

RAQOBATBARDOSHLIKNI SHAKLLANTIRUVCHI OMILLAR: MIKRO VA MAKRO DARAJADAGI TAHLIL

Mirzayev Zarshed

Osiyo xalqaro universiteti

“Iqtisodiyot va pedagogika” fakulteti

“Iqtisodiyot “ kafedrası magistranti

ANNOTATSIYA: Maqolada raqobatbardoshlikni shakllantiruvchi asosiy omillar mikro va makro darajada tahlil qilinadi. IMRAD tuzilmasi asosida olib borilgan tadqiqotda korxona darajasida mahsulot sifati, narx siyosati, marketing, ishlab chiqarish samaradorligi va inson kapitalining roli, makro darajada esa davlat siyosati, infratuzilma, moliya tizimi, raqamli transformatsiya va innovatsion muhitning ahamiyati yoritiladi. Nazariy umumlashtirish va qiyosiy tahlil usullari yordamida omillar o’rtasidagi bog’liqlik aniqlanadi. Natijalar shuni ko’rsatadiki, raqobatbardoshlik faqat bitta ko’rsatkich bilan emas, balki omillar uyg’unligi bilan ta’minlanadi. Tadqiqot xulosalari iqtisodiy siyosatni takomillashtirish va korxonalar strategiyasini kuchaytirishda amaliy ahamiyat kasb etadi.

KALIT SO’ZLAR: raqobatbardoshlik; omillar; samaradorlik; innovatsiya; siyosat

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ: АНАЛИЗ НА МИКРО- И МАКРОУРОВНЕ

АННОТАЦИЯ: В статье анализируются ключевые факторы конкурентоспособности на микро- и макроуровнях. Исследование, выполненное по структуре IMRAD, рассматривает роль качества продукции, ценовой политики, маркетинга, эффективности производства и человеческого капитала на уровне предприятия, а также влияние государственной политики, инфраструктуры, финансовой системы, цифровой трансформации и инновационной среды на уровне экономики. С помощью теоретического обобщения и сравнительного анализа выявляются взаимосвязи между факторами. Результаты показывают, что конкурентоспособность формируется комплексно и зависит от согласованности

различных элементов. Полученные выводы обладают практической значимостью для совершенствования экономической политики и стратегий компаний.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: конкурентоспособность; факторы; эффективность; инновации; политика

FACTORS SHAPING COMPETITIVENESS: MICRO- AND MACRO-LEVEL ANALYSIS

ABSTRACT: This article analyzes the main determinants of competitiveness at both the micro and macro levels. Structured according to the IMRAD framework, the study explores the role of product quality, pricing, marketing, production efficiency and human capital at the firm level, as well as the influence of government policy, infrastructure, financial systems, digital transformation and the innovation environment at the national level. Using theoretical generalization and comparative analysis, the study identifies the interlinkages among these factors. The findings reveal that competitiveness is multidimensional and depends on the alignment of multiple elements. The conclusions provide practical insights for improving economic policy and strengthening firm strategies.

KEYWORDS: competitiveness; factors; efficiency; innovation; policy

KIRISH

Global raqobatning kuchayishi, bozorlarda raqamli transformatsiya va innovatsion texnologiyalarning tez tarqalishi mamlakatlar hamda korxonalar uchun raqobatbardoshlikni oshirishni eng muhim ustuvor yo'nalishga aylantirdi. Jahon iqtisodiyoti tajribasi shuni ko'rsatadiki, faqat arzon mahsulot taklif qilish raqobatda yetarli emas -sifat, brend, xizmat, logistika, innovatsiya va boshqaruv darajasi hal qiluvchi ahamiyat kasb etmoqda. Shu sababli raqobatbardoshlikni belgilovchi omillarni chuqur tahlil qilish xalqaro miqyosda dolzarb hisoblanadi.

MDH mamlakatlari bozor iqtisodiyotiga moslashish, sanoatni modernizatsiya qilish va eksport salohiyatini kengaytirish bosqichidan o'tmoqda. Biroq ko'plab korxonalarda past texnologik daraja, eskirgan ishlab chiqarish vositalari, marketing va brendingning

yeterli rivojlanmagani raqobatbardoshlikka to'sqinlik qilmoqda. Shu bilan birga, raqamlashtirish, logistika tizimlarini yaxshilash va innovatsion siyosatni kuchaytirish orqali yangi imkoniyatlar ham paydo bo'lmoqda. Bu esa mintaqa uchun mavzuning dolzarbligini yanada oshiradi.

