



INNOVATION IQTISODIYOT

Ilmiy-amaliy elektron jurnal

2026

№4

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА

Научно-практический электронный журнал

INNOVATIVE ECONOMY

Scientific and practical electronic journal



Indexlanadigan bazalar: Google Scholar



Crossref



OpenAIRE



С/БЕРИЕНКА



INNOVATION IQTISODIYOT

ILMIY-AMALIY
ELEKTRON JURNAL

4-jild
4-son
Aprel, 2026

April, 2026
Volume 4
Number 4

ИННОВАЦИОННАЯ
ЭКОНОМИКА
Научно-практический
электронный журнал

INNOVATIVE ECONOMY
Electronic scientific and
practical journal



INNOVATSION IQTISODIYOT

ILMIY-AMALIY ELEKTRON JURNAL

ISSN: 3030-315X

ojs.kstu.uz

Muassis:

Qarshi davlat texnika universiteti

Tahririyat Kengashi raisi:

R.X.Ergashev, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Tahririyat Kengashi raisi o‘rinbosari:

S.N.Xamrayeva, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Mas’ul muharrir:

N.A.Ochilova, PhD, dotsent

Texnik muharrir:

S.J.Qulmurotov

Jurnal har oyda bir marotaba elektron shaklda jurnalning rasmiy sayti orqali nashr etiladi.

Tahririyat manzili:

180100, Qarshi shahri, Mustaqillik ko‘chasi 225-uy Tel.:

+998 (75) 221 09 23

+998 (93) 902 72 63

Faks: +998 (75) 221 1395

innoeconomic@kstu.uz

“Innovatsion iqtisodiyot” ilmiy - amaliy elektron jurnali O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2025-yil 5-apreldagi 369-sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro‘yxatiga kiritilgan.

Jurnalda quyidagi ruknlar asosida maqolalar nashr etiladi:

1. Nazariya va metodologiya
2. Raqamli iqtisodiyot
3. Mintaqa va tarmoqlar iqtisodiyoti
4. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik
5. Inson kapitali iqtisodiyoti
6. Menejment va marketing
7. Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
8. Moliya, kredit va investitsiya
9. Ekonometrika va statistika
10. Xizmat ko‘rsatish va turizm sohasi

TAHRIRIYAT KENGASHI:

Tahririyat Kengashining xalqaro a'zolari:

Ovchinnikov Viktor Nikolayevich - i.f.d., professor, akademik (Janubiy Federal Universitet, Rossiya)

Solodovnikov Sergiy Yurevich - i.f.d., professor (Belorussiya milliy texnika universiteti)

Sidorov Viktor Aleksandrovich - i.f.d., professor, (Kuban davlat universiteti)

Shevchenko Igor Viktorovich - i.f.d., professor (Kuban davlat universiteti, Rossiya)

Kusainov Xalel Xaymullievich - i.f.d., professor, akademik (Qozog‘iston Respublikasi Milliy fanlar akademiyasi)

Samandarzoda Iskandar Hakim - Iqtisodiyot fanlari doktori (Sh.Shotemur nomidagi Tojikiston agrar universiteti)

Gibadullin Artur Arturovich - i.f.n. dotsent (Milliy tadqiqot universiteti, Moskva energetika instituti, Rossiya)

Sergey Aleksandrovich Voynash - ilmiy xodim (P.Lumumbi nomidagi Rossiya xalqlar do‘stligi universiteti)

Valentina Nikolayevna Pulyayeva - iqtisod fanlari nomzodi, dotsent (Rossiya Federatsiyasi hukumati qoshidagi Moliya universiteti)

Dmitriy Evgenievich Morkovkin, iqtisod fanlari nomzodi, dotsent (Moliya universiteti, Rossiya Federatsiyasi hukumati)

Sadriddinov Manuchehr Islomiddinovich - i.f.d., professor, (Tojikiston Respublikasi Milliy fanlar Akademiyasi)

Perskaya Viktoriya Vadimovna - i.f.d., professor, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)

Molchanov Igor Nikolayevich - i.f.d., professor, (Lomonosov nomidagi Moskva davlat universiteti)

Basova Mariya Mixaylovna - i.f.d., professor, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)

Aleksandr Leonidovich Chupin, iqtisod fanlari nomzodi (P.Lumumbi nomidagi Rossiya xalqlar do‘stligi universiteti)

Nezamaykin Valeriy Nikolayevich - i.f.d., professor, (Rossiya davlat gumanitar universiteti)

Nikonorova Alla Vladimirovna - i.f.n., dotsent, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)

Dmitriyeva Olga Aleksandrovna - i.f.n., dotsent, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)

Shvets Yuriy Yuryevich - i.f.n., dotsent, (Rossiya Fanlar akademiyasining Nazorat fanlari instituti)

Kolosova Yelena Valeryevna - i.f.n., dotsent, (Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti)

Tahririyat Kengashi a'zolari:

Gulyamov Saidaxror Saidaxmedovich - i.f.d., professor, akademik

Pardayev Mamayunus Qarshiboyevich - i.f.d., professor

Navruz-zoda Baxtiyor Negmatovich - i.f.d., professor

Xatamov Ochilid Qurbonovich - i.f.d., professor

Fayziyeva Shirin Shodmonovna - i.f.n., professor

Jumayeva Gulrux Jo‘raqulovna - i.f.n., professor

Egamberdiyeva Salima Raimovna - i.f.n., dotsent

Erkayeva Gulbahor Panjiyevna - i.f.n., professor

Yakubova Shamshinur Shuxratovna - i.f.d., (DSc) dotsent

Amirqulov Shuhrat Olimovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Samiyeva Gulnoza Toxirovna - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Aliqulov Azamat Tuyg‘unovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Aminov Fazlitdin Baxadirovich - i.f.n., dotsent

