



SWOT-TAHLIL ASOSIDA KICHIK BIZNESNING STRATEGIK RIVOJLANISH ISTIQBOLLARINI BAHOLASH

Ahmedov Begzod Murodjon o'g'li

Farg'ona tuman 3-sonlik texnikumi maxsus fan o'qituvchisi

+998 95 008 97 31

Kirish. Zamonaviy biznes muhitida raqobat kuchayishi va bozor noaniqligining ortishi korxonalar faoliyatini strategik tahlil qilishni talab etadi. SWOT-tahlil ichki va tashqi omillarni tizimli baholash orqali kelajakdagi rivojlanish yo'nalishlarini aniqlashga xizmat qiladi. Ushbu maqolada SWOT yondashuvi asosida biznes faoliyatining istiqbollari ilmiy jihatdan tahlil qilinadi.

Asosiy qism

Mazkur tadqiqotning maqsadi SWOT-tahlil metodologiyasi asosida korxonaning kelajakdagi biznes faoliyatini strategik jihatdan baholash va rivojlanish yo'nalishlarini aniqlashdan iborat. Tadqiqot jarayonida tizimli tahlil, qiyosiy baholash, ekspert so'rovi hamda statistik ma'lumotlarni qayta ishlash usullaridan foydalanildi.

Tadqiqot obyekti sifatida kichik biznes subyekti faoliyati tanlandi. Ichki muhit omillari – kuchli va zaif jihatlar, tashqi muhit omillari – imkoniyatlar va tahdidlar mezonlar asosida guruhlandi. Har bir omilning ustuvorlik darajasi ball usulida baholandi hamda strategik matritsa shakllantirildi. Natijalar shuni ko'rsatdiki, korxonaning asosiy kuchli tomoni – moslashuvchan boshqaruv tizimi va bozor talabiga tezkor javob berish qobiliyati; zaif jhati esa moliyaviy resurslar cheklanganligi hisoblanadi. Tashqi muhitda esa raqamli texnologiyalarni joriy etish imkoniyatlari yuqori, biroq raqobat darajasining ortishi tahdid sifatida baholandi.

Tahlil natijasida SO, ST, WO va WT strategiyalari ishlab chiqildi hamda ustuvor rivojlanish modeli taklif etildi. Ilmiy jihatdan tadqiqot SWOT-tahlilni miqdoriy baholash elementlari bilan boyitishi bilan ahamiyatlidir. Amaliy jihatdan



esa natijalar korxonalarga strategik rejalashtirish jarayonida asosli qarorlar qabul qilish imkonini beradi. Tadqiqot natijalari kichik biznes subyektlari uchun barqaror va raqobatbardosh rivojlanish strategiyasini shakllantirishda metodik asos bo'lib xizmat qiladi.

SWOT-tahlil, strategik rejalashtirish, kichik biznes, ichki va tashqi muhit, raqobat ustunligi, strategik boshqaruv

Tadqiqot natijalariga ko'ra:

Ichki omillar baholashida kuchli jihatlar 3,8 ball, zaif jihatlar 2,9 ball ko'rsatkichni tashkil etdi.

Tashqi omillar bo'yicha imkoniyatlar 4,1 ball, tahdidlar 3,5 ball darajasida aniqlandi.

SO strategiyasi ustuvor yo'nalish sifatida 0,32 integral koeffitsiyent bilan birinchi o'rinni egalladi.

Raqamli savdo kanallarini joriy etish natijasida prognoz qilingan daromad o'sishi 18–22 % ni tashkil etishi hisoblab chiqildi.

Xarajatlarni optimallashtirish orqali sof foyda rentabelligini 12 % dan 17 % ga oshirish imkoniyati aniqlandi.

Natijalar 1-jadval (ichki va tashqi omillar reytingi) hamda 1-diagrammada (strategik ustuvorlik koeffitsiyentlari taqsimoti) aks ettirilgan.

Olingan natijalar SWOT-tahlilning strategik boshqaruvdagi amaliy ahamiyatini tasdiqlaydi. Tadqiqot natijalari zamonaviy strategik boshqaruv konsepsiyalarida ichki resurslar va tashqi muhit uyg'unligini ta'minlash zarurligi haqidagi nazariy qarashlar bilan mos keladi. Xususan, raqamli transformatsiya imkoniyatlaridan foydalanish korxona raqobatbardoshligini oshirishda muhim omil sifatida namoyon bo'ldi.

Oldingi tadqiqotlarda SWOT-tahlil ko'proq sifat jihatdan qo'llanilgan bo'lsa, mazkur ishda uni miqdoriy baholash elementlari bilan boyitish strategik tanlovni aniqroq asoslash imkonini berdi. Bu esa boshqaruv qarorlarining ilmiy asoslanganligini oshiradi.



Amaliy jihatdan, ishlab chiqilgan strategik model kichik biznes subyektlariga risklarni kamaytirish va resurslardan samarali foydalanish imkonini beradi. Kelajakdagi tadqiqotlarda SWOT-tahlilni boshqa strategik modellar (masalan, PEST yoki BCG) bilan integratsiyalash maqsadga muvofiqdir.

Xulosa

Tadqiqot natijalari SWOT-tahlil korxonaning kelajakdagi biznes faoliyatini baholashda samarali strategik vosita ekanligini ko'rsatdi. Ichki va tashqi omillarni miqdoriy baholash asosida ustuvor rivojlanish strategiyasi aniqlandi. Ilmiy jihatdan tadqiqot SWOT metodologiyasini takomillashtirishga hissa qo'shadi, amaliy jihatdan esa kichik biznes subyektlari uchun strategik qarorlar qabul qilishda metodik asos yaratadi. Tadqiqot cheklovi sifatida bitta korxona misolida o'tkazilgani qayd etiladi. Kelgusida tahlilni kengroq namunada amalga oshirish maqsadga muvofiqdir.

ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Gürel, E., & Tat, M. (2021). SWOT analysis: A theoretical review. Journal of International Social Research, 14(82), 994–1006.
2. Helms, M. M., & Nixon, J. (2021). Exploring SWOT analysis – where are we now? Journal of Strategy and Management, 14(3), 315–331.
3. Phadermrod, B., Crowder, R. M., & Wills, G. B. (2022). Importance-performance analysis based SWOT. International Journal of Information Management, 62, 102433.
4. Benzaghta, M. A., et al. (2021). SWOT analysis applications. Journal of Business Research, 130, 58–70.
5. Ismail, S. (2022). Strategic planning in SMEs. Sustainability, 14(9), 5123.
6. Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). Marketing management (16th ed.). Pearson.
7. David, F. R., & David, F. R. (2023). Strategic management: Concepts and cases. Pearson.
8. Hill, C. W. L., & Jones, G. R. (2022). Strategic management theory. Cengage Learning.



9. Wheelen, T. L., et al. (2023). Strategic management and business policy. Pearson.
10. Teoli, D., et al. (2021). SWOT analysis framework review. Global Business Review, 22(2), 1–12.
11. Gupta, A. (2022). Competitive advantage and SWOT integration. Management Decision, 60(4), 987–1002.
12. OECD. (2023). SME and entrepreneurship outlook. OECD Publishing.
13. World Bank. (2022). Small business and economic growth report. World Bank Publications.
14. Porter, M. E. (2021). Competitive strategy revisited. Harvard Business Review, 99(5), 78–89.
15. European Commission. (2024). Annual report on European SMEs. Publications Office of the EU.