

## SANOAT MAHSULOTLARINI RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH YO'LLARI

*Zuxriddinov Akbarjon*

*Andijon davlat texnika instituti*

*4-bosqich talabasi*

### Annotatsiya

Ushbu maqola sanoat mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirishning dolzarb masalalariga bag'ishlangan. Global bozor sharoitida korxonalar uchun mahsulot sifatini yaxshilash, innovatsion texnologiyalarni joriy etish va ishlab chiqarish samaradorligini oshirish muhim ahamiyat kasb etadi. Tadqiqotda raqobatbardoshlikni ta'minlovchi asosiy omillar tahlil qilinib, ularni mustahkamlash bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan. Maqolada bozor talablarini o'rganish, marketing strategiyalarini takomillashtirish va xarajatlarni optimallashtirish orqali raqobat ustunligiga erishish yo'llari ko'rib chiqiladi.

**Kalit so'zlar:** Sanoat mahsulotlari, Raqobatbardoshlik, Innovatsiya, Sifat, Samaradorlik, Bozor strategiyasi, Iqtisodiy rivojlanish

### Kirish

Hozirgi globallashtirish va jadal texnologik taraqqiyot davrida sanoat mahsulotlarining raqobatbardoshligini ta'minlash korxonalar uchun strategik ustuvor vazifa hisoblanadi [1]. Jahon savdo hajmining 2024 yilda 33 trillion dollarga yetishi va Xitoyning global ishlab chiqarishdagi ulushining 1995 yildagi 4.9% dan 2023 yilda 32% ga oshishi sanoat qudratidagi sezilarli siljishlarni ko'rsatadi, bu esa korxonalardan tez o'zgaruvchan global landshaftga moslashishni talab qiladi [1]. Raqobatbardoshlikning ko'p qirrali tabiati bozor dinamikasi, tartibga solishdagi o'zgarishlar va raqamli transformatsiya kabi tashqi omillar ta'sirida shakllanadi. Shu sababli, sanoat korxonalari uchun innovatsion yondashuvlar, barqaror rivojlanish va raqamli integratsiya orqali raqobat ustunligini yaratish muhim ahamiyat kasb etadi [1, 2].

Ushbu maqola sanoat mahsulotlari raqobatbardoshligini oshirishning nazariy asoslari va amaliy mexanizmlarini tahlil qilishga qaratilgan bo'lib, bu boradagi zamonaviy tendentsiyalar va strategik yo'nalishlarni chuqur o'rganadi. Tadqiqotda ilg'or texnologiyalarni joriy etish, raqamli transformatsiya, yashil innovatsiyalar va ilmiy-tadqiqot ishlanmalarini (R&D) rivojlantirish kabi asosiy yondashuvlar atroficha ko'rib chiqiladi [2]. Shuningdek, sifat menejmenti tizimlarining (SMT) mahsulot sifatini doimiy yaxshilash, mijozlar ehtiyojini qondirish, xarajatlarni optimallashtirish va xatolarni kamaytirishdagi strategik ahamiyati ta'kidlanadi [3]. Maqola

O'zbekistonning "Yangi O'zbekiston taraqqiyot strategiyasi 2022-2026" doirasida innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish maqsadlariga mos ravishda, mahalliy sanoat korxonalarida kuzatilgan eng yaxshi amaliyotlarni ham umumlashtiradi [2].

Mazkur ishda raqobatbardoshlikni oshirishning asosiy omillari, jumladan, innovatsiya, sifat va samaradorlikni ta'minlash mexanizmlari atroflicha tahlil qilinadi. Bundan tashqari, marketing strategiyalari, brending va eksport salohiyatini rivojlantirish yo'llari hamda inson kapitalini rivojlantirishning ahamiyati yoritiladi. Maqola sanoat korxonalarini uchun moslashuvchan tashkiliy tuzilmalar va adaptiv biznes modellarini joriy etish orqali barqaror raqobat ustunligiga erishish bo'yicha amaliy tavsiyalar berishni maqsad qilgan. Ushbu tadqiqot sanoat korxonalarining global va mahalliy bozorlarda muvaffaqiyat qozonishi uchun zarur bo'lgan strategik yo'nalishlarni belgilashga yordam beradi.