Xo‘jaqulova Nigora Rustamovna - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Turobov Sherzod Alisherovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Alimova Munisa Yulchiyevna - i.f.f.d. (PhD) dotsent

Ergasheva Nasiba Raxmatullayevna - i.f.d., (DSc), dotsent

Boboqulov Sanjar Baxromkulovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Djalilov Raxmonkul Hamidovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Nomazov Baxrom Bobomurodovich - i.f.f.d. (PhD) dotsent

Alimxanova Nigora Alimxanovna - i.f.f.d. (PhD) dotsent

Jonuzokov Mirzabek Kulmamatovich - i.f.f.d. (PhD), dotsent

Muxammadiyeva Yulduz Yusupovna - i.f.f.d. (PhD)

Tursunova Aziza Xoshimovna - i.f.f.d. (PhD)

Xolliyev Sherali Baxtiyorovich - i.f.f.d. (PhD)

Panjiyev Samijon Aliqulovich - PhD, dotsent



ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА

Научно-практический электронный журнал

ISSN: 3030-315X

ojs.kstu.uz

Учредитель:

**Каршинский государственный технический
университет**

Председатель редакционного совета:

Р.Х.Эргашев, доктор экономических наук, профессор

Заместитель председателя редакционного совета:

С.Н.Хамраева, доктор экономических наук,
профессор

Ответственный редактор:

Н.А.Очилова, PhD, доцент

Технический редактор:

С.Ж.Кулмуротов

Журнал издается один раз в месяц в
электронной форме и публикуется через
официальный сайт журнала.

Адрес редакции:

180100, г. Карши, ул. Мустакиллик, дом 225

Тел: +998 (75) 221 09 23

+998 (93) 902 72 63

Факс: +998 (75) 221 1395

E-mail: innoeconomic@kstu.uz

Научно-практический электронный журнал
«Инновационная экономика» включён в перечень
национальных научных изданий на основании
решения Президиума Высшей аттестационной
комиссии при Министерстве высшего образования,
науки и инноваций Республики Узбекистан от 5
апреля 2025 года № 369.

**В журнале публикуются статьи по
следующим рубрикам:**

1. Теория и методология
2. Цифровая экономика
3. Экономика регионов и отраслей
4. Малый бизнес и частное
предпринимательство
5. Экономика человеческого капитала
6. Менеджмент и маркетинг
7. Бухгалтерский учет, экономический анализ и
аудит
8. Финансы, кредит и инвестиции
9. Эконометрика и статистика
10. Сфера услуг и туризм

Редакционная коллегия:

Международные члены Совета редколлегии:

Овчинников Виктор Николаевич - д.э.н., профессор, академик
(Южный федеральный университет, Россия)

Солодовников Сергей Юрьевич - д.э.н., профессор
(Белорусский национальный технический университет)

Виктор Александрович Сидоров - д.э.н., профессор,
(Кубанский государственный университет)

Шевченко Игорь Викторович - д.э.н., профессор (Кубанский
государственный университет)

Кусаинов Халел Хаймуллович - д.э.н., профессор, академик
(НААН Республика Казахстан)

Самандарзода Искандар Хаким - д.э.н., профессор
(Таджикистанский аграрный университет им. Ш.
Шотемура)

Гибатуллин Артур Артурович - к.э.н., доцент
(Национальный исследовательский университет
«Московский энергетический институт»)

Войнаш Сергей Александрович - научный сотрудник
(Российского университета дружбы народов имени
П.Лумумби)

Пуляева Валентина Николаевна - к.э.н., доцент
(Финансовый университет при Правительстве РФ)

Морковкин Дмитрий Евгеньевич - к.э.н., доцент
(Финансовый университет Правительство РФ)

Садриддинов Манучехр Исламиддинович - д.э.н.,
профессор (Национальная академия наук Республики
Таджикистан)

Перская Виктория Вадимовна - д.э.н., профессор
(Финансовый университет при Правительстве РФ)

Молчанов Игорь Николаевич - д.э.н., профессор (Московский
государственный университет имени М.В. Ломоносова)

Басова Мария Михайловна - д.э.н., профессор
(Финансового университета Российской Федерации)

Чупин Александр Леонидович - к.э.н. (Российского
университета дружбы народов имени П. Лумумби)

Незаймакин Валерий Николаевич - д.э.н., профессор (РГТУ)

Никонорова Алла Владимировна - к.э.н., доцент
(Финансового университета Российской Федерации)

Дмитриева Ольга Александровна - к.э.н., доцент
(Финансового университета Российской Федерации)

Швец Юрий Юрьевич - к.э.н., доцент (Институт проблем
управления РАН)

Колосова Елена Валерьевна - к.э.н., доцент (Российский
экономический университет имени Г.В. Плеханова)

Члены Совета редколлегии:

Гулямов Саидхорр Саидхмедович - д.э.н., профессор,
академик

Пардаев Мамаюнус Каршибоевич - д.э.н., профессор

Навруз-зода Бахтиёр Негматович - д.э.н., профессор

Хатамов Очилди Курбанович - д.э.н., профессор

Файзиева Ширин Шодмоновна - к.э.н., профессор

Жумаева Гулрух Журакуловна - к.э.н., профессор

Эгамбердиева Салима Раимовна - к.э.н., доцент

Еркаева Гулбахор Панжиевна - к.э.н., профессор

Якубова Шамина Шухратовна - д.э.н., (DSc), доцент

Амиркулов Шухрат Олимович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Самиева Гулноза Тохировна - д.ф.э.наук., (PhD), доцент

Алигулов Азамат Туйгунович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Аминов Фазлитдин Бахадирович - к.э.н., доцент