O'zbekistonda sanoatni modernizatsiya qilish, eksportni kengaytirish, klasterlashuv, raqamli iqtisodiyot va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash bo'yicha keng ko'lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. Biroq ayrim korxonalarda innovatsion faoliyatning sustligi, samaradorlikning pastligi, bozorlarga chiqish strategiyalarining yetarli darajada shakllanmagani raqobatbardoshlikni cheklab turibdi. Shu sababli raqobatbardoshlikka ta'sir etuvchi omillarni mikro va makro darajada o'rganish O'zbekiston sharoitida ayniqsa dolzarbdir.

O'RGANILGAN ADABIYOTLAR SHARXI

Raqobatbardoshlikni tahlil qilish bo'yicha ko'plab ilmiy maktablar shakllangan. Xususan, P. Krugman "Geography and Trade"¹ asarida hududiy joylashuv, bozor hajmi va transport xarajatlari raqobatbardoshlikka sezilarli ta'sir ko'rsatishini ta'kidlaydi. Bu yondashuvda makro omillar va tashqi iqtisodiy muhitning roli kuchli yoritiladi. M. Kendrik va E. Denison² o'z tadqiqotlarida iqtisodiy o'sish va raqobatbardoshlikni inson kapitali, ta'lim darajasi va mehnat unumdorligi bilan bog'laydi. Ular raqobatbardoshlikni faqat narx siyosati emas, balki bilim va malakaga tayanuvchi jarayon sifatida talqin qiladi. Jahon iqtisodiy forumi tomonidan nashr etiladigan Global Competitiveness Reportda³ mamlakat raqobatbardoshligi institutlar sifati, infratuzilma, makroiqtisodiy barqarorlik, innovatsiya salohiyati va raqamli tayyorgarlik mezonlari orqali baholanadi. Mazkur yondashuv raqobatbardoshlikni ko'p komponentli tizim sifatida tushunishga yordam beradi.

¹ Krugman P. Geography and Trade. -Cambridge: MIT Press, 1991.

² Denison E. Sources of Economic Growth. -New York: Committee for Economic Development, 1962.

³ World Economic Forum. Global Competitiveness Report. -Geneva.

M. Aiginger⁴ ishlarida raqobatbardoshlik tushunchasi “arzon narxli ishlab chiqarish” doirasidan chiqib, sifat, innovatsion mahsulotlar, qo’shilgan qiymat va ijtimoiy samaradorlik bilan bog’liq holda talqin etiladi. Bu esa raqobatbardoshlik strategiyasini yuqori texnologiyalarga yo’naltirish zaruratini ko’rsatadi. Raqobatbardoshlikni mikro darajada o’rganishda F.Kotlarning⁵ “Marketing Management” asari muhim ahamiyatga ega. Muallif brend, iste’molchi ehtiyoji, differensiallashuv va marketing strategiyasi raqobatbardoshlikning asosiy drayverlari ekanini asoslaydi. J. Stiglitz va C. Greenwald tomonidan ilgari surilgan “learning economy”⁶ konsepsiyasida esa bilimlarni yaratish, o’rganish va uzatish mexanizmlari korxonalar samaradorligi va raqobatbardoshligini oshiruvchi omil sifatida ko’riladi. Shuningdek, D. North⁷ tomonidan ishlab chiqilgan institutsional yondashuv raqobatbardoshlikka ta’sir etuvchi qonunchilik, mulk huquqi, tartibga solish tizimi va davlat institutlari sifatini muhim deb hisoblaydi. Bunday yondashuv makro siyosat va boshqaruvning rolini kuchaytiradi.

So’nggi tadqiqotlarda raqamli transformatsiya (Brynjolfsson & McAfee),⁸ sanoat 4.0 texnologiyalari, elektron savdo, platforma iqtisodiyoti va logistika tizimlari raqobatbardoshlikning yangi omillari sifatida ko’rilmoqda. Ular korxonalarga xarajatlarni kamaytirish, bozorga tez kirish va yangi qiymat yaratish imkonini beradi. Shu asosda aytish mumkinki, raqobatbardoshlikni tushuntiruvchi yondashuvlar juda rang-barang bo’lsa-da, mikro va makro omillarni birgalikda, tizimli tarzda baholash zarurati hanuz dolzarb bo’lib qolmoqda.

METODOLOGIYA

⁴ Aiginger K. Industrial Policy for a Competitive Economy. -Vienna, 2014.

⁵ Kotler Ph. Marketing Management. -Pearson, 2016.

⁶ Stiglitz J., Greenwald B. Creating a Learning Society. -Columbia University Press, 2014.

⁷ North D. Institutions, Institutional Change and Economic Performance. -Cambridge University Press, 1990.

⁸ Brynjolfsson E., McAfee A. The Second Machine Age. -New York: Norton, 2014.

