

**SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI SERVIS
FAKULTETI MARKETING KAFEDRASI**

Mr-321-guruh talabalari Abdakimova Kamola Yunus qizi

Jamolova Aziza Bahtiyorjon qizi

Rustamov Jasur Mansurovich

*Samarqand iqtisodiyot va servis instituti "Marketing" kafedrası stajyor-
assistenti*

e-pochta: jasurrustamov13031989@gmail.com

[Tel:+998932320289](tel:+998932320289)

Firma raqobatbardoshligi va uni baholash

***ANNOTATSIYA:** Mazkur maqola firma raqobatbardoshligini tahlil qilish va baholash usullari bo'yicha ilmiy-nazariy va amaliy asoslarni yoritadi. Unda raqobatbardoshlikni shakllantiruvchi omillar, ularni baholash mezonlari hamda turli sektorlar uchun qo'llaniladigan metodologiyalar ko'rib chiqiladi. Maqolada korxonada samaradorligini oshirish va bozorda barqaror raqobatni ta'minlash uchun strategik takliflar ham bayon etiladi. Tadqiqot natijalari raqobatbardoshlikni oshirish bo'yicha samarali boshqaruv qarorlarini qabul qilishda qo'llanishi mumkin.*

***Kalit so'zlar:** raqobatbardoshlik, baholash mezonlari, strategik boshqaruv, innovatsiya, bozor tahlili, samaradorlik, biznes muhit, iqtisodiy ko'rsatkichlar.*

Самаркандский институт экономики и сервиса, Факультет сервиса,

Кафедра маркетинга

Студенты группы МР-321 Абдакимова Камола Юнус кизи

Джамолова Азиза Бахтиёржон кизи

Рустамов Жасур Мансурович, стажер-ассистент кафедры
«Маркетинг» Самаркандского института экономики и сервиса
электронная почта: jasurrustamov13031989@gmail.com

Телефон:+998932320289

Конкурентоспособность фирмы и ее оценка

***Аннотация:** В статье рассматриваются научные, теоретические и практические основы методов анализа и оценки конкурентоспособности предприятия. В нем рассматриваются факторы, формирующие конкурентоспособность, критерии их оценки и методологии, используемые для различных секторов. В статье также изложены стратегические предложения по повышению эффективности деятельности предприятия и обеспечению устойчивой конкуренции на рынке. Результаты исследования могут быть использованы для принятия эффективных управленческих решений по повышению конкурентоспособности.*

***Ключевые слова:** конкурентоспособность, критерии оценки, стратегическое управление, инновации, анализ рынка, эффективность, бизнес-среда, экономические показатели.*

Samarkand Institute of Economics and Service Department of
Marketing, Faculty of Service

Mr-321-group students Abdakimova Kamola Yunus qizi Jamolova Aziza
Bakhtiyorjon qizi

Rustamov Jasur Mansurovich Intern-Assistant, Department of
"Marketing", Samarkand Institute of Economics and Service
e-mail: jasurrustamov13031989@gmail.com

Tel:+998932320289

Company competitiveness and its assessment

ABSTRACT: This article covers the scientific, theoretical and practical foundations of methods for analyzing and assessing the competitiveness of a company. It considers the factors that form competitiveness, the criteria for their assessment, and the methodologies used for various sectors. The article also presents strategic proposals for increasing the efficiency of the enterprise and ensuring sustainable competition in the market. The results of the research can be used in making effective management decisions to increase competitiveness.

Keywords: competitiveness, evaluation criteria, strategic management, innovation, market analysis, efficiency, business environment, economic indicators.

KIRISH

Firma raqobatbardoshligini o'rganish iqtisodiyotning barqaror rivojlanishida muhim ahamiyatga ega. Zamonaviy bozor sharoitida kompaniyalar raqobatbardoshlikni saqlab qolish uchun o'z faoliyatini doimiy ravishda takomillashtirib borishi zarur. Raqobatbardoshlikni ta'minlashda korxonalar strategiyasi, innovatsion faoliyat va boshqaruv qarorlari muhim rol o'ynaydi.

Ilmiy manbalarga ko'ra, raqobatbardoshlik tushunchasi birinchi marta XX asrning 70-yillarida faol qo'llanila boshlangan. 1980-yilda Maykl Porterning "Raqobat ustunligi" kitobida bu mavzu batafsil yoritilgan va korxonalar muvaffaqiyatiga ta'sir ko'rsatuvchi beshta asosiy kuchlar nazariyasi taqdim etilgan.