Хужакулова Нигора Рустамовна - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Туробов Шерзод Алишерович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Алимова Муниса Юльчиевна - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Эрашьева Насиба Рахматуллаевна - д.э.н., (DSc), доцент

Бобокулов Санжар Бахромкулович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Джалилов Рахмонкул Хамидович - д.ф.э., (PhD), доцент

Номазов Бахром Бобомуродович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Алимханова Нигора Алимхановна - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Джанузакон Мирзабек Кулмаматович - д.ф.э.н., (PhD),
доцент

Мухаммадиева Юлдуз Юсуповна - д.ф.э.н., (PhD)

Турсунова Азиза Хошимовна - д.ф.э.н., (PhD)

Холлиев Шерали Бахтиёрович - д.ф.э.н., (PhD)

Панджиев Самиджон Аликулич - PhD, доцент



**Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil
va audit**

**Accounting, economic analysis and
audit**

**Бухгалтерский учет,
экономический анализ и аудит**



MILLIY KOMPANIYALAR RAQOBATBARDOSHLIGINI TA'MINLASHGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR TAHLILI

Siddikov Anvarbek Mamasoliyevich

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНЫХ КОМПАНИЙ

Сиддиков Анварбек Мамасолиевич

ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING THE COMPETITIVENESS OF NATIONAL COMPANIES

Siddikov Anvarbek Mamasoliyevich

Received: April 6, 2026 Revised: April 8, 2026 Accepted: April 9, 2026 Published: May 1, 2026

Annotatsiya. Mazkur maqolada milliy kompaniyalar raqobatbardoshligini ta'minlashga ta'sir etuvchi asosiy omillar tahlil qilingan. Xususan, korxonalarning ichki va tashqi muhit omillari, ishlab chiqarish samaradorligi, innovatsion faoliyat, boshqaruv sifati, marketing strategiyasi, moliyaviy barqarorlik hamda investitsion jozibadorlik darajasining raqobatbardoshlikka ta'siri yoritilgan. Shuningdek, zamonaviy bozor sharoitida milliy kompaniyalar faoliyatini rivojlantirish va ularning raqobat ustunligini mustahkamlash bo'yicha ilmiy xulosa va amaliy takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar. milliy kompaniya, raqobatbardoshlik, raqobat ustunligi, iqtisodiy samaradorlik, innovatsiya, boshqaruv sifati, marketing strategiyasi, moliyaviy barqarorlik, investitsion jozibadorlik, bozor muhiti.

Аннотация. В данной статье проанализированы основные факторы, влияющие на обеспечение конкурентоспособности национальных компаний. В частности, раскрыто влияние внутренних и внешних факторов среды, производственной эффективности, инновационной активности, качества управления, маркетинговой стратегии, финансовой устойчивости и уровня инвестиционной привлекательности на конкурентоспособность предприятий. Кроме того, разработаны научные выводы и практические предложения по развитию деятельности национальных компаний и укреплению их конкурентных преимуществ в современных рыночных условиях.

Ключевые слова. национальная компания, конкурентоспособность, конкурентное преимущество, экономическая эффективность, инновация, качество управления, маркетинговая стратегия, финансовая устойчивость, инвестиционная привлекательность, рыночная среда.

Annotation. This article analyzes the main factors influencing the competitiveness of national companies. In particular, it examines the impact of internal and external environmental factors, production efficiency, innovative activity, quality of management, marketing strategy, financial stability, and investment attractiveness on the competitiveness of enterprises. The paper also develops scientific conclusions and practical recommendations for improving the performance of national companies and strengthening their competitive advantages in modern market conditions.

Keywords. national company, competitiveness, competitive advantage, economic efficiency, innovation, quality of management, marketing strategy, financial stability, investment attractiveness, market environment.

■ KIRISH

Jahon iqtisodiyotining shiddat bilan globallashuvi sharoitida integratsion jarayonlar tobora kuchayib, milliy iqtisodiyotlarning tashqi bozor bilan o'zaro bog'liqligini chuqurlashtirmoqda. Bu jarayon iqtisodiy o'sishni jadallashtirish, ilg'or texnologiyalarni joriy etish va

zamonaviy boshqaruv mexanizmlarini qo'llash imkonini bersa-da, ayni paytda tovar va xizmatlar sifati, narxi, innovatsion darajasi hamda brend qiymati asosida raqobatni keskinlashtirmoqda.

Mamlakatimizda ham tashqi savdo munosabatlarini rivojlantirish, makroiqtisodiy



barqarorlikni mustahkamlash va milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan keng ko'lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. Xususan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28-yanvardagi PF-60-son Farmoni bilan tasdiqlangan 2022–2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning Taraqqiyot strategiyasida eksportni kengaytirish, raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishni rag'batlantirish, ishlab chiqarishni modernizatsiya qilish, mahalliyashtirishni chuqurlashtirish hamda hududlarning iqtisodiy salohiyatini yuksaltirish muhim ustuvor vazifalar sifatida belgilangan[1].

Raqobat muhiti iqtisodiy taraqqiyotning muhim harakatlantiruvchi kuchi bo'lib, korxonalarni mahsulot sifatini oshirishga, xarajatlarni kamaytirishga, mehnat unumdorligini yuksaltirishga va bozor talablariga moslashishga undaydi. Bozorda ishlab chiqaruvchilar sonining ortishi xaridor uchun kurashni kuchaytiradi va bu korxonalardan o'z mahsulotlari hamda xizmatlarining raqobatbardoshligini muntazam ta'minlab borishni talab qiladi.