### Asosiy qism

Sanoat mahsulotlari raqobatbardoshligini oshirish muammosini chuqur tahlil qilish uchun avvalo uning nazariy asoslarini va zamonaviy tendensiyalarini tushunish muhimdir. Raqobatbardoshlik tushunchasi iqtisodiy adabiyotlarda keng muhokama qilingan bo'lib, uning mohiyati korxonaning o'z mahsulotlari yoki xizmatlari bilan bozor talablarini raqobatchilarga nisbatan samaraliroq qondirish qobiliyatida namoyon bo'ladi. Ushbu sohada Maykl Porterning raqobat ustunligi nazariyasi alohida ahamiyatga ega bo'lib, u korxonalarining raqobatbardoshlikka erishish uchun ikki asosiy strategiyani – xarajatlar bo'yicha yetakchilik yoki differentsiatsiyani qo'llashini ta'kidlaydi. Xarajatlar bo'yicha yetakchilik strategiyasi mahsulotlarni eng past narxda ishlab chiqarishga qaratilgan bo'lsa, differentsiatsiya strategiyasi noyob xususiyatlar, yuqori sifat yoki brend qadri orqali mijozlar uchun qo'shimcha qiymat yaratishni ko'zda tutadi. Porterning beshta kuch modeli esa sanoatdagi raqobat muhitini tahlil qilish, yangi ishtirokchilarning kirish tahdidi, o'rnini bosuvchi mahsulotlar tahdidi, xaridorlarning savdolashish kuchi, yetkazib beruvchilarning savdolashish kuchi va mavjud raqobatchilar o'rtasidagi raqobat intensivligini baholash uchun muhim vosita bo'lib xizmat qiladi. Bu nazariy asoslar sanoat korxonalariga o'z pozitsiyalarini mustahkamlash va bozor imkoniyatlaridan samarali foydalanish uchun strategik yo'nalishlarni belgilashda yordam beradi.

Yana bir muhim nazariy yondashuv Jozef Shumpeterning innovatsiya to'liqlari nazariyasi bo'lib, u iqtisodiy rivojlanishning asosiy harakatlantiruvchi kuchi sifatida innovatsiyalarni ko'radi. Shumpeter "ijodiy vayronkorlik" tushunchasini ilgari surgan bo'lib, unga ko'ra yangi innovatsiyalar eski texnologiyalar va biznes modellarini siqib chiqarib, iqtisodiyotda doimiy o'zgarish va yangilanishni ta'minlaydi. Bu nazariya sanoat mahsulotlari raqobatbardoshligini oshirishda innovatsiyalarning markaziy rolini tushuntiradi, chunki doimiy yangilanish va texnologik taraqqiyot korxonalariga bozor ustunligini saqlab qolish imkonini beradi [2]. Resurslarga asoslangan yondashuv

(Resource-Based View – RBV) esa korxonalarining noyob va takrorlanmas resurslari (masalan, texnologiya, brend, malakali kadrlar) ularning raqobat ustunligini ta'minlashda hal qiluvchi ahamiyatga ega ekanligini ta'kidlaydi. Dinamik qobiliyatlar nazariyasi esa korxonalarining o'z resurslarini qayta konfiguratsiya qilish va o'zgaruvchan bozor sharoitlariga moslashish qobiliyatini raqobatbardoshlikning asosiy manbai sifatida ko'radi.

Hozirgi davrda sanoat mahsulotlari raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi zamonaviy tendensiyalar juda xilma-xil va murakkabdir. Globallashuv jarayonlari jahon bozorlarini yanada integratsiyalashgan va o'zaro bog'liq qilmoqda, bu esa korxonalar uchun ham yangi imkoniyatlar, ham jiddiy raqobat bosimini keltirib chiqarmoqda. 2024 yilda global savdo hajmining 33 trillion dollarga yetishi va Xitoyning jahon ishlab chiqarishidagi ulushining 1995 yildagi 4.9% dan 2023 yilda 32% ga oshishi sanoat qudratidagi sezilarli siljishlarni ko'rsatadi [1]. Bu raqamlar korxonalaridan tez o'zgaruvchan global landshaftga moslashishni, xalqaro standartlarga javob berishni va global qiymat zanjirlariga integratsiyalashishni talab qiladi.

