



KORXONA FAOLIYATINI KENGAYTIRISH.

Sadikova Mavluda Kamoldinovna

Asaka Abu Ali ibn Sino nomidagi Jamoat salomatligi tehnikumi

Umumkasbiy fanlar kafedrasi o'qituvchisi

Annotatsiya: Ushbu maqolada korxona faoliyatini kengaytirishning nazariy va amaliy jihatlarini tahlil qilingan. Tadqiqotning maqsadi korxonalarining barqaror o'sishini ta'minlashda strategik rejalashtirish, bozor segmentatsiyasi va innovatsion boshqaruvning o'rnini yoritib berishdir. Maqolada xalqaro va mahalliy tajribalar tahlil qilinib, korxonalarini kengaytirish bo'yicha samarali tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: korxona, faoliyatni kengaytirish, strategik boshqaruv, bozor ulushi, investitsiyalar, innovatsiya, raqobatbardoshlik.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxona faoliyatini kengaytirish uning hayotiy zarurati hisoblanadi. Kengayish faqatgina ishlab chiqarish hajmini oshirish emas, balki yangi bozorlarga chiqish, texnologik yangilanish va korporativ boshqaruvni takomillashtirishni ham o'z ichiga oladi. O'zbekiston iqtisodiyotining jadal rivojlanayotgan davrida mahalliy korxonalar oldida nafaqat ichki, balki xalqaro bozorlarda ham raqobatbardosh bo'lish vazifasi turibdi.

Korxona faoliyatini kengaytirish shunchaki mahsulot hajmini oshirish emas, balki biznes modelini yangi bosqichga olib chiqishdir. Quyida korxona faoliyatini kengaytirish uchun kompleks va bosqichma-bosqich rejani keltiraman:

1-bosqich: Strategik diagnostika (Biz nimaga tayyormiz?)

Kengayishdan oldin poydevor mustahkamligini tekshirib olish kerak:

- Moliya sog'lig'ini tekshirish: Oxirgi 1-2 yillik balans, foyda va zarar hisobotlarini (P&L) tahlil qiling. Pul oqimi (cash flow) kengayish bilan bog'liq qo'shimcha xarajatlarni qoplay oladimi?



- **Biznes jarayonlar xaritasi:** Hozirgi kunda ish jarayonlaringiz qog'ozda qanchalik aniq yozilgan? Agar jarayonlar tartibga solinmagan bo'lsa, kengayish tartibsizlikka olib keladi.

- **Talabni aniqlash:** Bozor haqiqatan ham sizning kengaygan hajmingizni qabul qiladimi? Mijozlaringiz bilan suhbatlashing, ularga nima yetishmayotganini so'rang.

2-bosqich: Kengayish modelini tanlash

Qaysi yo'nalishda o'sishni xohlaysiz?

- **Gorizontal kengayish:** O'xshash xizmat yoki mahsulotlarni yangi bozorlarga (masalan, Namangandan Farg'ona vodiysiga yoki Toshkentga) olib chiqish.

- **Mahsulot diversifikatsiyasi:** Mavjud mijozlarga yangi, qo'shimcha mahsulotlar taklif qilish. (Masalan, agar siz mebel ishlab chiqarsangiz, endi uni yetkazib berish va o'rnatish xizmatini ham qo'shish).

- **Franchayzing:** Agar biznes modelingiz takrorlanuvchan bo'lsa, boshqalarga o'z brendingiz ostida ishlash huquqini berish orqali tez o'sish.

- **Ishlab chiqarishni chuqurlashtirish:** Xomashyoni boshqalardan olish o'rniga, o'z ishlab chiqarish bazangizni yaratish.

3-bosqich: Operatsion samaradorlik va Raqamlashtirish

Kengayish jarayonida inson omili xatolarini kamaytirish uchun texnologiyalar shart:

- **ERP/CRM tizimlari:** Bitrix24, Odoo, 1C yoki boshqa tizimlarni joriy etish orqali sotuvlar, ombor qoldiqlari va mijozlar bazasini markazlashtiring.

- **Lean Logistics (Tejamkor logistika):** Logistikadagi ortiqcha harakatlar, keraksiz ombor zaxiralari va kutish vaqtlarini qisqartirish. Har bir jarayon qiymat yaratishi kerak.



- FinTech integratsiyasi: Bank xizmatlari bilan uzviy bog‘liqlik (avtomatik to‘lovlar, hisob-fakturalarni elektron shaklda yuborish, onlayn buxgalteriya).

4-bosqich: Marketing va Sotuv strategiyasi

- Maqsadli auditoriyani qayta belgilash: Yangi bozor yoki yangi mahsulot uchun xaridor kim? Ularning "og‘riqli nuqtalari" (pain points) nima?