■ ADABIYOTLAR SHARHI

Milliy kompaniyalar raqobatbardoshligini ta'minlash masalasi iqtisodiy adabiyotlarda muhim ilmiy yo'nalishlardan biri sifatida o'rganilgan. M. Porter o'z tadqiqotlarida raqobat ustunligi va milliy kompaniyalarning bozordagi mavqeiga ta'sir etuvchi omillarni tizimli asosda yoritgan [2], [3]. A. Smit va D. Rikardo asarlarida erkin raqobat, mehnat taqsimoti va nisbiy ustunlik nazariyalari raqobatbardoshlikning nazariy asoslari sifatida talqin etilgan [4]. A. Tompson va A. J. Striklend kompaniya muvaffaqiyatini strategik boshqaruv, resurslardan samarali foydalanish va bozordagi moslashuvchanlik bilan izohlaydi [5]. F. Kotler esa marketing strategiyasi, iste'molchi ehtiyojini o'rganish va bozorda to'g'ri pozitsiyalashuv raqobatbardoshlikni oshiruvchi muhim omillar ekanini ta'kidlaydi [6]. Shunday qilib, ilmiy manbalar tahlili milliy kompaniyalar raqobatbardoshligi ishlab chiqarish samaradorligi, strategik boshqaruv, marketing va bozor omillari bilan chambarchas bog'liq ekanligini ko'rsatadi.

■ TADQIQOT METODOLOGIYASI

Mazkur tadqiqotda milliy kompaniyalar raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi omillarni o'rganishda tizimli yondashuvdan foydalanildi. Tadqiqot jarayonida ilmiy abstraksiya, tahlil va sintez, qiyosiy tahlil, statistik tahlil hamda guruhlash usullari qo'llanildi. Ushbu usullar orqali raqobatbardoshlikka ta'sir etuvchi iqtisodiy, tashkiliy, moliyaviy va bozor omillari tahlil qilindi. Shuningdek, mahalliy va xorijiy olimlarning ilmiy qarashlari o'rganilib, umumlashtirildi. Tadqiqot natijalari asosida milliy kompaniyalar raqobatbardoshligini oshirishga doir ilmiy xulosa va amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

■ TAHLIL VA NATIJALAR

Ilmiy jihatdan raqobatbardoshlik – bu korxonaning bozordagi o'xshash subyektlarga nisbatan iste'molchilar ehtiyojini samaraliroq qondirish, raqobat bosimiga bardosh berish va barqaror ustunliklarni shakllantirish qobiliyatidir. U faqat mahsulot sifati yoki narxi bilan emas, balki korxonaning texnologik darajasi, boshqaruv sifati, moliyaviy barqarorligi, innovatsion salohiyati, marketing samaradorligi va bozor talablariga moslashuvchanligi bilan ham belgilanadi.

Qayta ishlash sanoati korxonalari misolida raqobatbardoshlikni uchta asosiy omillar guruhi orqali baholash mumkin: texnik-texnologik, tashkiliy-iqtisodiy va ijtimoiy. Texnik-texnologik omillarga mahsulot sifati, xavfsizligi, standartlarga muvofiqligi va ishlab chiqarish texnologiyalarining zamonaviyligi kiradi. Tashkiliy-iqtisodiy omillar tannarx, narx siyosati, logistika, boshqaruv va marketing xarajatlarini qamrab oladi. Ijtimoiy omillar esa ekologik talablar, ijtimoiy mas'uliyat va iste'molchi bilan aloqalar samaradorligi bilan tavsiflanadi.

Korxona raqobatbardoshligini baholashda faqat ichki ishlab chiqarish ko'rsatkichlari bilan cheklanib qolish etarli emas. Uning tashqi bozordagi o'zgarishlarga moslashuvchanligi, xorijiy talabni o'rganish darajasi, eksport geografiyasini kengaytirish imkoniyati va xalqaro standartlarga mos mahsulot ishlab chiqarish salohiyati ham muhim ahamiyatga ega. Shu ma'noda, eksport salohiyati korxonaning raqobat salohiyatining amaliy ifodasi hisoblanadi (1-jadval).

1-jadval

Mahsulotlar bozorining ta'minlanganlik darajasiga ko'ra qo'llaniladigan strategiya variantlari [7]

Bozorning mahsulot bilan ta'minlanganlik darajasi / strategiya variantlari	Tanqislik, talabning taklifdan ortiqqligi	Talab va taklif o'rtasidagi nisbiy muvozanat	Taklif bozori (taklifning talabdan ortiqqligi)
Mahsulot ishlab chiqarish strategiyasi	Songa asoslangan	Sifatga asoslangan	Raqobatga asoslangan
Biznesni tashkil etishdagi yondashuvlar	E'tibor markazida ishlab chiqarish	E'tibor markazida mahsulot	E'tibor markazida iste'molchi
Mahsulotni iste'molchiga etkazish bo'yicha faoliyat	Mahsulotni taqsimlash va ta'minlash	Savdo (mahsulot ayirboshlash)	Marketing (bozor va ishlab chiqarishni tashkil etish vositasi sifatida)

Jadvalda mahsulot bozorining ta'minlanganlik darajasiga qarab qo'llaniladigan strategiyalar aks

ettirilgan. Unga ko'ra, bozorda mahsulot tanqis bo'lsa, asosiy e'tibor ishlab chiqarish hajmini oshirishga



qaratiladi. Talab va taklif o'rtasida muvozanat mavjud sharoitda sifat omili ustuvor ahamiyat kasb etadi. Taklif talabdan ortiq bo'lgan bozorda esa raqobat kuchayib, iste'molchiga yo'naltirilgan marketing strategiyalari hal qiluvchi omilga aylanadi. Demak, bozor rivojlanishi bilan strategik yondashuvlar ishlab chiqarishdan sifatga, undan esa marketing va raqobatga yo'nalib boradi.

