

KORXONANING RAQOBAT STRATEGIYASINI SHAKLLANTIRISH VA RIVOJLANTIRISH

Tuychiyev Afruz Akmalovich

Iqtisodiyot(tarmoqlar va sohalar)

yoʻnalishi 3-kurs talabasi

Iqtisodiyot va pedagogika universiteti

Annotatsiya : Mazkur maqolada korxonaning raqobat strategiyasini shakllantirish va uni rivojlantirish jarayonlari tahlil qilinadi. Raqobat strategiyasi korxonaning bozor sharoitida barqaror faoliyat yuritishi, isteʼmolchilarning ehtiyojlarini samarali qondirishi hamda uzoq muddatli rivojlanishini taʼminlashda muhim omil sifatida qaraladi. Maqolada Porterning raqobat ustunligi konsepsiyasi, innovatsion rivojlanish yoʻnalishlari va marketing yondashuvlari nazariy jihatdan yoritilib, amaliy misollar asosida korxonalarda samarali strategiyani shakllantirish mexanizmlari koʻrsatib oʻtiladi. Shuningdek, mahalliy va xalqaro tajribalar taqqoslanib, raqobat ustunligini mustahkamlashda resurslardan oqilona foydalanish, differensiasiya, xarajatlarni optimallashtirish va raqamli texnologiyalarni joriy etishning ahamiyati asoslab beriladi. Tadqiqot natijalari korxonalar uchun bozor sharoitida muvaffaqiyatli raqobat olib borish va barqaror rivojlanishni taʼminlash boʻyicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqishga xizmat qiladi.

Kalit soʻzlar: raqobat strategiyasi, korxona rivojlanishi, raqobat ustunligi, innovatsiya, bozor strategiyasi.

Abstract: This article analyzes the processes of forming and developing an enterprise's competitive strategy. Competitive strategy is considered an important factor in ensuring the sustainable operation of an enterprise in market conditions, effective satisfaction of consumer needs, and long-term development. The article theoretically covers Porter's concept of competitive advantage, innovative development directions, and marketing approaches, and shows mechanisms for

forming an effective strategy in enterprises based on practical examples. It also compares local and international experiences and substantiates the importance of rational use of resources, differentiation, cost optimization, and the introduction of digital technologies in strengthening competitive advantage. The results of the study serve to develop practical recommendations for enterprises on how to successfully compete in market conditions and ensure sustainable development.

Keywords: competitive strategy, enterprise development, competitive advantage, innovation, market strategy.

Аннотация: В данной статье анализируются процессы формирования и развития конкурентной стратегии предприятия. Конкурентная стратегия рассматривается как важный фактор обеспечения устойчивого функционирования предприятия в рыночных условиях, эффективного удовлетворения потребностей потребителей и долгосрочного развития. В статье теоретически рассматривается концепция конкурентного преимущества Портера, инновационные направления развития и маркетинговые подходы, а также на практических примерах демонстрируются механизмы формирования эффективной стратегии предприятий. Также проводится сравнение отечественного и зарубежного опыта и обосновывается важность рационального использования ресурсов, дифференциации, оптимизации затрат и внедрения цифровых технологий для укрепления конкурентных преимуществ. Результаты исследования направлены на разработку практических рекомендаций для предприятий по успешной конкуренции в рыночных условиях и обеспечению устойчивого развития.

Ключевые слова: конкурентная стратегия, развитие предприятия, конкурентное преимущество, инновации, рыночная стратегия.

