

GLOBAL BIZNES RAQOBATBARDOSHLIGINI TA'MINLASH XUSUSIYATLARI TAHLILI

Murtazaev Orif Odilovich

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi
huzuridagi Biznes va tadbirkorlik oliy maktabi
“MBA - Global menejment” mutaxassisligi
tinglovchisi

E-mail: orif.murtazayev@imv.uz

Annotatsiya

Ushbu maqolada global biznes raqobatbardoshligini ta'minlash xususiyatlari nazariy va amaliy jihatdan o'rganilgan. Tadqiqotda raqobatbardoshlikning mazmuni, uning shakllanishiga ta'sir etuvchi omillar, xususan unumdorlik, innovatsiya, raqamlashtirish, logistika samaradorligi, inson kapitali va institutsional muhitning o'rni tahlil qilindi. Maqola adabiyotlar sharhi, qiyosiy tahlil va xalqaro tashkilotlar ma'lumotlariga tayangan holda ishlab chiqilgan. Korxonalar uchun amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: global biznes, raqobatbardoshlik, innovatsiya, unumdorlik, logistika, raqamlashtirish, inson kapitali, strategik boshqaruv, barqarorlik.

Аннотация

В данной статье были изучены особенности обеспечения конкурентоспособности глобального бизнеса с теоретической и практической точек зрения. В исследовании проанализировано содержание конкурентоспособности и факторы, влияющие на её формирование, включая производительность, инновации, цифровизацию, эффективность логистики, человеческий капитал и институциональную среду. Работа была основана на обзоре научной литературы, сравнительном анализе и данных международных организаций. По результатам исследования были разработаны практические рекомендации для предприятий.

Ключевые слова: глобальный бизнес, конкурентоспособность, инновации, производительность, логистика, цифровизация, человеческий капитал, стратегическое управление, устойчивость.

Abstract

This article examined the features of ensuring global business competitiveness from both theoretical and practical perspectives. The study analysed the concept of competitiveness and the factors influencing its formation, including productivity, innovation, digitalization, logistics efficiency, human capital, and the institutional environment. The research was based on a literature review, comparative analysis, and data from international organizations. Based on the findings, practical recommendations for enterprises were developed.

Keywords: global business, competitiveness, innovation, productivity, logistics, digitalization, human capital, strategic management, sustainability.

KIRISH

Jahon iqtisodiyotining chuqur integratsiyalashuvi, raqamli transformatsiya va ta'minot zanjirlaridagi o'zgarishlar sharoitida global biznes raqobatbardoshligi zamonaviy iqtisodiy rivojlanishning markaziy masalalaridan biriga aylandi.

Korxonalar yoki mamlakatning xalqaro bozorda ustun mavqega ega bo'lishi ishlab chiqarish hajmi bilangina emas, balki innovatsion salohiyat, mehnat unumdorligi, institutsional sifat, logistika samaradorligi va texnologiyani tez o'zlashtirish qobiliyati bilan belgilanadi.

Raqobatbardoshlik tushunchasi klassik iqtisodiy nazariyalardan boshlab zamonaviy strategik menejmentgacha bo'lgan ko'plab yondashuvlarda rivojlangan. Zamonaviy talqinda raqobatbardoshlik - bu korxonalar yoki iqtisodiyotning xalqaro bozorda barqaror ravishda qiymat yaratish, foyda olish, bozor ulushini kengaytirish va tashqi ta'sirlarga moslasha olish qobiliyatidir. Menejmentni rivojlantirish instituti (IMD)ning 2025 yilgi reyting metodologiyasi raqobatbardoshlikni iqtisodiy samaradorlik, hukumat samaradorligi, biznes samaradorligi va infratuzilma kabi ko'rsatkichlar orqali o'lchaydi; alohida raqamli va talent reytinglari esa texnologik va inson kapitali omillarining kuchayib borayotganini ko'rsatadi [1].

Muammo shundaki, ko'plab korxonalar global bozorda raqobatni hanuz arzon resurslar yoki qisqa muddatli narx ustunligi orqali tushunadi. Vaholanki, zamonaviy amaliyot shuni ko'rsatadiki, yuqori raqobatbardoshlik ko'proq innovatsiya, ta'minot zanjiri barqarorligi, tezkor boshqaruv qarorlari, mijozga yo'naltirilganlik va ma'lumotlarga tayangan boshqaruv bilan bog'liq.