Bundan kelib chiqadiki, sanoat korxonasi va uning mahsulotlari raqobat salohiyati asosida shakllanadi hamda tashqi bozorda mavjud raqobat ustunliklari hisobiga ularning joriy raqobatbardoshlik darajasi salohiyat darajasigacha etishi mumkin. Agar muayyan raqobat muhitida mavjud salohiyatdan to'liq foydalanilgan taqdirda ham korxona yoki uning mahsulotlari raqobatbardoshligi talab darajasida bo'lmasa, avvalo raqobat salohiyatini oshirish va uni ro'yobga chiqarishga qaratilgan chora-tadbirlarni ishlab chiqish zarur bo'ladi.

Qayta ishlash korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish, eng avvalo, mahsulot sifati va nomenklaturasini kengaytirishga xizmat qiluvchi samarali boshqaruv tizimi orqali ta'minlanadi. Bunda optimal strategiyani tanlash mahsulot bozorining ta'minlanganlik darajasiga bevosita bog'liq. Jahon amaliyoti shuni ko'rsatadiki, raqobatdoshlikka erishish va tashqi bozorlarga chiqish iqtisodiyotni izchil isloh qilish, tarkibiy o'zgartirishlarni chuqurlashtirish, ishlab chiqarishni diversifikatsiya qilish, yuqori texnologiyali tarmoqlarni rivojlantirish hamda mavjud quvvatlarni modernizatsiya qilish orqali amalga oshiriladi.

Mamlakatimizda ham ushbu yo'nalishda keng ko'lamli ishlar olib borilmoqda. Tashqi bozorlarda muvaffaqiyatli ishtirok etish uchun texnik jihatdan tartibga solish tizimini xalqaro standartlarga moslashtirish, sifatli va sertifikatlangan mahsulotlarni milliy brend ostida eksport qilish muhim ahamiyat kasb etadi. Bu esa ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, mahsulot sifatini yaxshilash va korxonalarning eksport salohiyatini mustahkamlashni talab etadi.

Milliy iqtisodiyot ishlab chiqarish tarkibining shakllanishida mamlakatning geografik o'rni, tabiiy resurslari, mehnat, moliyaviy va ilmiy-texnik salohiyati muhim rol o'ynaydi. Mavjud imkoniyatlardan kelib chiqib, iqtisodiyotning hududiy ixtisoslashuvi shakllanadi va ichki hamda tashqi talabga mos samarali ishlab chiqarish yo'nalishlari tanlanadi. Shu asosda xaridor talabiga ega mahsulot ishlab chiqarish yo'lga qo'yiladi. Biroq bozorda mahsulot taklifining ortib ketishi mavjud segmentning to'yinishiga, raqobatning kuchayishiga va daromad o'sishining sekinlashishiga olib keladi. Shu bois korxona oldida doimiy ravishda daromadli mahsulot ishlab chiqarishni davom ettirish va uning ko'lamini kengaytirish vazifasi turadi.

Bunday sharoitda ishlab chiqaruvchi bir turdagi mahsulotdan olinmayotgan daromadni yangi mahsulot turlarini o'zlashtirish hisobiga qoplashga intiladi. Demak, ishlab chiqarishni diversifikatsiya qilmasdan turib, tashqi bozorga chiqish, eksport dasturlarini amalga oshirish, valyuta tushumlarini ko'paytirish, yangi ish o'rinlari yaratish va yuqori texnologiyali ishlab chiqarishni tashkil etish mushkul. Shu sababli

raqobatdoshlikning muhim yo'nalishlaridan biri raqobatchilar mahsulotlariga o'xshash yoki ulardan ustun yangi mahsulot turlarini ishlab chiqarishni o'zlashtirish hisoblanadi.

O'zgaruvchan bozor kon'yunkturasiga moslashish uchun korxonalarda boshqaruv tizimini takomillashtirish zarur. Bunda moliyaviy nazoratni, ayniqsa byudjet nazoratini kuchaytirish, boshqaruvni markazdan qochirish va tashqi muhit bilan aloqalar uchun mas'uliyatni quyi bo'g'inlarga o'tkazish muhim hisoblanadi. Iste'molchiga yo'naltirilgan mustaqil bo'linmalarni shakllantirish esa mahsulot assortimentini tezkor diversifikatsiya qilish va qulay bozor segmentlarini izlash imkonini beradi.

Iqtisodiy adabiyotlarda yangi faoliyat yo'nalishini tanlash yoki mahsulotning yangi turini yaratish bilan bog'liq jarayon diversifikatsiya sifatida talqin qilinadi. Diversifikatsiya korxona faoliyat yo'nalishlari va mahsulot turlarining kengayishi, yangilanib borishi, shuningdek texnologik jihatdan o'zaro bog'liq bo'lmagan ishlab chiqarish turlarining bir vaqtda rivojlanishini anglatadi. Shu jihatdan diversifikatsiya korxona strategiyasini o'zgartirish va raqobatbardoshlikni oshirishning muhim vositalaridan biri hisoblanadi.

