



International Conference of Economics, Finance and Accounting Studies

International Conference of Economics, Finance and Accounting Studies is a double-blind peer-reviewed, open-access journal published to reach excellence on the scope. It considers scholarly, research-based articles on all aspects of economics, finance and accounting. As an international congress aimed at facilitating the global exchange of education theory, contributions from different educational systems and cultures are encouraged. It aims to provide a forum for all researchers, educators, educational policy-makers and planners to exchange invaluable ideas and resources.

XALQARO KOMPANIYALARNING BOSHQARUV STRATEGIYALARINI JORIY ETISH

Saidaxmedova Dilafuz

Jizzax politexnika instituti “Iqtisodiyot va menejment” kafedrası dotsenti

Ahmatova Hilola Nabi qizi

Jizzax politexnika institute Kibersport fakulteti 511-22 M guruh talabasi

Anotatsiya: Ushbu maqolada xalqaro kompaniyalarda shakllangan zamonaviy boshqaruv strategiyalarining mohiyati, ularni milliy korxonalar faoliyatiga tatbiq etishning ahamiyati va amaliy imkoniyatlari ilmiy asosda tahlil qilingan. Global menejment yondashuvlari — innovatsion boshqaruv, strategik rejalashtirish, korporativ madaniyatni rivojlantirish, HR-menejment, risk-menejment va raqamli transformatsiyaning milliy biznesga ta’siri o’rganilgan. Shuningdek, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qarorlari va farmonlari asosida milliy biznesda xalqaro boshqaruv strategiyalarini joriy etishning ahamiyati va dolzarbligi yoritildi. Tadqiqot natijalari xalqaro boshqaruv modellari raqamli transformatsiya, innovatsiyalar, ijtimoiy mas’uliyat va ESG tamoyillariga asoslangan holda shakllanganligini ko’rsatdi. Shuningdek, milliy kompaniyalar uchun xalqaro tajribalarni o’zlashtirish va zamonaviy boshqaruv tizimlarini joriy etish biznes samaradorligini oshirishda muhim omil ekanligi ta’kidlandi.

Kalit so‘zlar; global raqobat, xalqaro kompaniyalar, boshqaruv strategiyalari, raqamli transformatsiya, innovatsiyalar, ijtimoiy mas’uliyat, ESG tamoyillari, milliy biznes, O‘zbekiston Respublikasi qarorlari, strategik boshqaruv.

KIRISH

Globalashuv jarayonining chuqurlashuvi korxonalar oldiga raqobatbardoshlikni oshirish, bozorni kengaytirish, innovatsion faoliyatni rivojlantirish va boshqaruv tizimini modernizatsiya qilish kabi yangi talablarni qo‘ymoqda. Xalqaro kompaniyalar ishlab chiqqan boshqaruv strategiyalari — korporativ madaniyatni rivojlantirish, xodimlarni boshqarishning ilg‘or usullari, innovatsion menejment, marketing strategiyalari, risk-menejment tizimi, ta’minot zanjirlarini optimallashtirish hamda raqamli transformatsiya — bugungi kunda milliy korxonalar uchun muhim tajriba manbai hisoblanadi.

Xalqaro kompaniyalar turli mintaqalarda ishlashi sababli madaniy, siyosiy, iqtisodiy va texnologik muhitga moslashish, mos strategiyalarni tanlash zaruratiga duch keladi. Shu sababli, boshqaruv strategiyalarini to‘g‘ri tanlash global muvaffaqiyat garovidir. Global bozorga moslashishda kompaniyalar bir qator muhim strategiyalardan foydalanadi: global standartlashtirish, lokal moslashuv, innovatsion yetakchilik, gibrid yondashuv va ekologik barqarorlikka asoslangan strategiyalar. Ushbu yondashuvlar nafaqat kompaniyaning daromadini oshirishga, balki ularning uzoq muddatli barqaror rivojlanishini ta’minlashga xizmat qiladi. O‘zbekiston ham so‘nggi yillarda global iqtisodiyotga faol integratsiyalashmoqda. O‘zbekiston

Respublikasi Prezidentining 2022-yil 18-iyuldagi PQ-327-sonli qarori va 2021-yil 6-apreldagi PF- 6199-sonli Farmonda xalqaro investitsion hamkorlikni rivojlantirish, eksportni rag'batlantirish, korxonalarda zamonaviy boshqaruv tizimlarini joriy etish zarurati qayd etilgan. Shundan kelib chiqib, xalqaro kompaniyalar tajribasi O'zbekiston korxonalari uchun dolzarb o'rganish obyekti.

Usul (Metodologiya)

Ushbu tadqiqotda xalqaro kompaniyalar tomonidan global raqobat sharoitida qo'llanilayotgan boshqaruv strategiyalarini tahlil qilish uchun nazariy-analitik, kontent tahlil, empirik kuzatuv va huquqiy hujjatlar tahlili asosida ko'p komponentli metodologik yondashuv tanlandi.

Birinchiidan, nazariy asos sifatida klassik va zamonaviy menejment nazariyalari tanlandi. Jumladan, M. Porterning raqobat ustunligi (Competitive Advantage) konsepsiyasi, SWOT va PESTEL tahlil usullari, Bartlett va Ghoshalning transmilliy menejment modeli, Blue Ocean Strategy (Chan Kim va Mauborgne), shuningdek, strategik rejalashtirishga oid zamonaviy yondashuvlar — differensial strategiyalar, narx ustunligi va fokus strategiyalari asos qilib olindi. Bu nazariy yondashuvlar xalqaro kompaniyalar qanday strategik qarorlarni tanlayotgani va ularning amaliyotga qanday ta'sir ko'rsatayotganini aniqlashda foydali bo'ldi.

