qilish orqali yangi mijozlarni jalb qilishi mumkin. Masalan, Google sun'iy intellekt sohasida faoliyatini kengaytirib, yangi bozor segmentlariga kirib bormoqda.

Ikkinchidan, Sun'iy intellekt, avtomatlashtirish va raqamli transformatsiya kompaniyalarga raqobatda ustunlik beradi.

Uchiunchidan, kompaniyalar xalqaro miqyosda o'z brendlarini targ'ib qilish orqali daromadlarini oshirishlari mumkin. Masalan, Tesla va Amazon global bozorlarni muvaffaqiyatli egallagan kompaniyalardir.

To'rtinchidan, raqobatchilar bilan hamkorlik qilish yoki yangi sheriklar bilan ishlash orqali kompaniyalar qo'shimcha resurslarga ega bo'lishi mumkin.

Kompaniyalarning muvaffaqiyatli rivojlanishi uchun SWOT tahlilidan samarali foydalanish zarurligini ko'rsatadi. Kompaniyalar o'z kuchli tomonlarini mustahkamlab, kuchsiz tomonlarini bartaraf etish, mavjud imkoniyatlardan maksimal darajada foydalanish va tahdidlarga qarshi samarali strategiyalar ishlab chiqish orqali uzoq muddatli muvaffaqiyatga erishishlari mumkin. Bu natijalar kompaniya boshqaruvchilari va biznes egalari uchun strategik qarorlar qabul qilishda muhim yo'riqnoma bo'lib xizmat qiladi.

Misol tariqasida Tesla va Apple kabi yirik kompaniyalar o'z strategiyalarini rejalashtirishda SWOT tahlilidan keng foydalanadilar.

Tesla SWOT tahlili (Musk, 2020):

- **Kuchli tomonlar:** Innovatsion texnologiyalar, kuchli brend, ekologik toza mahsulotlar
- **Kuchsiz tomonlar:** Xomashyo ta'minoti muammolari, yuqori ishlab chiqarish xarajatlari
- **Imkoniyatlar:** Elektromobillarga talabning oshishi, yangi bozorlarga chiqish
- **Tahdidlar:** Kuchli raqobat, tartibga soluvchi qonunchilik

Kompaniyalar doimiy ravishda o'z kuchli va kuchsiz tomonlarini tahlil qilib borishi, strategiyalarini bozor talablariga moslashtirishi hamda ichki va tashqi muhit omillarini hisobga olgan holda harakat qilishlari kerak. Shu bilan birga, ilmiy tadqiqotlar ko'rsatganidek, biznesning muvaffaqiyati samarali boshqaruv, innovatsiyalar va bozor o'zgarishlariga moslashish qobiliyatiga bog'liq.

Apple kompaniyasi zamonaviy texnologiya sanoatining yetakchilaridan biri bo'lib, uning muvaffaqiyatining asosiy omillaridan biri SWOT tahlilini samarali qo'llashidir. Quyida Apple

kompaniyasining kuchli va kuchsiz tomonlari, imkoniyatlari va tahdidlari bo'yicha batafsil tahlil keltiriladi.

Apple kompaniyasining kuchli tomonlari quydagilardan iborat:

- Apple dunyodagi eng taniqli brendlardan biri bo'lib, mijozlarning sadoqati yuqori darajada. Ular mahsulot sifati va dizayniga katta e'tibor qaratishadi.

- Apple doimo yangi texnologiyalarni joriy qilib, bozorda innovator sifatida tanilgan. iPhone, MacBook va AppleWatch kabi mahsulotlar texnologik yutuqlarning yaqqol namunasidir.

- Apple premium segmentda ishlaydi va mahsulotlarini yuqori narxlarda sotish orqali yuqori daromad oladi.

- Apple mahsulotlari (iPhone, iPad, MacBook, AirPods, AppleWatch) bir-biri bilan mukammal integratsiya qilingan bo'lib, bu foydalanuvchilarni ekotizimda uzoqroq ushlab turadi.

Apple kompaniyasining kuchsiz tomonlariga nazar tashlaydigan bo'lsak,

- Apple mahsulotlari boshqa brendlar mahsulotlariga nisbatan qimmat, bu esa kam daromadli mijozlarni jalb qilish imkoniyatini cheklaydi.

- Apple yopiq tizimga ega bo'lib, iOS va macOS operatsion tizimlari cheklovlariga ega. Bu ayrim foydalanuvchilarning alternativ tizimlarga o'tishiga sabab bo'lishi mumkin.

- Samsung, Google va Huawei kabi kompaniyalar Apple bilan bir xil segmentda faoliyat yuritadi va innovatsiyalar bo'yicha kuchli raqobat olib boradi.

- Apple mahsulotlarining aksariyati Xitoyda ishlab chiqariladi. Global ta'minot zanjiridagi muammolar (pandemiya, logistika muammolari) Apple'ning ishlab chiqarish jarayoniga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin.

Xulosa. Kompaniyaning kuchli va kuchsiz tomonlarini tahlil qilish – strategik boshqaruvning muhim vositalaridan biri bo'lib, u biznesning bozor sharoitida muvaffaqiyat qozonish imkoniyatlarini oshiradi. Ushbu tahlil kompaniyaning ichki va tashqi muhitini chuqur o'rganish, kuchli tomonlarni maksimal darajada samarali qo'llash va mavjud zaif tomonlarni bartaraf etish imkonini beradi. Biznes muhitining doimiy o'zgarib borishi sababli kompaniyalar o'z strategiyalarini muntazam ravishda qayta ko'rib chiqib, innovatsion yechimlar ishlab chiqishlari lozim. SWOT tahlil yoki boshqa strategik tahlil usullaridan foydalanish orqali kompaniya o'zining aniq pozitsiyasini tushunib, raqobatchilarga nisbatan ustunlikka erishishi mumkin.