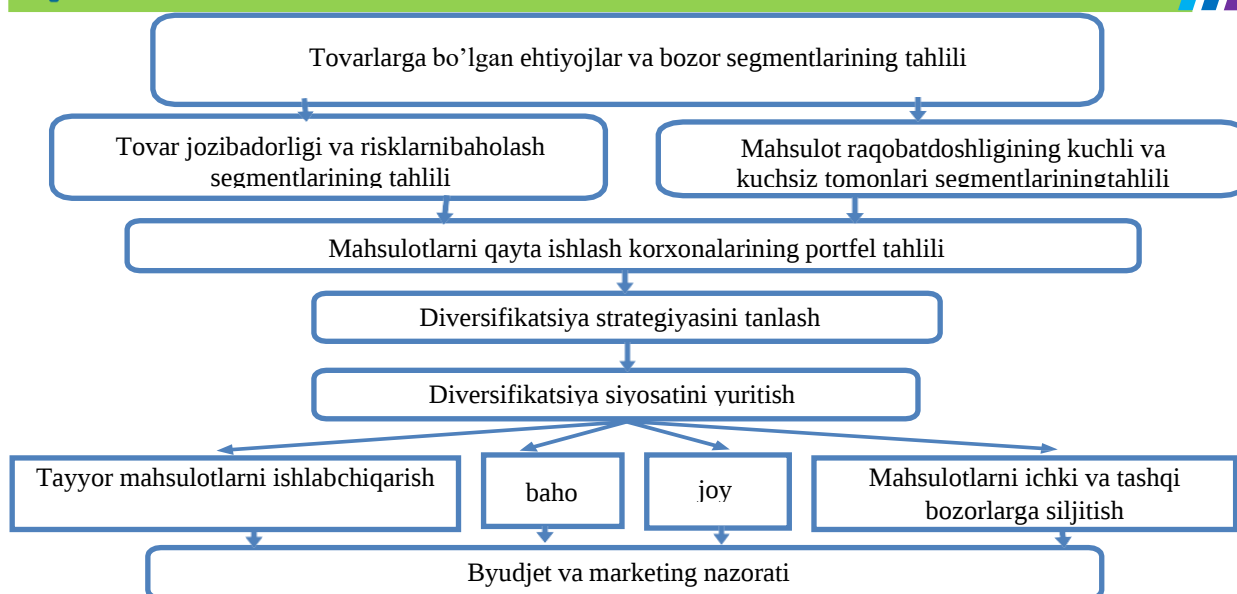
Olib borilgan tadqiqotlar natijasida ishlab chiqarishni diversifikatsiyalashni uchta asosiy yo'nalish bo'yicha tasniflash maqsadga muvofiq deb topildi.

Birinchidan, ishlab chiqarish faoliyatini kengaytirish doirasida asosiy faoliyatga bevosita tegishli bo'lmagan yangi mahsulotlarni ishlab chiqarish, mavjud korxona bazasida yangi mahsulot turlarini o'zlashtirish, mahsulot assortimentini kengaytirish hamda o'zaro bog'liq bo'lmagan mahsulotlar ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish nazarda tutiladi.

Ikkinchidan, yangi faoliyat turlarini o'zlashtirish yo'nalishi bir vaqtning o'zida bir nechta o'zaro bog'liq bo'lmagan ishlab chiqarish faoliyatini tashkil etish, tijorat risklarini kamaytirish maqsadida moliyaviy resurslarni turli qimmatli qog'ozlarga yo'naltirish, yangi bozorlarni egallash, yangi korxonalar bilan sheriklik aloqalarini rivojlantirish hamda xo'jalik faoliyatining mustaqil turlarini yuritishni qamrab oladi.

Uchinchidan, kapitalning jamlanishi va kengaytirilishi kapital tarkibini o'zgartirish va kengaytirish, korxona tarkibida yangi bo'linmalar hamda yangi korxonalarni tashkil etish, shuningdek boshqa tarmoq korxonalari bilan kapitalni birlashtirish orqali namoyon bo'ladi.

Ilmiy izlanishlar shuni ko'rsatadiki, diversifikatsiya siyosati marketing siyosati kontseptsiyasi asosida korxonaning raqobatdoshlik strategiyasini izlash hisoblanadi. Demak, tarmoq korxonalari diversifikatsiya siyosatini boshqarishga marketing orqali yondashilib, u asosan, ishlab chiqaruvchi hamda iste'molchi nuqtai nazaridan o'rganiladi. Diversifikatsiya siyosati o'z navbatida uning strategiyani ishlab chiqishni, bozorni tahlil qilish va marketingni o'z ichiga oluvchi bir nechta bosqichlardan iboratdir (1-rasm).



1- rasm. Qayta ishlash korxonalarida diversifikatsiya siyosatini amalga oshirishning ko'p bosqichli umumiy algoritmi

Diversifikatsiya siyosatining asosiy shakllari qatoriga strategik va tezkor siyosatlar kiradi. Diversifikatsiya strategiyasi hamda uning yakunda korxona raqobatbardoshlik darajasiga ta'sir ko'rsatuvchi omillarini 2-jadvalda keltirilganidek tizimli ravishda tasniflash mumkin. Bizning nazarimizda, omillarning mazkur tasnifi tasnifiy belgilarining deyarli barcha asosiy yo'nalishlarini, xususan, texnik, iqtisodiy, texnologik, ijtimoiy, tashkiliy va ekologik jihatlarni qamrab oladi. Shundan kelib chiqib, neftni qayta ishlash korxonalarida diversifikatsiya siyosatiga ta'sir etuvchi omillarning ta'sir kuchini baholashda aynan ushbu tizimli tasnifda keltirilgan jihatlarga tayanish maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz.

Jadvalda korxona raqobatdoshligiga ta'sir etuvchi omillar kelib chiqish manbai, tabiati, ta'sir muddati, namoyon bo'lish shakli, yo'nalishi va iqtisodiy mazmuniga ko'ra tizimlashtirilgan. Mazkur tasnif

omillarni kompleks baholash, ularning o'zaro bog'liqligini aniqlash hamda boshqaruv qarorlarini ishlab chiqishda metodik asos bo'lib xizmat qiladi.