O'zbekiston tajribasiga nazar tashlaydigan bo'lsak, 2022-2026-yillarga mo'ljallangan strategiyada innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish ustuvor yo'nalish sifatida belgilangan. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 6-iyul PF-165-son "2022-2026-yillarda O'zbekiston Respublikasining innovatsion rivojlanish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi Farmonida¹ iqtisodiyotning real sektorida ilmiy va innovatsion ishlanmalarni tijoratlashtirish darajasini oshirish, ilm-fan, ta'lim va sanoat o'rtasidagi hamkorlikni kuchaytirish chora-tadbirlari, shuningdek O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentyabr PF-158-son "O'zbekiston - 2030" strategiyasi to'g'risida"gi Farmoniga² muvofiq O'zbekiston 2030-yilga qadar Global innovatsiya indeksida Top-50 talik mamlakatlar ro'yxatiga kirishi belgilangan.

Jahon iqtisodiyotida integratsiyalashuvning chuqurlashuvi, xalqaro savdoning raqamli platformalar orqali kengayishi, global qiymat zanjirlarining qayta shakllanishi hamda geoiqtisodiy tavakkalchiliklarning kuchayishi biznes subyektlari oldiga yangi talablarni qo'yimoqda. Bunday sharoitda korxonaning nafaqat ichki bozorda, balki xalqaro maydonda ham mustahkam o'rin egallashi uning raqobatbardoshligini belgilovchi asosiy mezonga aylanmoqda.

¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 6-iyul PF-165-son "2022 — 2026-yillarda O'zbekiston Respublikasining innovatsion rivojlanish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi Farmoni. <https://lex.uz/docs/-6102462>

² O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentabr PF-158-son "“O'zbekiston-2030” strategiyasi to'g'risida”gi Farmoni <https://lex.uz/en/docs/6600413>

ADABIYOTLAR SHARHI

Raqobatbardoshlik masalasi iqtisodiy nazariyada uzoq tarixga ega bo‘lib, dastlab klassik iqtisodchilar tomonidan mehnat unumdorligi, xarajatlar va xalqaro savdo ustunligi doirasida talqin etilgan. Zamonaviy ilmiy adabiyotlarda esa raqobatbardoshlik ko‘proq korxonaning strategik moslashuvchanligi, innovatsion salohiyati, bilim yaratish va texnologiyani o‘zlashtirish qobiliyati bilan bog‘lanadi.

Iqtisodiy hamkorlik va rivojlanish tashkiloti (OECD) raqobat va innovatsiya o‘rtasida to‘g‘ridan to‘g‘ri aloqadorlik borligini, ya’ni sog‘lom raqobat firmalarni samaradorlik va yangilikka undashini ko‘rsatadi [4].

Jahon bankining firmalar tomonidan texnologiyani qabul qilishga oid tadqiqotida korxonalar o‘rtasidagi “texnologik tafovut” ishlab chiqarish samaradorligi va inqirozlariga chidamlilik bilan chambarchas bog‘liqligi qayd etilgan. Tadqiqotda texnologik tayyorgarlik savdo, ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish sohalarida natijadorlikni oshirish bilan birga, tashqi ta’sirlarga moslashuvchanlikni ham kuchaytirishi ko‘rsatiladi [5].

Birlashgan Millatlar Tashkilotining Savdo va Taraqqiyot bo‘yicha Konferensiyasi (UNCTAD) ning “Digital Economy Report 2024” hisobotida raqamlashtirish global iqtisodiyotning asosiy drayverlaridan biri ekani, biroq uning ekologik xarajatlari ham ortib borayotgani ta’kidlangan. Hisobotga ko‘ra, rivojlanayotgan mamlakatlar ko‘pincha past qo‘shilgan qiymatli xomashyo eksport qilib, yuqori qo‘shilgan qiymatli raqamli qurilmalarni import qilmoqda hamda elektron chiqindilar bosimini ko‘proq his qilmoqda. Bu esa raqobatbardoshlikni “raqamli va barqaror” modelda ko‘rib chiqishni talab etadi [6].