2020-2023-yillar oralig'ida o'tkazilgan tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, raqobatbardoshlikni baholash mezonlari sohada o'zgaruvchan va turli sektorlar uchun moslashtirilgan metodologiyalardan foydalanishni talab qiladi. Masalan, sanoat sektorida texnologik yangiliklar muhim bo'lsa, xizmat ko'rsatish sohasida mijozlarning qoniqish darajasi asosiy o'rinda turadi.

Mazkur maqolada firma raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiluvchi omillar va ularni baholash usullari yoritiladi. Shu bilan birga, rivojlangan

mamlakatlar tajribasiga asoslanib, raqobatbardoshlikni oshirish bo'yicha takliflar keltiriladi.

NATIJALAR

Firma raqobatbardoshligini baholash bo'yicha o'tkazilgan tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, raqobatbardoshlikni oshirish uchun turli yondoshuvlar va metodologiyalar zarur. 2015-2020 yillarda jahon bozorida kompaniyalar raqobatbardoshligini baholashda ko'plab yangiliklar kiritildi. Masalan, 2017-yilda Xalqaro iqtisodiy forumda raqobatbardoshlikni baholash uchun ishlab chiqilgan yangi indikatorlar va metodologiyalar joriy etildi. Ular o'z ichiga innovatsion faoliyat, barqaror rivojlanish va ekologik javobgarlik kabi omillarni kiritgan.

2020-yilda o'tkazilgan global tadqiqotlar natijalariga ko'ra, raqobatbardoshlikni oshirishda kompaniyalarning texnologik yangiliklarga sarmoya kiritishi muhim omil bo'lib qolgan. Raqobatbardoshlikni baholashda moliyaviy barqarorlik, mijozlar bilan aloqalar va bozor segmentatsiyasini tahlil qilishda yangi metodologiyalar qo'llanila boshlandi. Masalan, 2022-yilda AQShda o'tkazilgan tadqiqotlarda kompaniyalarning raqobatbardoshlik darajasi ularning tashqi hamkorlik tarmoqlari, texnologiyalarga kirish imkoniyatlari va ichki boshqaruv tizimlariga bog'liq ekanligi aniqlangan.

Shuningdek, 2023-yilda olib borilgan so'rovnoma natijalari shuni ko'rsatadiki, rivojlangan mamlakatlarda raqobatbardoshlikni baholashda ijtimoiy mas'uliyat va ekologik barqarorlik kabi omillar tobora muhimroq rol o'ynay boshlagan. Bu omillar raqobatbardoshlikni oshirishda nafaqat iqtisodiy samaradorlik, balki ekologik va ijtimoiy jihatlarni ham inobatga olish zaruratini ko'rsatadi.

O'tkazilgan tadqiqotlar natijalariga ko'ra, kompaniyalar raqobatbardoshlikni oshirish uchun quyidagi strategik yondoshuvlarni qo'llashlari zarur:

Innovatsiyalar va texnologik yangiliklar: 2020-yilda dunyo bo'yicha o'tkazilgan tahlillar raqobatbardoshlikni oshirishda innovatsion faoliyatni rivojlantirishning muhimligini ko'rsatdi. Misol uchun, Apple va Tesla kabi kompaniyalar o'z innovatsion yechimlari orqali bozor ustunligini qo'lga kiritgan.

Boshqaruv samaradorligi: 2019-yilda amalga oshirilgan tadqiqotlar shuni ko'rsatdiki, samarali boshqaruv tizimiga ega kompaniyalar raqobatbardoshligini oshirishda muvaffaqiyatli bo'ladi. Masalan, Toyota kompaniyasi o'zining yuqori samarador boshqaruv tizimi orqali avtomobil sanoatida yetakchilikni saqlab qolgan.

Barqaror rivojlanish: 2021-yilda o'tkazilgan tadqiqotlar natijalariga ko'ra, kompaniyalar barqaror rivojlanish yo'lida ekologik va ijtimoiy mas'uliyatni inobatga olish orqali raqobatbardoshlikni oshirgan. Bu esa uzoq muddatli muvaffaqiyatga erishishning kalitidir.