Bozor muhitida faoliyat yuritayotgan korxonalarning diversifikatsiya faoliyati nazariy asoslariga bag'ishlangan ilmiy adabiyotlarni o'rganish natijasida, neftni qayta ishlash sohasida faoliyat yurituvchi xo'jalik subyektlarining raqobat ustunliklariga ta'sir etuvchi omillarni o'zaro qarama-qarshi ikki yo'nalish bo'yicha tasniflash maqsadga muvofiq, degan xulosaga keldik. O'z navbatida, tizim nuqtayi nazaridan bunday omillarni ichki va tashqi omillar sifatida ham ko'rib chiqish mumkin. Ushbu ikki guruh omillarining o'zaro ta'siri qanchalik mutanosib bo'lsa, korxonaning raqobat ustunligi shunchalik kuchayadi; aksincha, ular bir-birini inkor etgan holatda salbiy ta'sir yuzaga keladi.

2-jadval

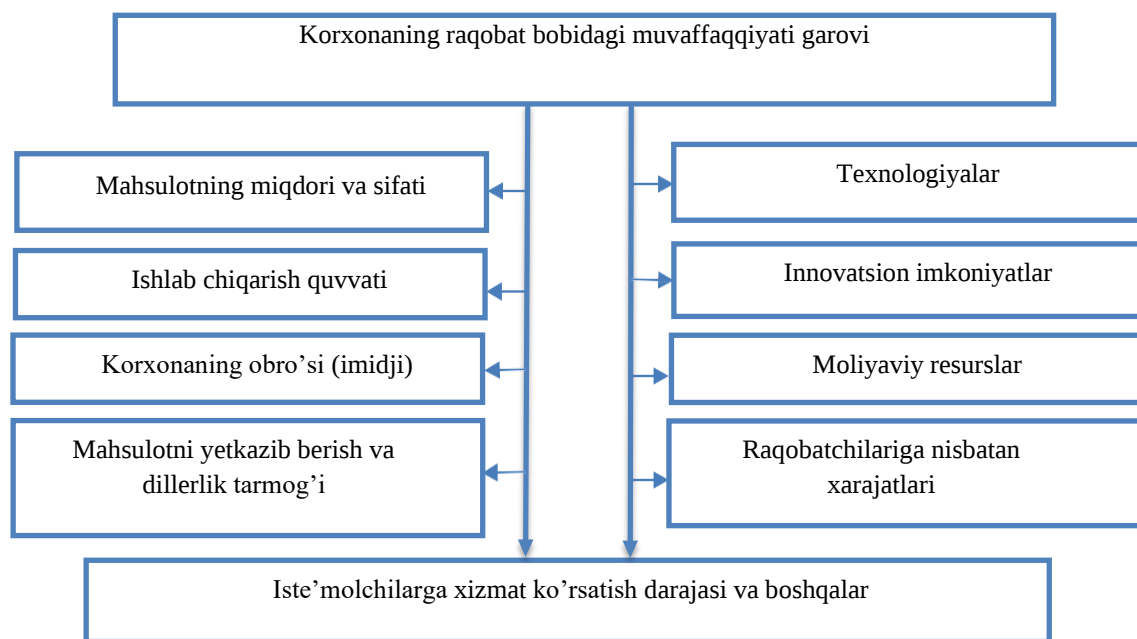
Korxona raqobatdoshlik omillari tasnifi [8]

t/r	Tasnifiy belgi	Omillar sinfi
1	Kelib chiqish manbaiga ko'ra	tashqi omillar (tashqi muhit omillari); ichki omillar (korxonaning ichki muhiti omillari)
2	Tabiatiga ko'ra	ilmiy-texnikaviy; tashkiliy-iqtisodiy; ijtimoiy-psixologik; ekologik; siyosiy
3	Ta'sir ko'rsatish muddatiga ko'ra	doimiy; vaqtinchalik (mavsumiy); oniy
4	Namoyon bo'lish xarakteriga ko'ra	davriy (tsiklik); nodavriy
5	Ta'sir etish xarakteriga ko'ra	yo'naltiruvchi; tasodifiy
6	Ta'sir etish yo'nalishiga ko'ra	rag'batlantiruvchi; cheklovchi (to'sqinlik qiluvchi)
7	Tartibga solish imkoniyatiga ko'ra	tartibga solinuvchi; tartibga solinmaydigan
8	Omillarning o'zaro ta'siri xarakteriga ko'ra	mustaqil omillar; o'zaro bog'liq omillar
9	Ichki tuzilmasiga ko'ra	alohida omillar; kompleks omillar
10	Vujudga kelish xarakteriga ko'ra	birlamchi omillar; hosilaviy omillar
11	Foydalilik darajasiga ko'ra	foydali; neytral; zararli; bir-birini to'ldiruvchi omillar
12	Raqobatdoshlikni ta'minlashdagi o'rniga ko'ra	bosh omillar; asosiy omillar; yordamchi omillar



M. Porter raqobatdoshlik omillarini korxonaning raqobat ustunligi bilan bevosita bog'liq holda talqin etib, ularni bir necha yirik guruhlariga ajratgan. Uning ta'kidlashicha, korxonaning ichki va tashqi bozordagi raqobat ustunligi, avvalo, korxona joylashgan mamlakatda shakllangan shart-sharoitlarga yuqori darajada bog'liq bo'ladi. Jumladan, ishchi kuchi resurslarining mavjudligi, tabiiy resurslarning etariligi, davlatning mahalliy korxonalarga nisbatan proteksionistik siyosati, korxonalarni boshqarish amaliyotidagi farqlar va boshqa omillar muhim ahamiyat kasb etadi. Biroq M. Porterning qayd etishicha [9], mazkur omillarning hech biri alohida holda korxonaning raqobatdagi muvaffaqiyatini to'liq belgilab bera olmaydi. Demak, korxona raqobatbardoshligi turli omillarning o'zaro uyg'unlashuvi va kompleks ta'siri natijasida shakllanadi.