Jahon Savdo Tashkiloti (JST) ma’lumotlariga ko‘ra, xizmatlar savdosi va raqamli xizmatlar global biznesning yangi o‘shish nuqtasiga aylanmoqda. JSTning “Global Services Trade Data Hub” platformasi xizmatlar savdosining turli ko‘rinishlari, sektorlar va hududlar bo‘yicha standartlashtirilgan ma’lumotlarni taqdim etib, xizmatlar savdosining xalqaro raqobatdagi o‘rnini tahlil qilish imkonini beradi [7].

Demak, tahlil qilingan xalqaro tashkilotlar manbalari shuni ko‘rsatadiki, global biznes raqobatbardoshligi ko‘p omilli tizim bo‘lib, u ishlab chiqarish samaradorligi, innovatsiya, logistika, raqamlashtirish, inson kapitali va institutsional muhit uyg‘unligida shakllanadi.

METODOLOGIYA

Ushbu tadqiqot sifat va tahliliy yondashuvlar kombinatsiyasi asosida olib borildi. Metodologik asos sifatida tizimli tahlil, qiyosiy tahlil, kontent tahlili va institutsional yondashuv qo‘llanildi. Birinchidan, global raqobatbardoshlik haqidagi zamonaviy nazariy qarashlar o‘rganildi. Bunda raqobat, innovatsiya va unumdorlik o‘rtasidagi bog‘liqlik xalqaro tashkilotlar materiallari asosida talqin qilindi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Global biznes raqobatbardoshligini ta’minlovchi asosiy omillar ko‘p qatlamli va o‘zaro bog‘liq tizimni tashkil qiladi. Rivojlanayotgan xalqaro bozorda raqobat faqat arzon narx yoki katta ishlab chiqarish hajmi bilan emas, balki innovatsiya, boshqaruv

sifati, texnologiya, logistika, moliyaviy barqarorlik va brend ishonchi orqali belgilanadi. Quyida biz ushbu omillarni batafsil tahlil qilamiz (1-jadval).

1-jadval.

Global biznes raqobatbardoshligini ta'minlovchi asosiy omillar¹.

T/r	Asosiy omillar	Mazmuni	Global biznesga ta'siri
1.	Unumdorlik	Resurslardan samarali foydalanish, mehnat va kapital qaytimi	Xarajatlarni kamaytiradi, foydalilikni oshiradi
2.	Innovatsiya	Yangi mahsulot, xizmat, texnologiya va biznes-model yaratish	Barqaror ustunlik va bozor differensiyatsiyasini ta'minlaydi
3.	Logistika sifati	Yetkazib berish tezligi, kuzatuvchanlik, bojxona va infratuzilma sifati	Eksport salohiyatini va mijoz ishonchini oshiradi
4.	Raqamlashtirish	ERP, CRM, AI, e-commerce, Data Analytics'dan foydalanish	Qaror qabul qilishni tezlashtiradi, operatsion samaradorlikni oshiradi
5.	Inson kapitali	Malakali kadrlar, liderlik, tahliliy fikrlash	Innovatsion va strategik moslashuvchanlikni kuchaytiradi
6.	Institutsional muhit	Qoidalar shaffofligi, davlat xizmatlari sifati, biznes muhiti	Tadbirkorlik xavfini kamaytiradi, investitsiyani rag'batlantiradi
7.	Barqarorlik	ESG, yashil logistika, energiya samaradorligi	Uzoq muddatli raqobatbardoshlikni ta'minlaydi

1. Mahsulot va xizmatlar sifati.

Raqobatbardoshlikning eng asosiy omillaridan biri bu mahsulot yoki xizmat sifatidir. Global bozorda iste'molchi tanlovi keng bo'lgani sababli, sifatsiz mahsulot uzoq muddat ushlanib qolmaydi.

Sifatning raqobatdagi o'rni quyidagilarda namoyon bo'ladi:

- mijoz ishonchini oshiradi;
- qayta xarid qilish ehtimolini kuchaytiradi;
- brend obro'sini mustahkamlaydi;
- narxni nisbatan yuqoriroq belgilash imkonini beradi.

Masalan, bir xil turdagi mahsulotni bir nechta davlat ishlab chiqarsa ham, iste'molchi ko'pincha sifati barqaror va kafolatlangan brendni tanlaydi. Demak, sifat faqat texnik ko'rsatkich emas, balki bozorda uzoq muddatli ustunlik manbai hisoblanadi.