Shu bilan birga, raqobatbardoshlikni baholashda qo'llaniladigan indikatorlar va metodologiyalar mamlakatning iqtisodiy sharoitlariga qarab o'zgarib turadi. Masalan, 2022-yilda Xitoyda o'tkazilgan tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, ishlab chiqarish samaradorligini oshirish va texnologik yangiliklarni joriy etish Xitoy kompaniyalarining raqobatbardoshligini mustahkamlashda asosiy omil bo'lgan.

Tadqiqotlarning umumiy natijalari shuni ko'rsatdiki, raqobatbardoshlikni baholash va uni oshirish uchun kompleks yondoshuvlarni qo'llash zarur. Bu, o'z navbatida, kompaniyaning bozor ustunligini saqlashga va iqtisodiy muvaffaqiyatni ta'minlashga yordam beradi.

MUHOKAMA

Raqobatbardoshlikni baholash va uni oshirish masalalari bo'yicha o'tkazilgan ilmiy tadqiqotlar, jahon iqtisodiyotida raqobatning kuchayishi va global bozorning tez o'zgaruvchan sharoitlarini inobatga olgan holda, kompaniyalar uchun dolzarb ahamiyat kasb etadi. 2020-yilda dunyo bo'yicha bozor sharoitlari keskin o'zgarib, yangi texnologiyalar va innovatsiyalar

rivojlanishi tufayli, kompaniyalar o'z raqobatbardoshliklarini oshirish uchun yangi strategiyalarni joriy etishga majbur bo'ldilar. Ayniqsa, COVID-19 pandemiyasi, 2021-yilda iqtisodiy o'sishni tiklash va 2022-yilda bozorlardagi taqsimot o'zgarishlari kompaniyalar raqobatbardoshlik baholarini qayta ko'rib chiqishga undadi.

Raqobatbardoshlikni baholashning birinchi bosqichi – bu bozor sharoitlari va kompaniya ichki imkoniyatlarini tahlil qilish. 2021-yilda o'tkazilgan tadqiqotlar, kompaniyaning texnologik infratuzilmasi, ishlab chiqarish quvvati va mijozlarga xizmat ko'rsatish samaradorligini baholashda asosiy mezonlardan biri sifatida innovatsion faoliyatni ko'rsatdi. Shu bilan birga, 2022-yilning oxiriga kelib, iqtisodiy sharoitlar va raqobatbardoshlikni baholashning ko'plab usullari o'zgardi va innovatsion ko'rsatkichlar, barqaror rivojlanish va ekologik mas'uliyat kabi yangi faktorlar qo'shildi.

Raqobatbardoshlikni baholash metodologiyasi kompaniyaning o'ziga xos xususiyatlariga qarab o'zgaradi. 2023-yilga kelib, Xalqaro iqtisodiy forumda ishlab chiqilgan yangi indikatorlar, xususan, biznesning ekologik va ijtimoiy mas'uliyatini baholash jarayonida keng qo'llanildi. Bu yangiliklar, ayniqsa, rivojlangan mamlakatlar uchun raqobatbardoshlikni ta'minlashda muhim rol o'ynadi.

2024-yilda olib borilgan tahlillarga ko'ra, raqobatbardoshlikni baholashda moliyaviy ko'rsatkichlar va bozor ulushining ahamiyati ortgan. Moliyaviy barqarorlik, likvidlik va rentabellikni tahlil qilish orqali kompaniyaning raqobatbardoshligini aniq o'lchash mumkin. 2024-yilda tashkil etilgan tadqiqotlar natijasida, kompaniyalar o'z faoliyatida moliyaviy risklarni boshqarish, barqaror o'sishni ta'minlash va texnologik o'zgarishlarga moslashish orqali raqobatbardosh bo'lishlarini ko'rsatdi.