Uning yondashuviga ko'ra, raqobatdoshlik resurslardan foydalanish samaradorligi tamoyiliga asoslanadi va ushbu tamoyil korxona mikroiqtisodiy darajasida ham, milliy iqtisodiyot makroiqtisodiy darajasida ham bir xil ahamiyat kasb etadi. Artur A. Tompson va A. J. Striklend [10] korxonaning raqobat kurashidagi muvaffaqiyatini belgilovchi omillar sifatida moliyaviy barqarorlik, ilmiy-tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlari uchun yaratilgan sharoitlar, ilg'or texnologiyalar, savdo infratuzilmasi, malakali kadrlar, narx va mahsulot parametrlarini moslashtirish qobiliyati, texnik xizmat ko'rsatish darajasi, kreditlash imkoniyatlari, reklama vositalarining samaradorligi, axborot ta'minoti hamda xaridorlar to'lovga layoqatlilikini alohida qayd etadilar(2-rasm).



2- rasm. Korxonaning raqobat bobidagi muvaffaqiyati garovi³⁹

Shuningdek, diversifikatsiya siyosatining tarkibiy unsurlaridan biri bo'lgan oqilona baho siyosati korxonaning raqobat ustunligini mustahkamlashda muhim o'rin tutadi. U resurs tejamlorligini ta'minlash, ishlab chiqarish hajmini kengaytirish hamda mahsulot tannarxini pasaytirgan holda assortiment va ishlab chiqarish ko'lamini oshirish imkonini beradi. Natijada baho raqobatbardoshlikka ijobiy ta'sir etuvchi hosilaviy omil sifatida yuzaga chiqadi.

Shu asosda, qayta ishlash korxonalarining marketing siyosatiga ta'sir etuvchi tashqi va ichki omillarni tizimli ravishda guruhlash maqsadga muvofiqdir. Negaki, ishlab chiqarish faoliyatini diversifikatsiyalashsiz korxonaning uzoq muddatli barqaror o'sishini ta'minlash mushkul. Shu bois diversifikatsiya strategiyasi bozor kon'yunkturasi va iste'molchilar talabi dinamikasiga mos ravishda

muntazam ravishda yangilanib va takomillashtirilib borilishi zarur.

■ XULOSA VA TAKLIFLAR

Xulosa qilib aytganda, korxonalarda diversifikatsiya siyosatini samarali shakllantirish va amalga oshirish raqobatbardoshlikni oshirishning muhim omillaridan biri hisoblanadi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, neftni qayta ishlash korxonalarining raqobat ustunligi ichki va tashqi omillarning o'zaro uyg'un ta'siri asosida shakllanadi. Mazkur omillarning mutanosibli korxona faoliyati samaradorligini oshirsa, ularning nomuvofiqligi raqobat pozitsiyalarining zaiflashishiga olib keladi. Shuningdek, diversifikatsiya jarayonida baho siyosatini to'g'ri yuritish, resurs tejamlorligini ta'minlash, ishlab chiqarish hajmi va assortimentini kengaytirish, ilg'or texnologiyalarni joriy etish, marketing faoliyatini takomillashtirish hamda bozor talabiga moslashuvchan boshqaruvni yo'lga qo'yish korxonaning uzoq muddatli raqobat ustunligini

³⁹ Manba: A.A.Tompson va A.J.Striklend fikrlari asosida muallif ishlanmasi



ta'minlaydi. Shu bois, qayta ishlash korxonalarida diversifikatsiya strategiyasini muntazam ravishda yangilab borish, uni bozor kon'yunkturasi, iste'molchilar talabi va tashqi iqtisodiy muhitdagi o'zgarishlarga moslashtirish zarur.

Muallif (lar) haqida / Сведения об авторе / Author details

Siddikov Anvarbek Mamasoliyevich – University of Business and Science “Moliya” kafedrasida katta o'qituvchisi / Сиддигов Анварбек Мамасолиевич – старший преподаватель кафедры «Финансы» Университета бизнеса и науки / Senior Lecturer of the Department of Finance, University of Business and Science.

E-mail: anvarbek_siddiqov@mail.ru

ORCID: 0009-0007-1006-4832

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yhati

[1] O'zbekiston Respublikasi Prezidenti. 2022–2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida: PF-60-son Farmon, 2022-yil 28 yanvar.

[2] Porter, M. E. *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance* / M. E. Porter. — New York : Free Press, 1985. — 557 p.

[3] Porter, M. E. *The competitive advantage of nations* / M. E. Porter. — New York : Free Press, 1990. — 855 p.

[4] Smith, A. *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations* / A. Smith. — London : W. Strahan and T. Cadell, 1776.

[5] Thompson, A. A. *Strategic management: concepts and cases* / A. A. Thompson, A. J. Strickland. — New York : McGraw-Hill, 2003.

[6] Kotler, Ph. *Marketing management* / Ph. Kotler. — New Jersey : Prentice Hall, 2012.

[7] Xalilov N.X. Sanoat korxonalarida mahsulot sifati va raqobatdoshligini oshirishning metodologik masalalari. // “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnal. - 2015. - № 1, yanvar-fevral.

[8] Иванов Ю.Б., Тищенко А.Н., Дробитько Н.А., Головки О.С. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия. Монография. – Харьков, ХГЭУ – Торнадо, 2003. – 329 с.

[9] Porter M. E. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. — New York: Free Press, 1985. - 557 p.

[10] Thompson A. A., Strickland A. J. *Strategic Management: Concepts and Cases*. - Boston: McGraw-Hill, 1998. - 896 p.



INNOVATION
IQTISODIYOT
ILMIY-AMALIY ELEKTRON
JURNAL

ISSN: 3030-315X



t.me/kstu_uz



Qarshi shahri,
Mustaqillik ko'chasi 225



www.kstu.uz
www.ojs.kstu.uz