BIZNES SOHASINI KENGAYTIRISH STRATEGIYALARI VA ULARNING MEXANIZMLARI

Tilabova Dilafruz Shavkatovna
Forish tuman texnikumi
Biznes asoslari fani o‘qituvchisi

imrconf.com

Annotatsiya: *Mazkur maqolada tadbirkorlik subyektlarining bozor pozitsiyasini mustahkamlash va biznesni kengaytirishning asosiy usullari tahlil qilinadi. Biznesni rivojlantirishning ichki va tashqi strategiyalari, franchayzing, diversifikatsiya hamda yangi bozorlarga chiqish bosqichlari ko‘rib chiqilgan. Shuningdek, zamonaviy iqtisodiyotda biznesni kengaytirishda uchraydigan xavf-xatarlar va ularni boshqarish bo‘yicha tavsiyalar berilgan.*

Abstract: *This article analyzes the main methods of strengthening the market position of business entities and expanding the business. Internal and external business development strategies, franchising, diversification, and stages of entering new markets are reviewed. Also, the risks encountered in expanding business in the modern economy and recommendations for their management are provided.*

Kalit so‘zlar: *Biznesni kengaytirish, diversifikatsiya, franchayzing, bozor segmentatsiyasi, innovatsion rivojlanish, investitsiya, biznes-reja, miqyos samarasi.*

Keywords: *Business expansion, diversification, franchising, market segmentation, innovative development, investment, business plan, economies of scale.*

KIRISH

Har qanday biznesning yashovchanligi uning o‘sish va rivojlanish qobiliyati bilan belgilanadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida bir joyda to‘xtab

qolish raqobatchilardan ortda qolish va pirovardida bozorni tark etishga olib keladi. Biznesni kengaytirish — bu nafaqat ishlab chiqarish hajmini oshirish, balki yangi mijozlar bazasini shakllantirish, mahsulot turlarini ko‘paytirish va korxonaning barqaror daromad olishini ta’minlashdir.

Forish tuman texnikumi o‘quvchilariga "Biznes asoslari" fanini o‘rgatishda biznesni kengaytirish bosqichlarini to‘g‘ri tushuntirish, ularda strategik fikrlash va kelajakda yirik loyihalarni boshqarish ko‘nikmalarini shakllantirishda muhim ahamiyatga ega.

ASOSIY QISM: MUHOKAMA

1. Biznesni kengaytirishning asosiy strategiyalari

Biznesni o‘stirishning bir necha yo‘llari mavjud bo‘lib, ular korxonaning resurslari va bozor kon’yunkturasiga qarab tanlanadi:

• Bozorga chuqurroq kirish: Mavjud mahsulot bilan amaldagi bozorda ko‘proq ulushni egallash (reklama va marketing orqali).

• Bozorni kengaytirish: Mavjud mahsulot bilan yangi hududiy yoki demografik bozorlarga chiqish.

• Mahsulotni rivojlantirish: Amaldagi mijozlar uchun yangi yoki takomillashtirilgan mahsulotlarni taklif qilish.

• Diversifikatsiya: Mutlaqo yangi sohalarda faoliyatni boshlash orqali risklarni kamaytirish.

2. Kengaytirish usullari: Franchayzing va Integratsiya

Biznesni tezkor kengaytirishda Franchayzing modelidan foydalanish samarali natija beradi. Bunda tadbirkor o‘z brendi va biznes modelini boshqalarga ijaraga berish orqali tarmoqni kengaytiradi. Shuningdek, gorizontal (raqobatchilarni sotib olish) va vertikal (ta’minotchilar yoki sotuvchilar bilan birlashish) integratsiya usullari ham biznes miqyosini oshirishga xizmat qiladi.

3. Miqyos samarasi (Economies of Scale)

imrconf.com

Biznes kengayganda ishlab chiqarish birligi narxining pasayishi kuzatiladi. Bu "miqyos samarasi" deb ataladi. Kattaroq hajmdagi xaridlar va optimallashtirilgan logistika xarajatlarni kamaytirib, korxonaning foyda marjasini oshiradi.

XULOSA

Biznesni kengaytirish — bu mas’uliyatli va murakkab jarayon bo‘lib, u puxta ishlab chiqilgan biznes-strategiyani talab etadi. To‘g‘ri tanlangan kengayish yo‘li korxonaga nafaqat katta daromad keltiradi, balki uning brend darajasini xalqaro miqyosga olib chiqishi mumkin. Texnikum talabalariga ushbu nazariy bilimlarni berish bilan bir qatorda, ularni amaliy keyslar yordamida tahlil qilishga o‘rgatish kelajakda raqobatbardosh tadbirkorlarni tayyorlashning kafolatidir.

ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Mirziyoyev Sh.M. "Erkin va farovon, demokratik O‘zbekiston davlatini birgalikda barpo etamiz". – Toshkent: O‘zbekiston, 2016.
2. Abdukarimov B.A. "Korxona iqtisodiyoti" – Toshkent: Fan, 2013.
3. Kotler P. "Marketing asoslari" – Toshkent: "Iqtisod-moliya", 2019.
4. O‘zbekiston Respublikasining "Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to‘g‘risida"gi Qonuni.
5. Ansoff I. "Corporate Strategy" – New York: McGraw-Hill, 1965.

imrconf.com