2. Innovatsiya va texnologik yangilanish.

Global biznesda eng kuchli raqobat omillaridan biri innovatsiyadir. Innovatsiya yangi mahsulot yaratish, mavjud jarayonlarni takomillashtirish, xarajatlarni kamaytirish va bozorga tez moslashish imkonini beradi.

Innovatsion ustunlik quyidagi yo'llar bilan namoyon bo'ladi:

- yangi mahsulotlar ishlab chiqish;
- avtomatlashtirish va raqamlashtirish;
- sun'iy intellekt va katta ma'lumotlardan foydalanish;

¹ Muallif tomonidan ishlab chiqildi.

- ishlab chiqarish samaradorligini oshirish.

Texnologiyadan ortda qolgan kompaniya xalqaro bozorda tezda o'z o'rnini yo'qotadi. Chunki zamonaviy iste'molchi tezkorlik, qulaylik va individuallashtirilgan xizmatni kutadi. Shu sababli ilmiy-tadqiqot va tajriba-konstruktorlik faoliyati, global raqobatda hal qiluvchi omilga aylanadi.

3. *Logistika va ta'minot zanjiri samaradorligi.*

Xalqaro bozorda tez yetkazib berish, uzluksiz ta'minot va transport xarajatlarini boshqarish katta ustunlik beradi. So'nggi yillarda global ta'minot zanjiri uzilishlari biznes uchun eng katta xatarlardan biri bo'lib qoldi.

Raqobatbardoshlik nuqtai nazaridan logistikaning ahamiyati:

- mahsulotni bozorlarga tez yetkazish;
- ombor zaxiralarini samarali boshqarish;
- xarajatlarni kamaytirish;
- ishlab chiqarish uzilishlarining oldini olish.

Ta'minot zanjiri qanchalik moslashuvchan bo'lsa, kompaniya shunchalik barqaror ishlaydi. Shu sababli ko'plab global kompaniyalar yetkazib beruvchilarni diversifikatsiya qiladi, raqamli monitoring tizimlarini joriy qiladi va regional logistika markazlarini tashkil etadi.

4. *Raqamli transformatsiya.*

Raqamli transformatsiya endi qo'shimcha ustunlik emas, balki zaruratdir. U biznesning barcha funksiyalariga ta'sir qiladi: sotuv, marketing, ishlab chiqarish, moliya, HR va mijozlar bilan aloqalar.

Raqamli transformatsiyaning afzalliklari:

- tezkor qaror qabul qilish;
- ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv;
- mijoz tajribasini yaxshilash;
- operatsion samaradorlikni oshirish;
- global bozorda onlayn kengayish imkoniyati.

Elektron tijorat, CRM, ERP, bulutli xizmatlar va Data Analyticsdan samarali foydalanuvchi kompaniyalar bozorda ancha ustun bo'ladi.

5. *Inson kapitali.*

Har qanday biznesning asosiy resursi bu insondir. Malakali kadrlar, kuchli rahbarlik va zamonaviy boshqaruv tizimi global muvaffaqiyatning tayanchi hisoblanadi.

Bu omilning tarkibiga quyidagilar kiradi:

- xodimlarning professional malakasi;
- menejerlarning strategik fikrlashi;
- korporativ madaniyat;
- jamoada innovatsion muhitning mavjudligi;
- o'qitish va qayta tayyorlash tizimi.

Kuchli menejment resurslarni to'g'ri taqsimlaydi, xavflarni kamaytiradi va bozor o'zgarishlariga tez javob beradi. Global biznesda ayniqsa madaniyatlararo boshqaruv

ko'nikmasi juda muhim, chunki kompaniyalar turli mamlakatlarda, turli mentalitetdagi xodimlar va mijozlar bilan ishlaydi.

6. Institutsional muhit va davlat qo'llovi

Kompaniyaning raqobatbardoshligi faqat uning ichki imkoniyatlariga bog'liq emas. Tashqi muhit ham katta rol o'ynaydi. Ayniqsa, soliqlar, bojxona tartiblari, infratuzilma, huquqiy tizim va davlat siyosati biznesga bevosita ta'sir qiladi.

Muhim tashqi omillar:

- siyosiy barqarorlik;
- qonunchilikning aniqligi;
- mulk huquqining himoyasi;
- transport va raqamli infratuzilma;
- eksportni qo'llab-quvvatlash siyosati.