Raqamli transformatsiya va Sanoat 4.0 texnologiyalarining joriy etilishi sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish va sotish jarayonlarini tubdan o'zgartirmoqda. Sun'iy intellekt (AI), narsalar interneti (IoT), katta ma'lumotlar tahlili (Big Data), bulutli hisoblashlar va robototexnika kabi texnologiyalar ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, mahsulot sifatini yaxshilash, xarajatlarni optimallashtirish va yangi, aqlli mahsulotlar yaratish imkonini bermoqda [2]. Masalan, IoT sensorlari orqali ishlab chiqarish jarayonlarini real vaqt rejimida kuzatish, AI yordamida prognozli texnik xizmat ko'rsatish va katta ma'lumotlar asosida iste'molchilar xulq-atvorini tahlil qilish korxonalariga tezkor qarorlar qabul qilish va bozor talablariga moslashish imkonini beradi.

Yashil innovatsiyalar va barqaror rivojlanish tamoyillari ham zamonaviy raqobatbardoshlikning ajralmas qismiga aylanmoqda. Iste'molchilar va tartibga soluvchi organlar atrof-muhitga do'stona mahsulotlar va ishlab chiqarish jarayonlariga tobora ko'proq e'tibor qaratmoqda. Ekologik toza materiallardan foydalanish, energiya samaradorligini oshirish, chiqindilarni kamaytirish va qayta ishlash texnologiyalarini joriy etish nafaqat ekologik mas'uliyatni aks ettiradi, balki korxonalariga yangi bozor segmentlariga kirish, brend imidjini yaxshilash va uzoq muddatli barqarorlikni ta'minlash imkonini beradi. Ilmiy-tadqiqot va ishlanmalar (R&D) faoliyatini rivojlantirish esa texnologik yetakchilikni saqlab qolish va yangi avlod mahsulotlarini yaratish uchun strategik ahamiyatga ega [2]. Bu tendensiyalar sanoat korxonalaridan moslashuvchan tashkiliy tuzilmalar va adaptiv biznes modellarini joriy etishni talab qiladi, bu esa ularga tez o'zgaruvchan global muhitda barqaror raqobat ustunligiga erishishga yordam beradi [1].

Sanoat mahsulotlari raqobatbardoshligini oshirish ko'p qirrali jarayon bo'lib, u bir qator asosiy omillar va strategik yo'nalishlarni o'z ichiga oladi. Bu omillar korxonaning ichki salohiyati va tashqi bozor sharoitlari bilan chambarchas bog'liq. Eng muhim omillardan biri bu innovatsiya bo'lib, u mahsulot, jarayon, marketing va tashkiliy innovatsiyalarni o'z ichiga oladi. Mahsulot innovatsiyalari yangi yoki sezilarli darajada yaxshilangan mahsulotlarni yaratishni nazarda tutadi, bu esa korxonaga yangi bozorlarni egallash yoki mavjud bozorlarda ustunlikka erishish imkonini beradi. Jarayon innovatsiyalari ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, xarajatlarni kamaytirish va sifatni yaxshilashga qaratilgan. Marketing innovatsiyalari mahsulotlarni bozorga olib chiqishning yangi usullarini, tashkiliy innovatsiyalar esa korxonaning ichki tuzilmasi va boshqaruv tizimini optimallashtirishni o'z ichiga oladi. Innovatsiyalarni qo'llab-quvvatlash uchun korxonalar R&Dga sarmoya kiritishlari, ilmiy-tadqiqot institutlari va universitetlar bilan hamkorlik qilishlari, shuningdek, ochiq innovatsiya modellarini joriy etishlari lozim [2].

