

**МАВЗУ. Стратегияни амалга  
оширишни режалаштириш**

# Режа

- Стратегик режани амалга оширишни бошқариш ва унинг бошқарилиши устидан назорат;
- Япония ва АҚШда бошқарув тизим характеристикаси;
- Стратегик режани амалга ошириш жараёни;
- Стратегик режани баҳолаш.

# Стратегияни танлаш ва уни амалга оширишни режалаштириш

- муқобил стратегияларни аниқлаш;
- аниқланган муқобил стратегияни қиёмига етказиш;
- қиёмига етказилган стратегияга баҳо бериш.

# Биринчи босқичда


- корхона олдига қуйилган мақсадни амалга оширишни таъминловчи стратегия белгилаб олинади. Бунда энг муҳими шу мақсадга эришишнинг турли вариантлари ишлаб чиқилади. Бу ишга корхонадаги барча буғинлар бошқарувчиларини жалб килиш мақсадга мувофиқдир. Бундай ёндашув танлаш имкониятини кенгайтиради ва энг яхши вариант танлаш имкониятини яратади.


## **Иккинчи боскичда**

- **танланган стратегиялар қайта ишланади ва корхонанинг ривожланиш мақсадига монанд келувчи кўп қиррали умумий стратегия шакллантирилади.**

# Учинчи боскичда

- танлаб олинган умумий стратегия доирасидаги муқобил (вариант)лар таҳлил қилинади ва унинг бош мақсадни ечишдаги яроқлилик даражаси баҳоланади. Айнан шу босқичда умумий стратегия аниқ ва янги мазмун билан тўлдирилади

- 
- қиёмига етказилган умумий стратегияда корхонанинг бозордаги салмоғини ошириш, товарлар сотувини кўпайтириш мақсадида қуйидаги тадбирлар назарда тутилган бўлиши мумкин:

- 
- **товар тан нархини рақобатдошлардагига нисбатан пасайтириш;**
  - **товарлар сотиладиган дўконлар тармоғини кенгайтириш;**
  - **товарларнинг янги моделларини таклиф қилиш;**
  - **реклама тизимини яхшилаш ва ундан ўринли фойдаланиш.**



корхона стратегияни танлашда кўпдан-кўп муқобил (алтернатив) вариантларга дуч келиши ва улардан кенг танлаш имкониятига эга бўлиши мумкин.

<b>I. Нимани чиқараётган ўшани стратегияси</b>	<b>ишлаб бўлсанг яхшила"</b>	<b>II. Бозорни ривожлантириш стратегияси</b>
<b>III. Янги ишлаб стратегияси</b>	<b>маҳсулотларни чиқиш</b>	<b>IV. Диверсификация стратегияси</b>

- **1-квadrant** корхона стратегиясининг мавжуд бозорлар ва товарларга бўлган йўналишини кўрсатади. Бу усулни харажатларни тежаш ёки "нимани бажараётган бўлсанг, ўшани яхшила" стратегияси деб аташади. Бундай стратегияни, одатда бозорни эгаллаш учун ўз фаолиятини яхшилаши, ривожлантириши лозим бўлган корхоналар танлади. Бундай корхона маркетинг хизматини кучайтириш, рақобатбардош нархни белгилаш, товарларни бозорга узлуксиз етказиб бериш орқали узи учун анъанавий бозорни кенгайтиришга ҳаракат қилади.

- **II квадрант** корхона стратегиясининг корхона қатнашаётган бозорни кенгайтириш, товарларнинг янги турларини таклиф қилиш ҳ.исобига янги бозорларга кириб боришга йуналтирилганлигини акс эттиради.
- Бундай стратегия қуйидаги ҳолларда самарали ҳисобланади:
- корхона ўзи иштирок этадиган бозорлар географиясини ўзга давлатлардаги бозорларга кириб бориш ҳисобига кенгайтирса;
- бозорлардаги қондирилмаган сигментларни топиш имконини берса;
- янги товарлар таклифини кенгайтирса.

- **III квадрант** ўзлаштирилган бозорга янги товар етказиб бериш стратегиясини танлашни билдиради. Бу стратегияга, одатда истеъмолчилар эътиборини қозонган махсулотларнинг янги моделлари мавжуд бўлган ҳолларда мурожаат қилинади. Бунда корхона устуворликни янги махсулотни ишлаб чиқаришга ёки мавжуд махсулотни модификация қилишга беради.

- **IV квадрант** диверсификация стратегияси деб аталади. Бу стратегия, одатда корхонанинг битта бозорга ёки бир товар ассортиментига бўлган боғлиқлигидан, шунингдек, тугатилаётган ёки турғун ҳолатда бўлган бозорлардан қутилиш мақсадида қўлланилади. Аммо, бу стратегияни қўллаш, анчагина хавф-хатар билан боғлиқ.