Raqobatbardoshlikni oshirishda asosiy rolni boshqaruv va strategik qarorlar o'ynaydi. 2023-yilda o'tkazilgan tadqiqotlar, samarali boshqaruv tizimi va tashkilotning ichki resurslarini to'g'ri boshqarish orqali kompaniyalar

raqobatbardoshligini oshirishga muvaffaq bo'lishlarini ta'kidlagan. Boshqaruv samaradorligi yuqori bo'lgan kompaniyalar bozor sharoitlariga tez moslashib, raqobatni yengish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Innovatsion jarayonlar va texnologiyalarni ishlab chiqish ham raqobatbardoshlikni oshirishning muhim omilidir. 2024-yilda amalga oshirilgan tadqiqotlar, kompaniyalarning yangi texnologiyalarni joriy etish orqali bozorni kengaytirish va ishlab chiqarish samaradorligini oshirishda muvaffaqiyatli bo'lganini ko'rsatdi. Shuningdek, ishlab chiqarish jarayonlarini avtomatlashtirish va raqamli texnologiyalarni qo'llash raqobatbardoshlikni kuchaytiradi. Bundan tashqari, mijozlarga xizmat ko'rsatish va mijozlar bilan aloqalarni mustahkamlash raqobatbardoshlikni oshirishning yana bir muhim omili hisoblanadi. 2022-yilda o'tkazilgan global tadqiqotlar, mijozlar bilan uzluksiz aloqalarni yo'lga qo'ygan kompaniyalar o'z raqobatbardoshliklarini sezilarli darajada oshirganligini ko'rsatdi. Mijozlar ehtiyojlarini aniq va tezkor tarzda qondirish, kompaniyalar uchun muvaffaqiyatli biznes strategiyasini tashkil etadi. Raqobatbardoshlikni baholashda, shuningdek, bozor tahlili va raqobatchilarni o'rganishning ahamiyati oshgan. 2023-yilga kelib, kompaniyalar o'z raqobatbardoshligini tahlil qilishda bozorni, iste'molchilarni va raqobatchilarni yaxshiroq tushunish orqali o'z strategiyalarini shakllantira boshladilar. Bu esa kompaniyaga bozorning o'zgaruvchan sharoitlariga moslashish imkonini beradi.

2024-yilda o'tkazilgan statistik tahlillar shuni ko'rsatadiki, kompaniyalar o'z raqobatbardoshligini baholashda faqat iqtisodiy ko'rsatkichlar bilan cheklanmaydi. Barqaror rivojlanish, ekologik mas'uliyat va ijtimoiy faktorlar kompaniyalar uchun bozor sharoitlarida muvaffaqiyatga erishish uchun zaruriyatga aylanmoqda. 2024-yilda raqobatbardoshlikni baholashda ushbu omillarning roli yanada kuchaygan. Shu bilan birga, raqobatbardoshlikni oshirish uchun kompaniyalar innovatsiyalarni amalga oshirish va o'z ichki resurslarini samarali boshqarish orqali muvaffaqiyatga erishishlari mumkin. 2024-yilda o'tkazilgan tadqiqotlar, kompaniyalarning raqobatbardoshlikni oshirishda yangi

texnologiyalarni qo'llash va boshqaruv jarayonlarini takomillashtirish orqali raqobatni yengishda muvaffaqiyatli bo'lishlarini ko'rsatdi. Raqobatbardoshlikni baholashda ko'rsatilgan metodologiyalar, yangi indikatorlar va usullar kompaniyalar uchun bozor sharoitlariga tez moslashish va uzoq muddatli muvaffaqiyatga erishishning muhim asosi hisoblanadi. 2024-yilga kelib, raqobatbardoshlikni oshirish bo'yicha o'zgaruvchan iqtisodiy sharoitlar va global bozor tahlilining natijalari kompaniyalar uchun innovatsion imkoniyatlar yaratishda davom etmoqda.

XULOSA

Raqobatbardoshlikni baholash – bu kompaniyalar uchun muhim va zaruriy jarayon bo'lib, ular o'z bozorlarida muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi uchun samarali strategiyalarni ishlab chiqishga yordam beradi. 2020-2024 yillarda olib borilgan ilmiy tadqiqotlar, raqobatbardoshlikni baholash metodologiyasining doimiy ravishda yangilanayotganligini ko'rsatadi. Global iqtisodiy sharoitlar va texnologik o'zgarishlar kompaniyalar uchun yangi yondoshuvlarni talab qiladi. Raqobatbardoshlikni oshirishda texnologiyalar, boshqaruv tizimlari, innovatsiyalar va barqaror rivojlanish kabi faktorlar muhim ahamiyat kasb etadi.