Qulay biznes muhiti mavjud bo'lgan mamlakatlar kompaniyalari global bozorda tezroq rivojlanadi. Shu bois milliy raqobatbardoshlik bilan korporativ raqobatbardoshlik o'zaro chambarchas bog'liq.

7. Barqaror rivojlanish va ESG omillari

Hozirgi global biznesda ekologik, ijtimoiy va korporativ boshqaruv omillari ham raqobatbardoshlikning muhim qismiga aylandi. Investorlar, xaridorlar va hamkorlar kompaniyaning faqat foydasiga emas, balki mas'uliyatli faoliyatiga ham qaramoqda.

Bu yo'nalish quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- ekologik toza ishlab chiqarish;
- energiya tejamkorligi;
- xodimlar huquqlariga rioya qilish;
- shaffof korporativ boshqaruv;
- ijtimoiy mas'uliyat.

Barqarorlikka e'tibor bermaydigan kompaniyalar xalqaro hamkorlik, eksport va investitsiya jalb qilishda qiyinchilikka uchrashi mumkin.

Jahon xo'jaligi tobora integratsiyalashib, mamlakatlar, tarmoqlar va kompaniyalar o'rtasidagi raqobat keskinlashib bormoqda. Bunday sharoitda global raqobatbardoshlikni baholash masalasi alohida ahamiyat kasb etadi. Chunki raqobatbardoshlik darajasi iqtisodiyotning xalqaro bozordagi o'rni, investitsiya jalb qilish salohiyati, eksport imkoniyatlari va uzoq muddatli rivojlanish istiqbolini belgilab beradi.

Global raqobatbardoshlikni baholashning dolzarbligi:

Birinchidan, u iqtisodiy tizimning kuchli va zaif tomonlarini aniqlash imkonini beradi. Har bir mamlakat yoki korxonaga o'zining real raqobat ustunliklarini bilmasa, global bozorda muvaffaqiyatli strategiya ishlab chiqishi qiyin bo'ladi. Baholash natijasida qaysi yo'nalishlarda samaradorlik yuqori, qaysi sohalarda esa islohotlar zarurligi ayon bo'ladi.

Ikkinchidan, global raqobatbardoshlikni baholash investitsion jozibadorlikni oshirishda muhim vosita hisoblanadi. Xorijiy investorlar mamlakat yoki kompaniyaning iqtisodiy barqarorligi, infratuzilmasi, boshqaruv sifati, mehnat unumdorligi va innovatsion salohiyatiga katta e'tibor beradi. Shu sababli

raqobatbardoshlik ko'rsatkichlarini tahlil qilish investorlar uchun ishonchli axborot manbai bo'lib xizmat qiladi.

Uchinchidan, bunday baholash davlat iqtisodiy siyosatini shakllantirishda muhim ahamiyatga ega. Agar hukumat milliy iqtisodiyotning global raqobatdagi holatini aniq bilsa, sanoat, eksport, ta'lim, innovatsiya, soliq va investitsiya siyosatini maqsadli ravishda ishlab chiqishi mumkin bo'ladi.

To'rtinchidan, global raqobatbardoshlikni baholash xalqaro reytinglar va indekslar orqali mamlakatning jahon hamjamiyatidagi nufuzini belgilashga yordam beradi. Bugungi kunda ko'plab davlatlar o'z iqtisodiy nufuzini mustahkamlash uchun aynan raqobatbardoshlik ko'rsatkichlariga tayanadi. Bu esa tashqi savdo, texnologik hamkorlik va xalqaro moliyaviy munosabatlar uchun ham muhimdir.

Beshinchidan, raqobatbardoshlikni baholash korxonalar darajasida ham dolzarbdir. Chunki korxonalar nafaqat ichki bozorda, balki xalqaro bozorda ham o'z mavqeyini mustahkamlashi kerak. Buning uchun mahsulot sifati, narx, logistika, marketing, innovatsiya va boshqaruv samaradorligi muntazam tahlil qilinishi zarur. Shunday qilib, baholash nafaqat nazariy, balki amaliy boshqaruv ahamiyatiga ham ega.