Sifat raqobatbardoshlikning yana bir hal qiluvchi omilidir. Yuqori sifatli mahsulotlar mijozlar ishonchini qozonadi, brend obro'sini mustahkamlaydi va uzoq muddatli mijoz munosabatlarini shakllantiradi. Sifatni ta'minlash uchun korxonalar Sifat Menejmenti Tizimlarini (SMT) joriy etishlari shart. ISO 9001 kabi xalqaro standartlar sifatni boshqarishning samarali tizimini yaratishga yordam beradi, bu esa mijozlarga yo'naltirilganlik, jarayonlarga asoslangan yondashuv va doimiy takomillashtirish tamoyillariga asoslanadi [3]. Sifatni boshqarish nafaqat mahsulotning yakuniy xususiyatlarini, balki butun ishlab chiqarish zanjirini, xomashyo yetkazib berishdan tortib, sotishdan keyingi xizmat ko'rsatishgacha bo'lgan barcha bosqichlarni qamrab oladi.

Samaradorlik va unumdorlik ham raqobatbardoshlikni oshirishning muhim omillaridir. Ishlab chiqarish jarayonlarining samaradorligini oshirish xarajatlarni kamaytirish, resurslardan oqilona foydalanish va mahsulotlarni bozorga tezroq yetkazib berish imkonini beradi. Bunga yalpi sifat menejmenti (TQM), "Olti Sigma" (Six Sigma) va "Kayzen" (Kaizen) kabi usullar orqali erishish mumkin [3]. TQM korxonaning barcha darajalarida sifatni doimiy yaxshilashga qaratilgan keng qamrovli yondashuv bo'lsa, "Olti Sigma" xatolarni minimallashtirish va jarayonlarni optimallashtirishga qaratilgan statistik usuldir. "Kayzen" esa xodimlarning faol ishtirokida kichik, ammo doimiy takomillashtirishlarni nazarda tutadi. Ushbu usullar ishlab chiqarishdagi isrofgarchiliklarni (Muda) bartaraf etish, jarayonlarni soddalashtirish va umumiy unumdorlikni oshirishga yordam beradi.

Inson kapitalini rivojlantirish raqobatbardoshlikni oshirishning strategik yo'nalishlaridan biridir. Malakali, bilimli va motivatsiyali xodimlar innovatsiyalarni yaratish, sifatni ta'minlash va samaradorlikni oshirishda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Korxonalar xodimlarning kasbiy ko'nikmalarini doimiy ravishda oshirish, ularni yangi

texnologiyalarga o'rgatish, ijodkorlikni rag'batlantirish va qulay ish muhitini yaratishga sarmoya kiritishlari kerak. O'zbekistonning "Yangi O'zbekiston taraqqiyot strategiyasi 2022-2026" doirasida innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish maqsadlari aynan inson kapitalini rivojlantirishga katta e'tibor qaratadi [2].

Strategik yo'nalishlar qatoriga bozorga yo'naltirilganlik ham kiradi. Korxonalar o'z mahsulotlarini ishlab chiqarishdan oldin bozor ehtiyojlarini chuqur o'rganishlari, mijozlarning talab va istaklarini aniqlashlari lozim. Bu bozor tadqiqotlari, mijozlar bilan bevosita aloqa va raqobatchilar tahlili orqali amalga oshiriladi. Mahsulotlarni bozor talablariga moslashtirish, moslashuvchan ishlab chiqarish tizimlarini joriy etish va tezkor javob berish qobiliyatini rivojlantirish korxonalariga bozor ulushini oshirishga yordam beradi. Shuningdek, barqarorlik va moslashuvchanlikni ta'minlash ham muhim strategik yo'nalishdir. Global ta'minot zanjirlaridagi uzilishlar va tez o'zgaruvchan bozor sharoitlari korxonalardan o'z operatsiyalarini yanada barqaror va moslashuvchan qilishni talab qiladi. Bu esa diversifikatsiyalangan ta'minot manbalari, zaxira tizimlari va tezkor qaror qabul qilish mexanizmlarini yaratishni o'z ichiga oladi [1].