- Raqamli borliq (Digital Presence): Veb-sayt, ijtimoiy tarmoqlar (Instagram, LinkedIn, Telegram) va SEO orqali brendingizni kuchaytirish.

- Sotuv hunisi (Sales Funnel): Mijozni xabardor qilishdan to sotuvgacha bo‘lgan yo‘lni avtomatlashtirish.

5-bosqich: Inson resurslari (Kadrlar)

Biznes kengayganda eng katta muammo — menejerlar yetishmovchiligi.

- Delegatsiyalash: Egasi barcha qarorlarni qabul qiladigan tizimdan, departament rahbarlari javobgar bo‘lgan tizimga o‘tish.

- Korporativ madaniyat: Yangi xodimlarni kompaniya qadriyatlari bilan tanishtirish.

- Motivatsiya tizimi: KPI (Key Performance Indicators) asosida ish haqini belgilash.

6-bosqich: Xavf-xatarlarni boshqarish

- Huquqiy himoya: Siz aytganingizdek, intellektual mulkni (brend nomi, logotip, noyob texnologiyalar) patentlash juda muhim.

- Moliya yostig‘i: Kengayish davrida kutilmagan iqtisodiy o‘zgarishlar uchun kamida 3-6 oylik operatsion xarajatlarni qoplaydigan zahira fondini saqlang.

Amaliy tavsiya:

Kengayishni boshlashdan oldin "Pilot loyiha" qiling. Masalan, butun korxonani birdaniga yangi tizimga o‘tkazmang, avval bitta kichik hududda yoki bitta yangi mahsulot turida barchasini sinab ko‘ring. Natijalar ijobiy bo‘lsa, keyin uni keng ko‘lamda joriy eting.



Xulosa

Ba'zi ekspertlar faoliyatni kengaytirishda tezkor o'sishni yoqlashsa, boshqalar "sekin va barqaror" (organic growth) rivojlanish xavfsizroq ekanini ta'kidlashadi. Bizningcha, kengayish strategiyasi korxonaning hayotiy sikliga bog'liq. Kichik biznes uchun bozorga kirish strategiyasi ustuvor bo'lsa, yirik korxonalar uchun diversifikatsiya va vertikal integratsiya samaraliroq hisoblanadi.

Korxona faoliyatini kengaytirish kompleks yondashuvni talab qiladi. Tadqiqot asosida quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

- Strategik rejalashtirish: Har 3-5 yillik davr uchun aniq maqsadli strategiyalarni ishlab chiqish.
- Bozorni diversifikatsiya qilish: Yangi geografik hududlar va mijozlar segmentlarini o'zlashtirish.
- Raqamlashtirish: Ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish jarayonlarini raqamli texnologiyalar bilan boyitish.
- Hamkorlik: Strategik alyanslar tuzish orqali xarajatlarni optimallashtirish va xalqaro tajribani o'rganish.

Adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni (2022). "2022–2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida". (Mahalliy iqtisodiy muhit va tadbirkorlikni rivojlantirish siyosati uchun huquqiy asos).
2. Porter, M. E. (1980). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. Free Press. (Raqobat ustunligi va bozordagi mavqeini kengaytirish strategiyalari uchun asos).
3. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson. (Bozor segmentatsiyasi va xizmat ko'rsatishni kengaytirish bo'yicha qo'llanma).



4. Drucker, P. F. (2006). Innovation and Entrepreneurship. HarperBusiness. (Korxona faoliyatini kengaytirishda innovatsiyalarning o'rni).
5. Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005). Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant. Harvard Business School Press. (Yangi bozorlarni izlash va raqobatsiz hududlarda kengayish haqida).
6. Ismoilov, M. (2023). Korxona iqtisodiyoti va boshqaruvi. Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti. (O'zbekiston sharoitida korxonalarni boshqarish bo'yicha mahalliy adabiyot).
7. Tukhtabaev, J. S. (2024). Raqamli iqtisodiyot sharoitida biznes jarayonlarini optimallashtirish. "Fan va texnologiya" nashriyoti. (Zamonaviy raqamli vositalar orqali faoliyatni kengaytirish bo'yicha ilmiy maqolalar to'plami).
8. Maslahat:
9. Agar siz tadqiqotingizda Lean logistics yoki FinTech integratsiyasi kabi mavzularni qamrab olmoqchi bo'lsangiz, ushbu mavzulardagi so'nggi yillardagi (2024-2026) ilmiy maqolalar va hisobotlarni qo'shimcha tarzda kiritishingiz maqsadga muvofiq bo'ladi.
10. Akademik ishda foydalanayotganda, ushbu manbalarni maqolangiz matnida tegishli joylarda havolalar (masalan: [Ansoff, 1965] yoki [1]) bilan keltirishni unutmang.