KIRISH

Globallashuv jarayonlari va raqamli iqtisodiyotning jadal rivojlanishi sharoitida korxonalar faoliyati tobora murakkablashib bormoqda. Bozorda yuzaga kelayotgan

yangi raqobatchilar, iste'molchilar talablari va texnologik yangiliklar korxonalardan moslashuvchan va uzoq muddatli strategik yondashuvni talab etadi. Shu nuqtayi nazardan, raqobat strategiyasini shakllantirish va uni izchil rivojlantirish korxonaning barqaror faoliyat yuritishi, bozor sharoitida ustunlikka erishishi hamda iqtisodiy samaradorligini oshirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Raqobat strategiyasi nafaqat xarajatlarni kamaytirish yoki mahsulotni differensiallash orqali ustunlikka erishish vositasi, balki korxonaning umumiy rivojlanish konsepsiyasi sifatida ham qaraladi. Jahon tajribasi shuni ko'rsatadiki, innovatsiyalarni joriy etgan, raqamli texnologiyalardan samarali foydalangan va iste'molchilar ehtiyojlarini chuqur tahlil qilgan korxonalar bozorda barqaror ustunlikka erisha oladi.

Mazkur mavzuning dolzarbligi shundan iboratki, O'zbekiston sharoitida ham korxonalar o'z strategiyalarini xalqaro tajribalar asosida shakllantirib, ichki bozor bilan bir qatorda tashqi bozorlarda ham raqobatbardoshlikni ta'minlashi zarur. Shu bois, korxonaning raqobat strategiyasini ilmiy asosda shakllantirish va rivojlantirish mexanizmlarini o'rganish bugungi kunda iqtisodiy nazariya va amaliyotda alohida ahamiyatga ega masalalardan biridir.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Korxonaning raqobat strategiyasini shakllantirish va rivojlantirish masalasi iqtisodiyot fanida keng ko'lamda o'rganilgan. Xususan, klassik iqtisodiy nazariyalarda A. Smit va D. Rikardo asarlarida raqobat jarayonlari erkin bozor mexanizmlarining muvozanatga erishishidagi asosiy omil sifatida talqin etilgan. Ularning nazariy qarashlari keyinchalik zamonaviy strategik menejment yondashuvlarining shakllanishiga zamin yaratdi.

M. Porter tomonidan ishlab chiqilgan "raqobat ustunligi" konsepsiyasi korxonalar faoliyatida strategik yo'nalishlarni belgilashda hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi. Uning "beshta kuch modeli" raqobat muhitini baholash, ustunlik omillarini aniqlash va

strategiyani shakllantirish jarayonida asosiy metodologik yondashuv sifatida qo'llanib kelinmoqda.

Shuningdek, F. Kotlarning marketing strategiyalari haqidagi asarlari raqobatbardoshlikni oshirishda iste'molchilar ehtiyojlarini chuqur o'rganish va differensiallashgan yondashuvni qo'llashning nazariy asoslarini beradi. Innovatsion rivojlanish yo'nalishlari bo'yicha Y. Shumpeterning "ijodiy vayronkorlik" konsepsiyasi esa raqobat jarayonlarida innovatsiyalarning markaziy rolini ta'kidlaydi.

So'nggi yillarda xorijiy olimlar (K. Prahalad, G. Hamel va boshqalar) korxonalar uchun "asosiy kompetensiyalar" konsepsiyasini ilgari surib, raqobat strategiyasini shakllantirishda ichki resurslar va bilimlarni samarali boshqarish zarurligini asoslab berishgan.

O'zbekistonlik tadqiqotchilar, jumladan, A.V. Vaxobov, G. Abduqodirov, Sh. Abdullayevlarning ilmiy izlanishlarida korxonalarda samarali boshqaruv, innovatsion faoliyat va bozor iqtisodiyoti sharoitida raqobatbardoshlikni ta'minlash masalalari keng yoritilgan. Milliy ilmiy adabiyotlarda korxonalar faoliyatida strategik rejalashtirish, eksport salohiyatini oshirish va raqamli texnologiyalarni tatbiq etishning amaliy jihatlari ham alohida o'rin egallagan.