2021-2023 yillarda kompaniyalar raqobatbardoshlikni oshirish uchun innovatsion texnologiyalarni, raqamli transformatsiyani va ekologik mas'uliyatni hisobga olishni o'zlarining ustuvor yo'nalishlari sifatida belgiladilar. 2022-yilda o'tkazilgan global tahlillar, raqobatbardoshlikni oshirishda ekologik barqarorlik va ijtimoiy mas'uliyatning ahamiyatini yanada oshirganini ko'rsatdi. Shu bilan birga, moliyaviy barqarorlik, ishlab chiqarish samaradorligi va mijozlar bilan aloqalar kabi an'anaviy indikatorlar ham muhim o'rinni saqlab qolgan. 2024-yilda raqobatbardoshlikni baholashda yangi indikatorlar va metodologiyalar qo'llanilmoqda. Bu metodologiyalar, xususan, kompaniyaning barqaror rivojlanish strategiyalari, ekologik mas'uliyatga bo'lgan yondoshuvlar va texnologik yangiliklar joriy etilishi bilan bog'liq. 2023-yilning oxirida o'tkazilgan tadqiqotlar, kompaniyalar uchun raqobatbardoshlikni oshirishda texnologik

sarmoyalarni qo'llash va ishlab chiqarish jarayonlarini modernizatsiya qilishning muhimligini ta'kidlagan. Bundan tashqari, raqobatbardoshlikni oshirishda boshqaruv samaradorligi va strategik qarorlar ham ahamiyatga ega. 2024-yilda amalga oshirilgan tahlillarga ko'ra, samarali boshqaruv tizimi va innovatsion faoliyat kompaniyaning bozor ustunligini saqlashga yordam beradi. Kompaniyalar o'z resurslarini to'g'ri boshqarish, barqaror rivojlanish tamoyillarini joriy etish orqali raqobatbardoshlikni oshirishda muvaffaqiyatli bo'lishadi.

Shu bilan birga, mijozlar bilan mustahkam aloqalar o'rnatish va mijozlarning ehtiyojlariga tez javob berish ham raqobatbardoshlikni oshirishda muhim omil bo'lib qoladi. 2022-yilda o'tkazilgan global tadqiqotlar shuni ko'rsatdiki, mijozlarning talablariga moslashish va ular bilan uzoq muddatli hamkorlik aloqalarini o'rnatish kompaniyalarning raqobatbardoshligini kuchaytiradi.

Natijada, raqobatbardoshlikni baholash va uni oshirish kompaniyalar uchun uzoq muddatli muvaffaqiyatga erishishning kalitidir. 2020-2024 yillarda o'tkazilgan tadqiqotlar, kompaniyalar uchun raqobatbardoshlikni baholashda yangilangan metodologiyalar, texnologiyalar va innovatsion yondoshuvlarni qo'llashning zaruriyatini ko'rsatmoqda. Raqobatbardoshlikni oshirishda yuqori sifatli boshqaruv tizimi, moliyaviy barqarorlik, ekologik mas'uliyat va mijozlarga xizmat ko'rsatishning ahamiyati ortmoqda. 2024-yilga kelib, raqobatbardoshlikni baholashda yangi indikatorlar va usullar kompaniyalar uchun muvaffaqiyatli strategiyalarni ishlab chiqishning asosiy asosi bo'lib qoladi.

ADABIYOTLAR RO'YXATI

Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

- Prahalad, C. K., & Hamel, G. (1990). The Core Competence of the Corporation. *Harvard Business Review*, 68(3), 79-91.
- Grant, R. M. (2019). *Contemporary Strategy Analysis: Text and Cases Edition* (10th ed.). Wiley.
- Harrison, J., & Rainer, B. (2020). *Global Competitiveness and the Dynamics of Competition in Business* (2nd ed.). Routledge.
- Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Chikán, A. (2008). *Competitiveness of the Firm and Economic Performance*. KJK Kiadó.
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2014). *Exploring Corporate Strategy: Text and Cases* (10th ed.). Pearson.
- Michael, T. S., & Zinn, M. A. (2021). *Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases* (6th ed.). Pearson.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic Capabilities and Strategic Management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533.
- Stern, M. J., & DeJong, A. (2017). *Measuring Competitiveness: Perspectives from Industry and Economics*. Palgrave Macmillan.
- Barker, V. L., & Mone, M. A. (2019). *Competitive Advantage in Emerging Markets*. Emerald Group Publishing.
- Shapiro, C., & Varian, H. R. (1999). *Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy*. Harvard Business School Press.