Global raqobatbardoshlikni baholash odatda xalqaro metodologiyalar va indekslarga asoslanadi. Bu esa natijalarni boshqa mamlakatlar bilan solishtirish imkonini beradi. Shu jihatdan baholash xalqaro mezonlarga mos bo'lishi kerak. Aks holda natijalar obyektiv va taqqoslanadigan bo'lmaydi (2-jadval).

2-jadval.

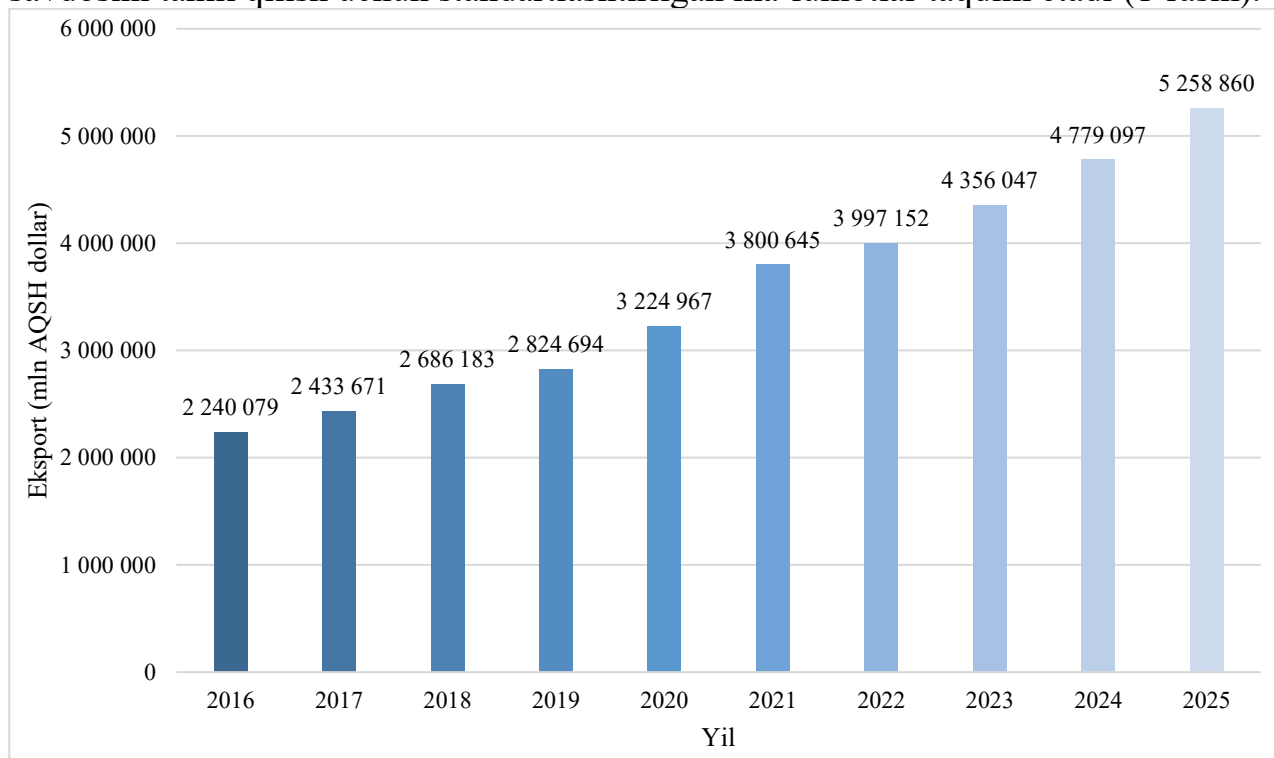
Rasmiy xalqaro manbalarda global raqobatbardoshlikni baholashga doir asosiy ko'rsatkichlar¹.

T/r	Manba	So'nggi/amalda qo'llanayotgan nashr	Qamrov	Raqobatbardoshlikka oid asosiy ko'rsatkichlar
1	IMD World Competitiveness Ranking	2025	69 iqtisodiyot	iqtisodiy samaradorlik, hukumat samaradorligi, biznes samaradorligi, infratuzilma
2	World Bank LPI	2023	139 mamlakat	bojxona, infratuzilma, xalqaro jo'natmalar, logistika kompetensiyasi, kuzatuvchanlik, o'z vaqtida yetkazish
3	WTO Global Services Trade Data Hub	amaldagi portal	global qamrov	xizmatlar savdosi, raqamli xizmatlar, ta'minot usullari, sektorlar bo'yicha oqimlar
4	UNCTAD Digital Economy Report	2024	global tahlil	raqamlashtirish, ekologik ta'sir, qiymat zanjirlari, resurs va chiqindi bosimi
5	World Bank Technology Adoption by Firms	amaldagi tadqiqot bazasi	turli mamlakatlar va tarmoqlar	texnologik tayyorgarlik, firmalar tafovuti, chidamlilik, mahsuldorlik

¹ Muallif tomonidan ishlab chiqildi.