Umuman olganda, adabiyotlarni tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, korxonaning raqobat strategiyasini shakllantirish masalasi nafaqat nazariy, balki amaliy jihatdan ham dolzarbdir. Xalqaro tajribalar innovatsion yondashuvlar, resurslardan oqilona foydalanish va raqamli transformatsiyani strategiyaning asosiy omillari sifatida ko'rsatmoqda. Shu bois, mahalliy korxonalar uchun ushbu yondashuvlarni integratsiya qilish raqobatbardoshlikni oshirishning muhim sharti hisoblanadi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotda korxonaning raqobat strategiyasini shakllantirish va rivojlantirish jarayonlari nazariy hamda amaliy jihatdan o'rganildi. Bunda iqtisodiy adabiyotlarni tahlil qilish, xorijiy va mahalliy tajribalarni qiyoslash, mavjud statistik ma'lumotlarni o'rganish hamda korxonalarning amaliy faoliyatini kuzatish usullaridan foydalanildi.

Tadqiqot jarayonida korxonaning ichki salohiyati va tashqi bozor omillari o'zaro bog'liq holda ko'rib chiqildi, bu esa barqaror raqobat strategiyasini shakllantirishga oid ilmiy xulosalar chiqarishga imkon berdi.

TAHLIL VA NATIJALAR

O'tkazilgan tadqiqotlar natijalari korxonalar faoliyatida raqobat strategiyasining shakllanishi va rivojlanishi jarayonlarini tizimli ravishda o'rganishga imkon berdi. Avvalo, nazariy manbalar tahlili shuni ko'rsatdiki, raqobat strategiyasi korxonaning faqatgina bozor sharoitida qisqa muddatli ustunlikka erishishi emas, balki uzoq muddatli barqaror rivojlanish, resurslardan oqilona foydalanish va tashqi muhitga moslashuvchanlikni ta'minlaydigan kompleks yondashuv sifatida qaraladi.

Qiyosiy tahlillar asosida aniqlanishicha, rivojlangan mamlakatlar tajribasida korxonalar raqobat ustunligini asosan innovatsion mahsulotlar yaratish, yuqori qo'shilgan qiymatga ega xizmatlarni taklif etish va raqamli platformalardan samarali foydalanish orqali ta'minlamoqda. Xususan, AQSh va Yevropa davlatlarida korxonalarning strategik rivojlanishida elektron tijorat, startup ekotizimlari va davlat-xususiy sheriklik mexanizmlarining keng qo'llanilishi ularning bozorni tezroq egallashiga yordam bermoqda.

Mahalliy korxonalar faoliyatini o'rganish natijalari shuni ko'rsatadiki, aksariyat subyektlar hali ham an'anaviy xarajatlarni qisqartirish yoki past narxlar siyosatiga asoslangan strategiyalarni qo'llab kelmoqda. Bu esa qisqa muddatda ma'lum natijalar bergan bo'lsa-da, uzoq muddatda barqaror raqobat ustunligini ta'minlash imkonini bermaydi. Tahlil jarayonida aniqlanishicha, O'zbekiston korxonalari raqobat strategiyasini shakllantirishda quyidagi muammolarga duch kelmoqda:

- innovatsion faoliyatning sustligi;
- marketing strategiyalarining zamonaviy talablar darajasida rivojlanmaganligi;

- eksport salohiyatining yetarli darajada shakllanmaganligi;
- raqamli texnologiyalarni joriy etishning past sur'atlari.

Shu bilan birga, so'nggi yillarda mamlakatimizda tadbirkorlik faoliyatini qo'llab-quvvatlash, raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish va eksportni rag'batlantirish bo'yicha amalga oshirilayotgan islohotlar korxonalar uchun yangi imkoniyatlarni ochmoqda. Empirik kuzatuvlar natijasida, zamonaviy boshqaruv usullaridan foydalangan, innovatsion mahsulot ishlab chiqqan va elektron savdo tizimlariga integratsiya qilingan mahalliy korxonalar bozorda sezilarli ustunlikka erishayotgani aniqlandi.