Mazkur tadqiqotda raqobatbardoshlikni shakllantiruvchi omillarni mikro va makro darajada tahlil qilish uchun bir nechta ilmiy yondashuvlar kompleks tarzda qo'llanildi.

Birinchidan, nazariy umumlashtirish usuli yordamida raqobatbardoshlik, samaradorlik, innovatsiya va iqtisodiy siyosatga oid mavjud konsepsiyalar tizimlashtirildi. Bu bosqich mavzuga oid asosiy tushunchalar mazmunini aniqlash va ularning o'zaro bog'liqligini ochib berishga xizmat qildi.

Ikkinchidan, kontent-tahlil orqali xalqaro tashkilotlar (Jahon iqtisodiy forumi, OECD, Jahon banki) hisobotlari, shuningdek, mikro darajadagi menejment va marketingka doir ilmiy ishlar tahlil qilindi. Bu usul turli mamlakatlar va korxonalar tajribasini qiyoslash imkonini berdi.

Uchinchidan, tizimli yondashuv asosida raqobatbardoshlik omillari ikki darajaga ajratildi:

-mikro daraja: mahsulot sifati, ishlab chiqarish samaradorligi, narx siyosati, marketing, inson kapitali;

-makro daraja: institutsional muhit, infratuzilma, raqamlashtirish, moliya tizimi, innovatsion ekotizim.

Har bir guruhdagi omillarning roliga mantiqiy tahlil asosida baho berildi va ularning o'zaro ta'sir mexanizmlari konseptual ravishda modellashtirildi.

To'rtinchidan, qiyosiy tahlil usuli yordamida turli mamlakatlar tajribalari va nazariy yondashuvlar solishtirildi. Bu raqobatbardoshlikni oshirishda universal bo'lgan omillarni ajratib ko'rsatish imkonini berdi.

Yakuniy bosqichda olingan natijalar konseptual sintez orqali umumlashtirilib, raqobatbardoshlikni mikro va makro omillar uyg'unligi asosida talqin etuvchi model ishlab chiqildi. Tanlangan metodologiya tadqiqot maqsadlariga mos bo'lib, xulosalarning izchil va mantiqiylikini ta'minlaydi.

NATIJALAR

Tadqiqot natijalari raqobatbardoshlikni shakllantiruvchi omillar mikro va makro darajada o'zaro bog'liq ekanini ko'rsatdi.

Birinchidan, mikro darajadagi omillar ichida mahsulot sifati, ishlab chiqarish samaradorligi va inson kapitalining roli eng muhim omillar sifatida namoyon bo'ldi. Mahsulot sifati yuqori bo'lgan korxonalar bozorda narxdan tashqari ustunlikka ega bo'ladi; samaradorlik esa xarajatlarni kamaytirib, foydalilikni oshiradi. Inson kapitaliga investitsiya qilinmagan korxonalarda innovatsion faollik past bo'lib, raqobatbardoshlik qisqa muddatli bo'lib qoladi.

Ikkinchidan, marketing va brend boshqaruvi raqobatbardoshlikka sezilarli ta'sir ko'rsatishi aniqlandi. Differensiallashuv va mijoz ehtiyojiga moslashuv imkon bergan holatlarda korxonalar bozorda mustahkamroq pozitsiya egallaydi. Aksincha, faqat narx orqali raqobatlashuvchi korxonalar tezda bosim ostida qoladi.

Uchinchidan, makro darajadagi omillar - institutsional muhit, infratuzilma, moliya tizimi va davlat siyosati - korxonalarning imkoniyatlarini kengaytiruvchi "tashqi platforma" sifatida ishlaydi. Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash, kredit resurslariga kirish imkoniyati va barqaror soliq siyosati mavjud bo'lgan sharoitda korxonalar tezroq rivojlanadi.

To'rtinchidan, raqamli transformatsiya va innovatsion ekotizim raqobatbardoshlikni kuchaytiruvchi muhim drayverlar sifatida namoyon bo'ldi. Raqamli texnologiyalarni qo'llagan korxonalar bozorga tez chiqadi, xarajatlarni kamaytiradi va yangi qiymat yaratish imkoniga ega bo'ladi.

Natijalar shuni ko'rsatadiki:

- a) mikro omillar - korxonaning ichki salohiyatini belgilaydi;
- b) makro omillar - bu salohiyatni amalga oshirish sharoitlarini yaratadi;

c) ularning uyg'unligi bo'lmaganda raqobatbardoshlik beqaror bo'lib qoladi.