Ushbu jadval (2-jadval) nazariy va amaliy manbalar sintezi asosida tuzildi. Iqtisodiy hamkorlik va rivojlanish tashkiloti (OECD) va Jahon banki unumdorlik hamda texnologik adaptatsiyani markaziy omil sifatida ko‘rsatsa, IMD va UNCTAD raqamli va institutsional muhitning, shuningdek barqarorlikning rolini kuchaytirib ko‘rsatadi.

IMDning 2025 metodologiyasi 69 ta davlat iqtisodiyotini qamrab oladi. Jahon banki hisoboti esa 139 ta mamlakatni olti logistika mezon bo‘yicha baholaydi. Jahon savdo tashkilotining xizmatlar savdosi platformasi esa xizmatlar va raqamli xizmatlar savdosini tahlil qilish uchun standartlashtirilgan ma’lumotlar taqdim etadi (1-rasm).



1-rasm. Global bozorda raqamli xizmatlar savdosining rivojlanishi [7].

UNCTAD 2024 hisobotiga ko‘ra, raqamli iqtisodiyotning ekologik izi ortmoqda: xomashyo qazib olish, suv va energiya sarfi, ifloslanish va raqamli chiqindilar global siyosatda yangi kun tartibini shakllantirmoqda. Shu sababli raqobatbardoshlik faqat raqamlashtirish bilan emas, balki uning barqaror boshqaruvi bilan ham baholanmoqda.

Tahlillar shuni ko‘rsatadiki, global biznes raqobatbardoshligini ta’minlashning eng muhim xususiyati uning tizimlilikidir. Ya’ni korxonalar bir vaqtning o‘zida ishlab chiqarish samaradorligi, innovatsiya, logistika, raqamli boshqaruv va barqarorlikni uyg‘un rivojlantirmasa, xalqaro bozorda mustahkam ustunlikka erisholmaydi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tahlil natijalari global biznes raqobatbardoshligi endilikda faqat narx ustunligi bilan emas, balki bilim, texnologiya va moslashuvchanlikka asoslangan murakkab tizim ekanini ko‘rsatdi. Ayniqsa, xalqaro savdo va xizmatlar bozoridagi o‘zgarishlar biznesning o‘z ichki modelini transformatsiya qilishga majbur etmoqda.

Ikkinchi muhim jihat shuki, raqamlashtirish va texnologiyani joriy etish o'z-o'zidan raqobatbardoshlik bermaydi. Jahon banki tadqiqotlari texnologiya qabul qilish uchun ichki boshqaruv, malaka, talab va tashqi institutlar uyg'unligi zarurligini ko'rsatadi. Shu sababli korxonalarda "raqamli transformatsiya" alohida IT loyihasi emas, balki umumiy strategik boshqaruv elementi bo'lishi kerak.

Kelajakdagi raqobatbardoshlik "yashil va raqamli" sintezga tayanadi. Bu esa korxonalardan faqat daromadlilikni emas, balki energiya samaradorligi, ekologik xavfsizlik va ESG omillarini ham o'z strategiyasiga kiritishni talab qiladi.

Global raqobatbardoshlikni ta'minlash va uni mustahkamlash uchun nazariy tahlilning o'zi yetarli emas. Asosiy masala - mavjud muammolarni amaliy choralar orqali hal etishdir. Shu nuqtai nazardan quyida bir nechta amaliy takliflarni keltirib o'tamiz.

Birinchidan, global raqobatda muvaffaqiyatga erishish uchun iqtisodiyotda innovatsion rivojlanish ustuvor yo'nalishga aylanishi kerak. Buning uchun:

- ilmiy-tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlariga ajratiladigan mablag'ni oshirish;
- akademik soha, ilmiy markaz va ishlab chiqarish korxonalari o'rtasida integratsiyani kuchaytirish;
- startaplar va yuqori texnologik loyihalarni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash;
- innovatsion mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalarga soliq imtiyozlari berish zarur.