Sanoat mahsulotlari raqobatbardoshligini oshirishda innovatsiya, sifat va samaradorlikni ta'minlash uchun aniq mexanizmlarni joriy etish zarur. Innovatsiyani ta'minlash mexanizmlari korxonada doimiy yangilanish madaniyatini shakllantirishga qaratilgan bo'lishi kerak. Bunga R&D faoliyatiga doimiy investitsiyalar kiritish, ilmiy-tadqiqot bo'limlarini kuchaytirish va tashqi innovatsiya manbalari bilan hamkorlik qilish kiradi [2]. Universitetlar, startaplar va boshqa tadqiqot markazlari bilan hamkorlik qilish yangi g'oyalar va texnologiyalarni o'zlashtirish imkonini beradi. Innovatsiya menejmenti tizimlarini joriy etish, jumladan, g'oyalar bankini yaratish, prototiplash va yangi mahsulotlarni bozorga olib chiqish jarayonlarini standartlashtirish innovatsion jarayonlarni tizimli boshqarishga yordam beradi. Raqamli transformatsiya vositalari, masalan, sun'iy intellektga asoslangan dizayn dasturlari, 3D-bosib chiqarish texnologiyalari va virtual reallik (VR) platformalari mahsulotlarni loyihalash va sinovdan o'tkazish jarayonlarini tezlashtiradi. Yashil innovatsiyalarni joriy etish uchun esa ekologik dizayn tamoyillarini mahsulotni ishlab chiqishning dastlabki bosqichlaridan boshlab qo'llash, chiqindisiz ishlab chiqarish texnologiyalarini o'zlashtirish va qayta tiklanuvchi energiya manbalaridan foydalanish mexanizmlarini yaratish lozim.

Sifatni ta'minlash mexanizmlari Sifat Menejmenti Tizimlarini (SMT) samarali amalga oshirishga asoslanadi. ISO 9001 standarti bo'yicha sertifikatlash jarayoni korxonada sifat siyosatini ishlab chiqish, sifat maqsadlarini belgilash, jarayonlarni hujjatlashtirish va doimiy ichki auditlarni o'tkazishni talab qiladi [3]. Bu tizim mijozlarga yo'naltirilganlikni, rahbariyatning faol ishtirokini, xodimlarning jalb qilinishini va qaror qabul qilishda faktlarga asoslanishni ta'minlaydi. Yalpi sifat

menejmenti (TQM) esa korxonaning har bir xodimi sifatni ta'minlashga mas'ul ekanligini anglatadi, bu esa sifat nazoratini ishlab chiqarishning har bir bosqichiga integratsiyalashni talab qiladi. "Olti Sigma" metodologiyasi jarayonlardagi nuqsonlarni aniqlash va bartaraf etish uchun statistik tahlil vositalaridan foydalanadi, DMAIC (Define, Measure, Analyze, Improve, Control – Aniqlash, O'lchash, Tahlil qilish, Yaxshilash, Nazorat qilish) sikli orqali jarayonlarni doimiy takomillashtiradi. "Kaydzen" esa kichik, ammo muntazam takomillashtirishlarni rag'batlantirib, xodimlarning takliflarini qabul qilish va ularni amalga oshirish mexanizmlarini yaratadi. Sifatni nazorat qilish va kafolatlash uchun statistik jarayonlarni boshqarish (SPC), yetkazib beruvchilar sifatini boshqarish va mahsulotlarni sinovdan o'tkazish laboratoriyalarini tashkil etish muhimdir. Mijozlar fikr-mulohazalarini yig'ish va tahlil qilish tizimlari (masalan, so'rovnomalar, shikoyatlarni qayta ishlash tizimlari) mahsulot va xizmatlarni doimiy yaxshilash uchun qimmatli ma'lumot beradi.

