



KORXONALARDA MAHSULOT RAQOBATBARDOSHLIGINI BOSHQARISH AMALIYOTIGA BAG'ISHLANGAN ILMIY-NAZARIY QARASHLAR TAHLILI

Ikromov Axmadjon Shavkat o'g'li

O'zbekiston Milliy universiteti

“Ekonometrika va iqtisodiy modellashtirish” kafedrası

tayanch doktoranti

E-mail: ikromvakhmadjon@gmail.com

Tel: +998 93 475 27 96

Kirish (Muammo va ahamiyati): Zamonaviy bozor sharoitida korxonalarining raqobatbardoshligi ularning barqarorligini belgilovchi asosiy omil hisoblanadi. Raqobatbardosh mahsulotlar yaratish va ularni samarali boshqarish strategiyalari ilmiy tadqiqotlar va nazariy modellar asosida shakllantiriladi. Bu tezisda raqobatbardoshlikni boshqarishga oid asosiy nazariyalar, ularning amaliy qo'llanilishi va zamonaviy tendensiyalar tahlil qilinadi.

1. Raqobatbardoshlikning nazariy asoslari

1.1. Klassik nazariyalar:

- **M. Porterning "Raqobat ustunligi" nazariyasi:**
 - Korxonalar raqobatbardoshligi 5 kuch modeli (yetkazib beruvchilar, xaridorlar, yangi raqobatchilar, almashtiruvchi mahsulotlar, mavjud raqobat) orqali tahlil qilinadi.
 - Qiymat zanjiri tahlili: Samaradorlikni oshirish orqali raqobat ustunligini yaratish.
- **Resursga asoslangan nazariya (RBV):**
 - Korxonaning noyob resurslari (texnologiya, brend, inson kapitali) raqobatbardoshligining asosi hisoblanadi.

1.2. Zamonaviy yondashuvlar:

- **Dinamik qobiliyatlar nazariyasi (Teece, 1997):**
 - Bozor o'zgarishlariga tez moslasha olish, innovatsiyalarni integratsiyalash raqobatbardoshlikni saqlaydi.
- **"Ko'k okean" strategiyasi (Chan Kim, 2005):**
 - Raqobatsiz bozor segmentlarini egallash orqali yangi talablar yaratish.



2. Raqobatbardoshlikni boshqarishning asosiy tamoyillari

- **Differensiallash (farqlanish):**
 - Mahsulotning sifati, dizayni yoki qo‘shimcha xizmatlar orqali raqobatchilardan ajralib turish.
- **Narx yetakchiligi:**
 - Xarajatlarni optimallashtirish va massaviy ishlab chiqarish orqali past narxlarni taklif qilish.
- **Fokuslash (segmentlash):**
 - Maxsus bozor segmentlariga yo‘naltirilgan strategiyalar (masalan, organik mahsulotlar bozori).

3. Raqobatbardoshlikni baholashning nazariy modellari

- **PESTEL tahlili:**
 - Siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy, texnologik, ekologik va huquqiy omillarni hisobga olgan holda strategik rejalashtirish.
- **BCG matritsasi:**
 - Mahsulotlarni "yulduz", "savol belgisi", "sigir" va "it" kategoriyalariga bo‘lib, ularga resurslarni samarali taqsimlash.
- **Balanslangan ko‘rsatkichlar tizimi (BSC):**
 - Moliyaviy, mijozlar, ichki jarayonlar va o‘rganish/o‘sish ko‘rsatkichlarini integratsiyalash.

4. Raqobatbardoshlikni boshqarishdagi zamonaviy tendensiyalar

- **Raqamli transformatsiya:**
 - AI, IoT va katta ma’lumotlar tahlili orqali mijozlar xatti-harakatlarini bashorat qilish.
 - **Misol:** Amazonning dinamik narxlar strategiyasi.
- **Barqarorlik va ESG (Ekologik, Ijtimoiy, Boshqaruv) mezonlari:**
 - Atrof-muhitga ta’sirni kamaytirish va ijtimoiy mas’uliyatni raqobatbardoshlik elementi sifatida ko‘rsatish.
- **Glokalizatsiya:**
 - Global standartlar bilan mahalliy bozor talablarini uyg‘unlashtirish (masalan, McDonald’sning mahalliy menyuga moslashuvi).

5. Amaliyotda qo‘llaniladigan nazariy muammolar

- **Nazariya va amaliyotning nomuvofiqligi:**
 - Dinamik bozor sharoitida klassik modellar (masalan, Porter) etarli emasligi.
- **Innovatsiyalarni boshqarish qiyinchiliklari:**
 - Yangi texnologiyalarni joriy etishda resurslar yetishmasligi yoki tashkiliy qarshiliklar.
- **Xalqaro standartlarning murakkabligi:**



- Turli mamlakatlarning sertifikatlash talablari (masalan, FDA, ISO) bilan moslashuvchanlik.

6. Ilmiy tadqiqotlar yoʻnalishlari

- **Raqobatbardoshlikni kognitiv tahlil:**
 - Mijozlarning psixologik omillari (masalan, brendga ishonch) va ularning raqobatga taʼsiri.
- **AI asosidagi raqobat strategiyalari:**
 - Sunʼiy intellekt yordamida bozor trendlarini avtomatik bashorat qilish.
- **Halal/iqtisodiy barqarorlik modeli:**
 - Islomiy iqtisodiyot tamoyillari asosida raqobatbardosh mahsulotlarni ishlab chiqish.

Xulosa (nazariy takliflar):

1. Raqobatbardoshlikni boshqarishda **integratsiyalashgan yondashuv** qoʻllash zarur: klassik nazariyalarni zamonaviy texnologiyalar va barqarorlik mezonlari bilan uygʻunlashtirish.
2. **Dinamik adaptatsiya:** Bozor oʻzgarishlariga tez reaksiya koʻrsatadigan egiluvchan tizimlarni yaratish.
3. **Mijoz markazlilik:** Raqobatbardoshlikni faqat narx yoki sifat emas, balki mijoz tajribasi va sodiqligi orqali shakllantirish.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. Journal of Management.
2. Chen, Y., & Zhang, Z. J. (2009). Dynamic Pricing in Electronic Commerce. Foundations and Trends® in Marketing.
3. Eccles, R. G., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014). The Impact of Corporate Sustainability on Organizational Processes and Performance. Management Science.
4. Grant, R. M. (2021). Contemporary Strategy Analysis (10th ed.). Wiley.
5. Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The Balanced Scorecard: Measures That Drive Performance. Harvard Business Review.
6. Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005). Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant. Harvard Business Review Press.
7. Nestlé (2022). Nestlé in Society: Sustainability Report. Nestlé S.A.
8. Porter, M. E. (1985). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press.
9. Prahalad, C. K., & Hart, S. L. (2002). The Fortune at the Bottom of the Pyramid. Strategy+Business.
10. Teece, D. J. (1997). Dynamic Capabilities and Strategic Management. Strategic Management Journal