# **Стратегик режалаштиришни амалга оширишни бошқариш ва уни баҳолаш**

- **Стратегик режани амалга оширишни бошқариш, режалаштириш ва назоратни мувофиқлаштиришнинг энг мухим воситаси бўлиб бюджетлар ҳисобланади.**


# Бюджет

- мақсадларга эришиш учун миқдорий шаклда ифодаланган, шунингдек миқдорда кўрсатилган ресурсларни тақсимлаш усулидир. Шунинг учун бюджетлар режалаштиришнинг энг кенг қўлланиладиган таркибий қисми ҳисобланади.

# **Стратегик режалаштириш жараёнининг мухим қисми уни баҳолаш ҳисобланади**

- муассаса раҳбарияти фақат шу ҳаракат моделини режалаштиргани ва уларни амалга оширгани учунгина муваффақиятга умид қилиши мумкин эмас.
- Огратегик режалаштириш — бу раҳбарият томонидан доимо қўллаб — қувватланадиган, рағбатлантириладиган ва баҳоланадиган юқоридан пасгга боровчи жараён





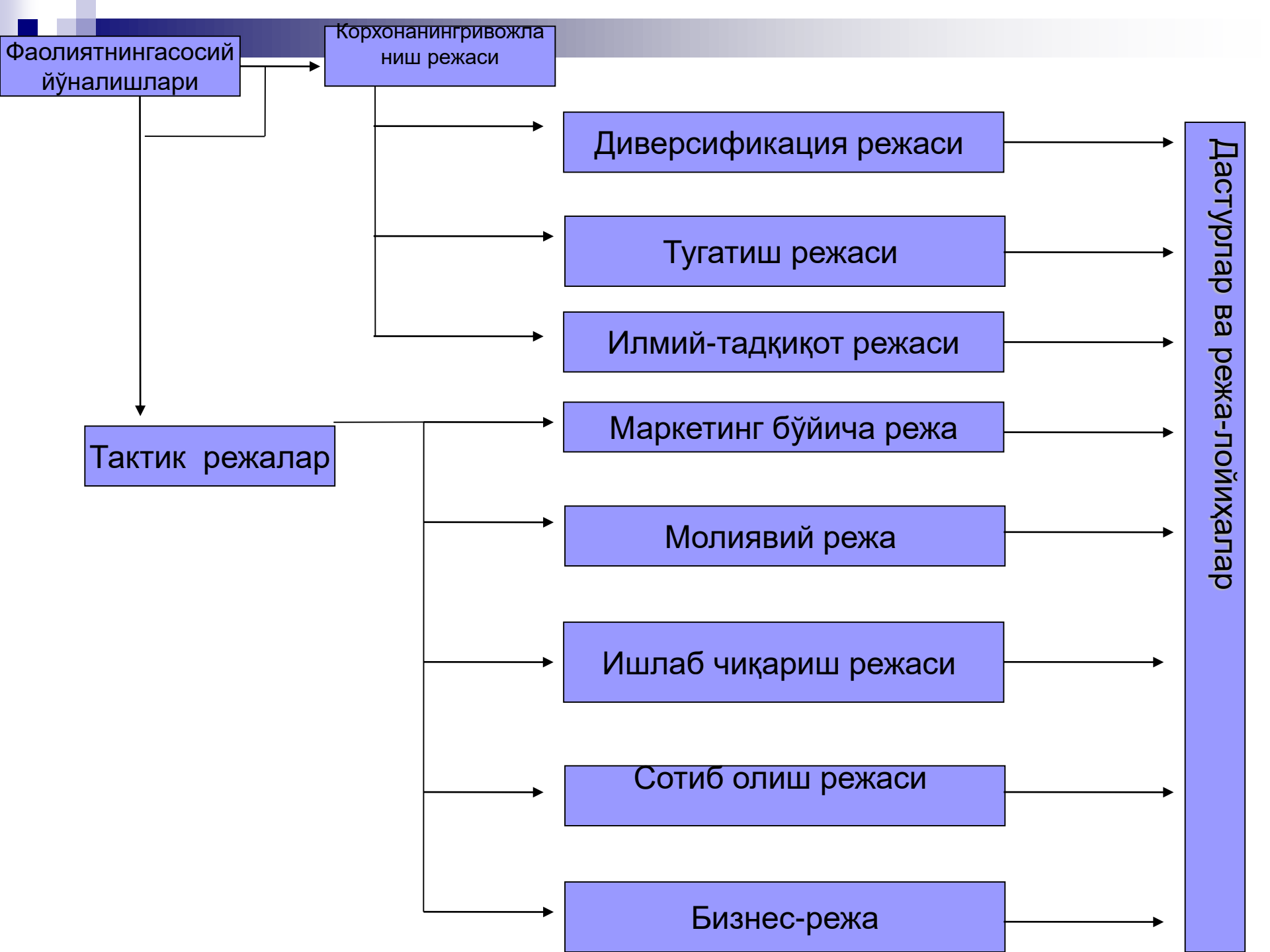
**■ Стратегик режани баҳолаш қабул қилинган стратегияни муассаса имкониятлари билан қўшиб бўладими, у бу режани амалга ошириш шароитларнинг ўзгаришини олдиндан айтиб беришнинг суствлиги ҳисобланади.**