MUHOKAMA

Olingan natijalar raqobatbardoshlikni faqat bitta ko'rsatkich orqali baholab bo'lmasligini ko'rsatadi. Ko'plab korxonalar narxlarni pasaytirish orqali bozorda ustunlikka erishishga intiladi, biroq bu strategiya qisqa muddatli bo'lishi mumkin. Agar mahsulot sifati, xizmat darajasi va brend ishonchi yetarli bo'lmasa, narx afzalligi tezda yo'qoladi.

Mikro darajadagi tahlil shuni ko'rsatdiki, inson kapitali, bilimlarni boshqarish, ishlab chiqarish samaradorligi va marketing strategiyalari raqobatbardoshlikning ichki tayanchini tashkil etadi. Bu omillar bir-biri bilan bog'liq: malakali kadrlar bo'lmasa, texnologiya samarali ishlamaydi; samaradorlik past bo'lsa, differensiallashuvni moliyalashtirish qiyinlashadi.

Makro darajadagi yondashuv esa raqobatbardoshlikni tizim sifatida ko'rishga imkon berdi. Barqaror makroiqtisodiy siyosat, mustahkam institutlar, infratuzilma, moliya tizimi va innovatsion ekotizim mavjud bo'lmaganda, hatto kuchli korxonalar ham o'z salohiyatini to'liq namoyon eta olmaydi. Demak, raqobatbardoshlik - davlat siyosati va xususiy sektor strategiyalarining uyg'un mahsulidir.

Muhokama natijalari shuni tasdiqlaydi: raqobatbardoshlikni oshirish uchun mikro darajada boshqaruv, strategiya va innovatsiyalarni kuchaytirish bilan birga, makro darajada tadbirkorlik uchun qulay muhit yaratish zarur. Faqat shunda barqaror iqtisodiy o'sish va xalqaro bozorlarda mustahkam pozitsiyalarni ta'minlash mumkin bo'ladi.

XULOSA

Tadqiqot natijalari raqobatbardoshlikni shakllantiruvchi omillar mikro va makro darajada uzviy bog'langan murakkab tizim ekanini ko'rsatdi. Mikro darajada mahsulot sifati, ishlab chiqarish samaradorligi, marketing strategiyasi, brend, narx siyosati va inson

kapitali korxonaning raqobatbardoshligini bevosita belgilaydi. Ushbu omillar yetarli darajada rivojlanmaganda ustunlik qisqa muddatli bo'lib qoladi.

Makro darajadagi omillar - institutsional muhit, infratuzilma, moliya tizimi, davlat siyosati, raqamli transformatsiya va innovatsion ekotizim - korxonalarning ichki salohiyatini namoyon etish uchun zarur sharoit yaratadi. Agar ushbu sharoitlar yetarli bo'lmasa, hatto yaxshi boshqaruvga ega korxonalar ham raqobatda ustun pozitsiyani egallay olmaydi.

Shundan kelib chiqib, raqobatbardoshlikni oshirish bo'yicha asosiy xulosalar quyidagilardan iborat:

- a) korxona darajasida - inson kapitaliga investitsiya, sifat boshqaruvi, innovatsion faoliyat va marketing strategiyalarini kuchaytirish zarur;
- b) davlat darajasida - barqaror iqtisodiy muhit, aniq va shaffof qoidalar, infratuzilma va innovatsion ekotizimni rivojlantirish muhim;
- c) mikro va makro siyosat uyg'un bo'lgandagina barqaror raqobatbardoshlikka erishish mumkin.

Maqola natijalari amaliyot uchun muhim yo'nalishlarni ko'rsatib beradi: korxonalar strategiyasini modernizatsiya qilish, bilim va texnologiyaga asoslangan rivojlanishni qo'llab-quvvatlash, shuningdek, iqtisodiy siyosatda raqobatni kuchaytirishga qaratilgan kompleks choralarni amalga oshirish zarur. Kelgusida tadqiqotni empirik ma'lumotlar asosida chuqurlashtirish va tarmoqlar kesimida solishtirma tahlil olib borish istiqbolli yo'nalishlardan biri hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Krugman P. Geography and Trade. -Cambridge: MIT Press, 1991.
2. Denison E. Sources of Economic Growth. -New York: Committee for Economic Development, 1962.
3. World Economic Forum. Global Competitiveness Report. -Geneva.
4. Aiginger K. Industrial Policy for a Competitive Economy. -Vienna, 2014.

5. Kotler Ph. Marketing Management. -Pearson, 2016.
6. Stiglitz J., Greenwald B. Creating a Learning Society. -Columbia University Press, 2014.
7. North D. Institutions, Institutional Change and Economic Performance. -Cambridge University Press, 1990.
8. Brynjolfsson E., McAfee A. The Second Machine Age. -New York: Norton, 2014.