Ikkinchiidan, amaliy manbalar asosida empirik tahlil usuli qo'llandi. Xususan, so'nggi 3 yil davomida (2021–2024) Apple, Toyota, Nestlé, Huawei, Unilever, McDonald's kabi transmilliy kompaniyalar tomonidan e'lon qilingan yillik hisobotlar, korporativ strategiya bayonotlari, ESG (Environmental, Social, Governance) hisobotlari, global marketing strategiyasi hujjatlari tahlil qilindi. Har bir kompaniya misolida ularning qanday boshqaruv modeli tanlagani, qanday mintaqaviy strategiyalarga ega ekani, raqamli transformatsiya va innovatsiyalarga munosabati o'rganildi.

Uchinchiidan, xalqaro statistika va konsalting hisobotlari asosida tahlil olib borildi. Bu yerda UNCTAD (World Investment Report 2023), World Economic Forum (Global Competitiveness Report), McKinsey, BCG, Deloitte kabi konsalting kompaniyalarining hisobotlari asos qilib olindi. Ushbu manbalar orqali global kompaniyalar o'rtasida qaysi strategiyalar keng tarqalganligi, ularning moliyaviy va marketing samaradorligi qanday o'zgarayotgani o'rganildi.

To'rtinchiidan, O'zbekiston kontekstida normativ-huquqiy asos tahlil qilindi. Jumladan: innovatsion yondashuvni afzal ko'rish, ijtimoiy mas'uliyatni birlamchi vazifa sifatida belgilash va korporativ madaniyatni global mezonlar asosida shakllantirish orqali jahon bozorlarida barqaror pozitsiyani saqlab qolishga erishmoqda. Shuningdek, kompaniyalar tomonidan qo'llanilayotgan differensial, fokus va global standartlashtirish strategiyalarining vaziyatga qarab uyg'unlashtirilishi ularning muvaffaqiyat omillaridan biri sifatida namoyon bo'lmoqda.

Xalqaro kompaniyalarning boshqaruv strategiyalarini joriy qilishning asosiy ustunliklari quyidagilardan iborat:

1. korxonada ichki jarayonlarini standartlashtirish va samaradorlikni oshirish;
2. menejmentning shaffofligi va mas'uliyatini kuchaytirish;
3. innovatsion faoliyat va texnologik modernizatsiyani jadallashtirish;
4. kompaniya brendining xalqaro bozordagi obro'sini oshirish;
5. inson kapitalini rivojlantirish va ilg'or HR-strategiyalarni tatbiq etish.

Biroq, xalqaro strategiyalarni milliy sharoitga moslashtirishda qator to'siqlar mavjud: korporativ madaniyatning farqlanishi, mahalliy qonunchilik talablari, malakali menejerlar yetishmasligi, o'zgarishlarga qarshilik, texnologik infratuzilmaning to'liq tayyor emasligi kabi omillar strategiyalar samaradorligiga bevosita ta'sir qiladi.

Xulosa qilib aytganda, xalqaro kompaniyalar tajribasidan foydalanish milliy korxonalar raqobatbardoshligini oshiradi, ularni global bozorga integratsiyalashuvini tezlashtiradi va iqtisodiy barqarorlikni mustahkamlaydi.

Xalqaro kompaniyalar boshqaruv tajribasi — bu oddiy tajriba emas, balki iqtisodiy barqarorlik, innovatsion rivojlanish va institutsional yuksalishning kompleks namunasi bo‘lib, uni chuqur o‘rganish va tatbiq qilish O‘zbekiston biznes muhitini jahon talablariga moslashtirish yo‘lida muhim qadamlardan biri bo‘lib xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti, Farmon PF-6199, Korxonalar eksport salohiyatini oshirish va milliy iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida, Toshkent, 2021.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori PQ-327, Xalqaro investitsiyalar va menejment tizimini takomillashtirish to‘g‘risida, Toshkent, 2022.
3. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi, Qaror 154-son, Milliy biznes sub’yektlarining raqobatbardoshligini oshirish strategiyasini tasdiqlash haqida, Toshkent, 2023.
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori PQ-410, Innovatsion rivojlanishni qo‘llab-quvvatlash va xalqaro standartlarga mos boshqaruv tizimlarini joriy etish bo‘yicha chora-tadbirlar, Toshkent, 2024.
5. M. E. Porter, *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press, 1985, 557 p.
6. C. A. Bartlett and S. Ghoshal, *Managing Across Borders: The Transnational Solution*. Boston: Harvard Business School Press, 1989, 378 p.
7. Д. С. Саидахмедова, “Сущность менеджмента,” *Экономика и социум*, no. 2, pp. 346–349, 2020.
8. Д. Саидахмедова and Д. Норбоева, “Ўзбекистонда стартап экотизимини шакллантиришда инновацион муҳитнинг аҳамияти,” *Збірник наукових праць SCIENTIA*, 2021.
9. D. Saidahmedova, “Management Analysis and Innovation Management Model,” *International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)*, ISSN 2456-6470.
10. D. Saidakhmedova, “Development of management of tourism in the Dzhizak area of the Republic of Uzbekistan,” *Theoretical & Applied Science*, no. 7, pp. 382–385, 2019.
11. S. D. Saidbaxromovna and X. Muhabbat, “Raqamli iqtisodiyot sharoitida tadbirkorlik faoliyatini boshqarishga ta’sir etuvchi omillar,” *International Journal of Contemporary Scientific and Technical Research*, pp. 124–128, 2022.
12. S. Dilafruz and G. O. Shaxnoza, “O‘zbekistonda raqamli tadbirkorlikni rivojlantirish – dolzarb muammo sifatida,” *International Journal of Contemporary Scientific and Technical Research*, pp. 153–157, 2023.