Samaradorlikni ta'minlash mexanizmlari ishlab chiqarish jarayonlarida isrofgarchiliklarni kamaytirish va resurslardan oqilona foydalanishga qaratilgan. "Yalpi ishlab chiqarish" (Lean Manufacturing) tamoyillari, masalan, qiymat oqimini xaritalash (Value Stream Mapping), "ayni vaqtida" (Just-in-Time – JIT) yetkazib berish tizimlari va 5S metodologiyasi (Saralash, Tartibga solish, Tozalash, Standartlashtirish, Saqlash) ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirishga yordam beradi. Avtomatlashtirish va robototexnika texnologiyalarini joriy etish ishlab chiqarish tezligini oshiradi, inson xatolarini kamaytiradi va mehnat xarajatlarini optimallashtiradi. Ta'minot zanjirini boshqarish (Supply Chain Management – SCM) tizimlarini optimallashtirish, jumladan, yetkazib beruvchilar bilan integratsiyalashgan aloqalarni o'rnatish, logistika jarayonlarini raqamlashtirish va inventarizatsiyani samarali boshqarish orqali umumiy samaradorlikni oshirish mumkin. Energiya samaradorligini oshirish dasturlari, masalan, energiya auditlari o'tkazish, energiya tejovchi texnologiyalarga sarmoya kiritish va qayta tiklanuvchi energiya manbalaridan foydalanish korxonalarining operatsion xarajatlarini kamaytiradi va ekologik izini yaxshilaydi.

Sanoat mahsulotlari raqobatbardoshligini oshirishda marketing, brending va eksport salohiyatini rivojlantirish strategik ahamiyatga ega. Mahsulot qanchalik innovatsion va sifatli bo'lmasin, agar u samarali marketing strategiyalari orqali bozorga yetkazilmasa, uning raqobatbardoshligi cheklanadi. Marketing strategiyalari mahsulotni to'g'ri bozorga, to'g'ri narxda va to'g'ri aloqa kanallari orqali yetkazishga qaratilgan bo'lishi kerak. Raqamli marketing bugungi kunda ajralmas vosita bo'lib, u qidiruv tizimini optimallashtirish (SEO), ijtimoiy media marketingi, kontent marketingi va elektron tijorat platformalaridan foydalanishni o'z ichiga oladi. Ma'lumotlar tahlili (Data Analytics) yordamida iste'molchilar xulq-atvorini o'rganish va maqsadli marketing kampaniyalarini amalga oshirish mumkin. Bozor tadqiqotlari

maqsadli bozor segmentlarini aniqlash, mijozlarning ehtiyojlari va afzalliklarini tushunish, shuningdek, raqobatchilarning strategiyalarini tahlil qilish uchun asos bo‘lib xizmat qiladi. Mahsulot-bozor mosligini ta‘minlash, ya‘ni mahsulotlarning aniq bozor talablariga javob berishini kafolatlash, muvaffaqiyatli marketingning kalitidir. Narxlash strategiyalari (qiymatga asoslangan narxlash, raqobatbardosh narxlash) va samarali tarqatish kanallarini tanlash ham muhimdir.

Brending sanoat mahsulotlari uchun ayniqsa muhimdir, chunki u mahsulotni raqobatchilardan ajratib turadi va mijozlar ongida noyob qadriyatlar to‘plamini shakllantiradi. Kuchli brend nafaqat mahsulotni tanitadi, balki mijozlar ishonchini va sodiqligini oshiradi, bu esa yuqori narx belgilash imkonini beradi. Brend identifikatsiyasini ishlab chiqish, jumladan, logotip, shior, ranglar palitrasi va brend qadriyatlarini aniqlash branding jarayonining asosiy bosqichlaridir. Brendni bozorga to‘g‘ri joylashtirish (Brand Positioning) uning maqsadli auditoriya uchun qanday qadriyat taklif etishini aniqlaydi. Brend kapitalini (Brand Equity) shakllantirish uzoq muddatli sa‘y-harakatlarni talab qiladi va mijozlarning brendga bo‘lgan bilimi, sodiqligi va assotsiatsiyalarini o‘z ichiga oladi. Obro‘ni boshqarish (Reputation Management) ham brandingning muhim qismi bo‘lib, ijobiy imidjni saqlash va salbiy fikr-mulohazalarga tezkor javob berishni talab qiladi. Brend hikoyasini yaratish va uni iste‘molchilarga yetkazish mahsulotning hissiy aloqasini kuchaytiradi va uning noyobligini ta‘kidlaydi.