# **Стратегияни амалга ошириш жараёни қандай бошқарилади.**

- **Ишлаб чиқарилган стратегия ўз ижросини топиши керак.**
- **Корхона раҳбарлари уни амалга ошириш бўйича режалар дастурлар лойиҳалар ишлаб чиқиши керак.**

# Стратегияни амалга ошириш жараёни қандай бошқарилади

- Жараённи асослаши бюджет масалаларини ечиши стратегияни ижросини бошқариши лозим.
- Бозор иқтисодиёти шароитида стратегияни амалга ошириш учун корхонада режалар тизими ишлаб чиқилиши лозим.



# **Стратегик режалаш жараёнида ташқи муҳитни таҳлил қилишнинг зарурияти борми**

- **Корхона тараққиётининг бош йўналиши ва унинг мақсадини тўғри танлаш қуйидаги икки омилга боғлиқ;**
- **Ташқи муҳит омилли.**
- **Ички муҳит омилли.**

# Корхонанинг ташқи мухитига таъсир этувчи омиллар .

- Иқтисодий .
- Сиёсий .
- Бозор инжиқликлари.
- Технологик.
- Рақобат.
- Ижтимоий.
- Ҳалқаро.

# Иқтисодий омиллар.

- Таҳлил қилишда инфляция суръати , солиқ ставкаси ,ҳалқаро тўлов балан-си ,аҳолининг бандлик даражаси ,корхо-нанинг тўловчанлик қобилияти кабиларга эътибор қаратилади.

# Сиёсий омиллар .

- Мамлакатлараро савдодаги таъриф келишувларига.
- Божхона сиёсатида учинчи мамлакатга қарши йўналтирилган протекционизм сиёсатига.
- Мазкур давлат ва унинг етакчи сиёсат-ларининг антимонополия қонунига бўл-ган муносабатларига.



# Бозор инжиқликлари.

- Демографик ўзгаришлар.
- Аҳоли даромади даражаси ва унинг тақсимланиши.
- Тармоқдаги рақобат даражаси.
- Корхонанинг бозордаги эгаллаган салмоғи.
- Бозор кўлами ёки унинг ҳукумат томонидан ҳимояланганлиги таҳлил қилинади.

# Технологик омиллар.

- Ишлаб чиқаришдаги технологиянинг ҳолатини унинг ўзгариш суръатини , замон талабига жавоб бера олишини.
- Янги товарларни лойиҳалаштиришда , ахборотларни йиғиш , қайта ишлаш ва уларни узатишда , алоқада замонавий ҳисоблаш техникаларининг қўлланилаётганлигини аниқлашда ва режараштиришга имкон беради.

# Рақобат омилари.

- Рақобатдошларнинг келгуси мақсадла-рини таҳлил қилиш.
- Рақобатдошларнинг жорий стратения- сини таҳлил қилиш.
- Рақобатдошларнинг истиқболдаги ри- вожланиш имкониятларини таҳлил қилиш.
- Рақобатдошларнинг кучли ва кучсиз томонларини таҳлил қилиш.

# Социал омиллар.

- Ўз таркибига ўзгариб турувчи ижтимоий қадриятлар ,удумлар муносабатлар ва феъл-атворларни олади.
- Иқтисодий барқарорлик айна социал со-ҳада корхона фаолиятига салбий таъсир қилувчи хавфлар туғилиб , уларни бартараф этиш учун самарали таҳлил зарурдир.

# Ҳалқаро омиллар.

- Чет эллик рақобатдошларга қарши ҳукумат ҳимоясини аниқлашга.
- Ички бозорни мустаҳкамлашга.
- Ҳалқаро муносабатларни фаоллашти-риш ва кенгайтиришга имкон беради.



Эътиборингиз учун рахмат