Yuqoridagi fikrlardan kelib chiqib, quyidagi taklif va tavsiyalarni berib o'tamiz,

Birinchidan, innovatsion yondashuvni rivojlantirish ya'ni kompaniyalar o'z kuchli tomonlarini maksimal darajada foydalangan holda, yangi innovatsiyalarni joriy etishga katta e'tibor qaratishlari kerak. Bunga yangi texnologiyalarni ishlab chiqish, mahsulot dizaynini yangilash va raqamli transformatsiya jarayonlarini kuchaytirish kiradi. Innovatsion yechimlar faqat kompaniyaning raqobatbardoshligini oshirishga yordam bermaydi, balki mijozlar ehtiyojlarini yanada yaxshiroq qondirish imkonini yaratadi.

Ikkinchidan, bozor sharoitlari va iste'molchi talablarining tezkor o'zgarishi kompaniyani doimiy ravishda moslashuvchanlikni saqlab qolishga undaydi. Kompaniyalar o'zining strategiyalarini doimiy ravishda qayta ko'rib chiqib, yangi sharoitlarga tezda moslasha olishlari

zarur. Moslashuvchan biznes modelini yaratish kompaniyaning turli tahdidlarga qarshi kurashishda va bozorni o'zgarishlarga mos ravishda egallashda yordam beradi

Uchinchidan, kompaniyaning muvaffaqiyatli rivojlanishi uchun samarali boshqaruv tizimi zarur. Bu uchun kompaniyalar rahbariyatni malakali va tajribali mutaxassislar bilan ta'minlashi, shuningdek, jamoa bilan ishlashni yanada yaxshilash uchun kommunikatsiya kanallarini mustahkamlashi lozim. Boshqaruv tizimini optimallashtirish, xarajatlarni kamaytirish va samaradorlikni oshirish uchun zamonaviy menejment texnologiyalaridan foydalanish muhim ahamiyatga ega.

To'rtinchidan, kompaniyalar raqobatchilarining harakatlarini doimiy ravishda kuzatib borishlari, raqobatbardosh ustunlikni saqlab qolish uchun samarali raqobat strategiyalarini ishlab chiqishlari zarur. Bozorni diversifikatsiya qilish, ya'ni turli segmentlarda faoliyat yuritish kompaniyaning yirik raqobatchilardan ajralib turishiga yordam beradi. Yangi mahsulotlar va xizmatlar yaratish orqali kompaniya bozorning kengroq qismini qamrab olish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Beshinchidan, kompaniyalar tashqi tahdidlarga qarshi oldindan strategiyalar ishlab chiqishlari kerak. Masalan, iqtisodiy inqiroz, siyosiy beqarorlik yoki ekologik muammolar kabi tahdidlarga qarshi yechimlar ishlab chiqish, kompaniyaning barqarorligini saqlab qolishga yordam beradi. Kompaniya tahdidlarni tahlil qilish va ularga mos ravishda oldindan rejalashtirish orqali o'zining xavf darajasini kamaytirishi mumkin.

Xulosa qilib aytganda, kompaniyaning kuchli va kuchsiz tomonlarini tahlil qilish nafaqat ichki resurslardan samarali foydalanishga, balki raqobatbardoshlik darajasini oshirishga ham xizmat qiladi.

Bunday tahlil asosida qabul qilinadigan strategik qarorlar kompaniya faoliyatini barqarorlashtirish, bozor talablariga moslashish va innovatsion yechimlarni joriy etish imkonini beradi.

Shu sababli, har bir kompaniya o'z faoliyatini muntazam tahlil qilib borishi, mavjud kamchiliklarni aniqlab, ularni bartaraf etish yo'llarini ishlab chiqishi zarur.

Bu esa o'z navbatida kompaniya rivojini ta'minlash, raqobat muhitida yetakchilikni qo'lga kiritish va uzoq muddatli muvaffaqiyat sari dadil qadam tashlash imkonini beradi.

Bularning barchasi esa kompaniya faoliyatini takomillashtirish yo'llari, samaradorligini oshirishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.
2. Porter, M. E. (1985). Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance. Free Press.
- 3.
4. Grant, R. M. (2016). Contemporary strategy analysis (9th ed.). Wiley.
5. Barney, J. B. (1991). "Firm resources and sustained competitive advantage". Journal of Management, 17(1), 99-120.

6. Andrews, K. R. (1971). The concept of corporate strategy. Homewood, IL: Richard D. Irwin.
7. Hill, C. W., & Jones, G. R. (2012). Strategic management theory: An integrated approach (10th ed.). Houghton Mifflin.
8. Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). Management (14th ed.). Pearson Education.
9. Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2017). Strategic management and business policy: Globalization, innovation, and sustainability (15th ed.). Pearson Education.
10. Tidd, J., & Bessant, J. (2018). Innovation and entrepreneurship: International perspectives. Wiley.
11. Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2008). Exploring corporate strategy: Text and cases (8th ed.). Prentice Hall.