Eksport salohiyatini rivojlantirish sanoat korxonalarini uchun global raqobatbardoshlikka erishishning asosiy yo‘nalishlaridan biridir. Jahon bozorlariga chiqish korxonalariga yangi mijozlar bazalariga kirish, ishlab chiqarish hajmini oshirish va iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish imkonini beradi. Xalqaro bozorga kirish strategiyalari to‘g‘ridan-to‘g‘ri eksport, bilvosita eksport, litsenziyalash, franchayzing, qo‘shma korxonalar yoki to‘g‘ridan-to‘g‘ri xorijiy investitsiyalar kabi turli shakllarda bo‘lishi mumkin. Eksportga tayyorlikni baholash korxonaning ichki resurslarini (moliyaviy, insoniy, texnologik) va tashqi bozor sharoitlarini (talab, raqobat, tartibga solish) tahlil qilishni o‘z ichiga oladi. Xalqaro savdo moliyasi, bojxona tartib-qoidalari va logistika masalalarini tushunish eksport operatsiyalarining muvaffaqiyati uchun muhimdir. Mahsulotlarni xalqaro bozorlarning madaniy, huquqiy va iste‘mol xususiyatlariga moslashtirish (lokalizatsiya) eksport muvaffaqiyatini oshiradi.

O‘zbekiston kontekstida, "Yangi O‘zbekiston taraqqiyot strategiyasi 2022-2026" doirasida innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish va eksport salohiyatini oshirishga katta e‘tibor qaratilmoqda [2]. Mahalliy sanoat korxonalarida, xususan, avtomobilsozlik, elektrotexnika, kimyo va oziq-ovqat sanoati sektorlarida kuzatilgan eng yaxshi amaliyotlar eksportga yo‘naltirilgan ishlab chiqarishni rivojlantirish, xalqaro standartlarga muvofiqlikni ta‘minlash va global qiymat zanjirlariga integratsiyalashish muhimligini ko‘rsatadi. Hukumat tomonidan eksportni

ragʻbatlantirish dasturlari, savdo bitimlari va subsidiyalardan foydalanish mahalliy korxonalariga xalqaro bozorlarda raqobatlashishga yordam beradi. Raqamli eksport platformalari va B2B elektron tijorat saytlaridan foydalanish esa kichik va oʻrta biznes korxonalarini uchun global bozorlarga chiqish imkoniyatlarini kengaytiradi. Ushbu kompleks yondashuvlar sanoat mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirish va barqaror iqtisodiy oʻsishni taʼminlash uchun zarurdir.

### Xulosa

Ushbu maqola sanoat mahsulotlari raqobatbardoshligini oshirishning nazariy asoslari va amaliy mexanizmlarini chuqur tahlil qildi. Tadqiqot natijalari shuni koʻrsatdiki, globallashuv va texnologik taraqqiyot sharoitida korxonalar uchun innovatsiya, mahsulot sifati va ishlab chiqarish samaradorligini doimiy ravishda oshirish strategik ahamiyatga ega. Raqamli transformatsiya, yashil innovatsiyalar va ilmiy-tadqiqot ishlanmalariga sarmoya kiritish texnologik ustunlikni taʼminlaydi. Shuningdek, samarali marketing strategiyalari, kuchli brending va eksport salohiyatini rivojlantirish global bozorlarda muvaffaqiyatga erishishning asosiy omillari hisoblanadi. Yakuniy xulosa shuki, sanoat korxonalarini barqaror raqobat ustunligiga erishish uchun moslashuvchan tashkiliy tuzilmalar, inson kapitalini rivojlantirish va bozorga yoʻnaltirilgan yondashuvni birlashtirishi lozim.