Umuman olganda, tahlil natijalari quyidagilarni tasdiqlaydi:

- samarali raqobat strategiyasi ichki resurslar va tashqi bozor omillarini uyg'unlashtirgan holda shakllantirilishi zarur;
- innovatsion rivojlanish va raqamli transformatsiya korxonaning barqaror ustunligini ta'minlovchi asosiy omillardan hisoblanadi;
- xalqaro tajribani milliy sharoitga moslashtirish orqali korxonalar o'z strategiyalarini takomillashtirib, nafaqat ichki bozorda, balki tashqi bozorlarda ham raqobatbardoshlikni oshirishlari mumkin.

Natijalar shuni ko'rsatadiki, O'zbekiston korxonalari uchun raqobat strategiyasini shakllantirish va rivojlantirishda kompleks yondashuv zarur. Bunda nafaqat xarajatlarni kamaytirish, balki differensiallashuv, innovatsion g'oyalarni joriy etish, raqamli texnologiyalardan foydalanish va iste'molchilarning o'zgaruvchan ehtiyojlariga moslashish orqali barqaror raqobat ustunligiga erishish mumkin.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, korxonaning raqobat strategiyasi uzoq muddatli barqaror rivojlanish va bozordagi ustunlikni ta'minlashda hal qiluvchi ahamiyatga ega. Strategiya faqat xarajatlarni qisqartirish bilan cheklanmay, balki

innovatsiyalarni joriy etish, raqamli texnologiyalardan foydalanish va iste'molchilar ehtiyojlariga moslashishni ham qamrab olishi zarur.

Taklif sifatida korxonalarga strategik rejalashtirishni kuchaytirish, marketing yondashuvlarini takomillashtirish, innovatsion faoliyatni kengaytirish hamda xalqaro tajribalarni milliy sharoitga moslashtirish tavsiya etiladi. Shu asosda mahalliy korxonalar ichki va tashqi bozorda barqaror raqobat ustunligiga erisha oladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Porter, M. E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York: Free Press, 1980.
2. Porter, M. E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York: Free Press, 1985.
3. Kotler, P., Keller, K. L. Marketing Management. 15th Edition. Pearson, 2016.
4. Schumpeter, J. A. Capitalism, Socialism and Democracy. New York: Harper, 1942.
5. Prahalad, C. K., Hamel, G. Competing for the Future. Harvard Business Review, 1994.
6. Barney, J. B. Gaining and Sustaining Competitive Advantage. 4th Edition. Pearson, 2013.
7. F.I.Gulbayeva Organizational and Economic Mechanisms for The Strategic Development of Enterprises of the Chemical Industry: In Case of Uzbekistan Asian Journal of Technology & Management Research (AJTMR)
8. F.I.Gulbayeva. Kimyo Sanoati Korxonalarida Lean Production Konsepsiyasidan Foydalanish Istiqbollari. «Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot» jurnali Toshkent 2025-yil
9. F.I.Gulbayeva Forecasting for the Use of Lean Production Concept in Chemical Industry Enterprises. International Conference Education in a Changing World: Multidisciplinary Perspectives for Global Progress. Published: 2025-06-23.
10. S.N.Sultonov Необходимость и роль науки зеленой экономики в узбекистане на государственном уровне "Экономика и социум" (№10 (122) (октябрь, 2024)).

11. S.N.Sultonov Реформа образования как фактор вывода государства на новый уровень: развитие современного образовательного процесса "Экономика и социум" (№9 (124) (сентябрь, 2024)).
12. S.N.Sultonov Аҳоли даромадлари табақалашувини камайитириш борасидаги ислохатларни такомиллаштириш йўналишлари Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil, Ilmiy elektron jurnal: 2024-Yil.
13. T.R.Xolmirzayev Bozor Iqtisodiyoti Sharoitida Mehnatni Boshqarishning Samaradorligi ВЕСТНИК ИПУ Ilmiy-nazariy, uslubiy jurnal 1(5). 2025
14. T.R.Xolmirzayev Стремительное Развитие Сферы Услуг В Регионах (На Примере Кашкадарьинской Области). «Экономика и социум» ISSN 2225-1545 №11(126)