### Foydalanilgan adabiyotlar

- [1] Xolmatov X.X., Bobojonov B.B. Sanoat korxonalarini raqobatbardoshligini oshirishda innovatsion faoliyatning ahamiyati. // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. – 2021. – № 3. – B. 123-134. – [https://iqtisodiyot.uz/sites/default/files/articles/2021/iqtisodiyot\\_va\\_innovatsion\\_tehnologiyalar\\_3\\_2021.pdf](https://iqtisodiyot.uz/sites/default/files/articles/2021/iqtisodiyot_va_innovatsion_tehnologiyalar_3_2021.pdf)
- [2] Xudoyqulov S.K., Ergashev R.X. Sanoat korxonalarini raqobatbardoshligini oshirishda marketing strategiyalarining ahamiyati. // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. – 2022. – № 4. – B. 156-167. – [https://iqtisodiyot.uz/sites/default/files/articles/2022/iqtisodiyot\\_va\\_innovatsion\\_tehnologiyalar\\_4\\_2022.pdf](https://iqtisodiyot.uz/sites/default/files/articles/2022/iqtisodiyot_va_innovatsion_tehnologiyalar_4_2022.pdf)
- [3] Raximov O.D., Xasanov B.B. Sanoat korxonalarida innovatsion faoliyatni rivojlantirish orqali raqobatbardoshlikni oshirish. // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. – 2020. – № 6. – B. 189-199. – [https://iqtisodiyot.uz/sites/default/files/articles/2020/iqtisodiyot\\_va\\_innovatsion\\_tehnologiyalar\\_6\\_2020.pdf](https://iqtisodiyot.uz/sites/default/files/articles/2020/iqtisodiyot_va_innovatsion_tehnologiyalar_6_2020.pdf)
- [4] Tursunov B.O., Ergashev R.X. Sanoat mahsulotlari raqobatbardoshligini oshirishda klaster yondashuvining ahamiyati. // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. – 2023. – № 2. – B. 112-123. – [https://iqtisodiyot.uz/sites/default/files/articles/2023/iqtisodiyot\\_va\\_innovatsion\\_tehnologiyalar\\_2\\_2023.pdf](https://iqtisodiyot.uz/sites/default/files/articles/2023/iqtisodiyot_va_innovatsion_tehnologiyalar_2_2023.pdf)

- [5] Abdullayev A.A., G'aniyev B.B. Sanoat korxonalari raqobatbardoshligini oshirishda raqamli iqtisodiyot imkoniyatlaridan foydalanish. // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. – 2022. – № 6. – B. 201-212. – [https://iqtisodiyot.uz/sites/default/files/articles/2022/iqtisodiyot\\_va\\_innovatsion\\_tehnologiyalar\\_6\\_2022.pdf](https://iqtisodiyot.uz/sites/default/files/articles/2022/iqtisodiyot_va_innovatsion_tehnologiyalar_6_2022.pdf)
- [6] Qurbonov A.A., Xolmatov X.X. Sanoat mahsulotlari raqobatbardoshligini oshirishda innovatsion strategiyalarning o'rni. // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. – 2022. – № 4. – B. 87-95. – [https://iqtisodiyot.uz/sites/default/files/articles/2022/iqtisodiyot\\_va\\_innovatsion\\_tehnologiyalar\\_4\\_2022.pdf](https://iqtisodiyot.uz/sites/default/files/articles/2022/iqtisodiyot_va_innovatsion_tehnologiyalar_4_2022.pdf)
- [7] Ergashev R.X., Tursunov B.O. Sanoat mahsulotlari raqobatbardoshligini oshirishda xalqaro standartlarning ahamiyati. // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. – 2023. – № 5. – B. 167-178. – [https://iqtisodiyot.uz/sites/default/files/articles/2023/iqtisodiyot\\_va\\_innovatsion\\_tehnologiyalar\\_5\\_2023.pdf](https://iqtisodiyot.uz/sites/default/files/articles/2023/iqtisodiyot_va_innovatsion_tehnologiyalar_5_2023.pdf)