Amaliy jihatdan bu taklifning samarasi shundaki, yangi texnologiyalar ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytiradi, mahsulot sifatini oshiradi va bozorga yangi turdagi tovarlar chiqarish imkonini beradi.

Ikkinchidan, hozirgi davrda raqobatbardoshlik ko'p jihatdan raqamli texnologiyalardan foydalanish darajasi bilan belgilanadi. Shu bois:

- korxonalarda ERP, CRM, AI va boshqa boshqaruv tizimlarini joriy etish;
- elektron tijorat platformalarini rivojlantirish;
- davlat xizmatlarini to'liq raqamlashtirish;
- katta ma'lumotlar, sun'iy intellekt va avtomatlashtirish vositalaridan foydalanishni kengaytirish lozim.

Bu taklif amalda boshqaruvdagi xatolarni kamaytiradi, vaqtni tejaydi, xarajatlarni optimallashtiradi va bozorga tezkor javob qaytarish imkonini yaratadi.

Uchinchidan, global bozorda faqat arzon mahsulot emas, balki sifatli va ishonchli mahsulot talab qilinadi. Shu sababli:

- ISO, HACCP, GMP va boshqa xalqaro standartlarni joriy etish;
- sifat nazorati tizimini kuchaytirish;
- sertifikatlashtirish va standartlashtirish jarayonlarini soddalashtirish;
- eksportbop mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalarga metodik va moliyaviy yordam ko'rsatish zarur.

Buning amaliy foydasi shundaki, mahsulotlarning xalqaro bozorlarga kirish imkoniyati kengayadi, eksport hajmi ortadi va milliy brendlar nufuzi oshadi.

To'rtinchidan, global raqobatbardoshlikni oshirishning muhim yo'li - eksport geografiyasini va mahsulot assortimentini kengaytirishdir. Buning uchun:

- eksport qiluvchi korxonalarni moliyaviy qo'llab-quvvatlash;
- tashqi bozorlarda marketing tadqiqotlarini yo'lga qo'yish;
- logistika xarajatlarini kamaytirish;
- milliy mahsulotlarni xalqaro ko'rgazma va yarmarkalarda faol targ'ib qilish

lozim.

Amaliy tomondan bu taklif korxonalarining yangi bozorlarga chiqishini osonlashtiradi va ichki bozorga ortiqcha bog'liqlikni kamaytiradi.

Beshinchidan, mahsulotning raqobatbardoshligi ko'pincha uni yetkazib berish tezligi va xarajatiga ham bog'liq. Shu sababli:

- transport yo'laklari va logistika markazlarini rivojlantirish;
- bojxona rasmiylashtiruv jarayonlarini soddalashtirish;
- omborxonalar tizimi va sovitish zanjirlarini yaxshilash;
- multimodal tashish tizimidan samarali foydalanish zarur.

Amaliy jihatdan bu mahsulot tannarxini pasaytiradi, eksport jarayonini tezlashtiradi va korxonalarining tashqi bozordagi ishonchliligini oshiradi.

Oltinchidan, global raqobatbardoshlik nafaqat korxonalar, balki mamlakatdagi umumiy biznes muhitiga ham bog'liq. Shu bois:

- ortiqcha byurokratik to'siqlarni kamaytirish;
- tadbirkorlikni ro'yxatdan o'tkazish va litsenziyalashni soddalashtirish;
- mulk huquqi himoyasini kuchaytirish bo'yicha amaliy mexanizmlarni keng

joriy etish lozim.

Bu choralarining amaliy samarasi investitsion jozibadorlik oshishi, yangi bizneslar soni ko'payishi va sog'lom raqobat muhitining shakllanishida namoyon bo'ladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. IMD. World Competitiveness Ranking 2025. IMD World Competitiveness Center. <https://www.imd.org/centers/wcc/world-competitiveness-center/rankings/world-competitiveness-ranking/>

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 6-iyul PF-165-son "2022 - 2026-yillarda O'zbekiston Respublikasining innovatsion rivojlanish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi Farmoni. <https://lex.uz/docs/-6102462>

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentabr PF-158-son "“O'zbekiston-2030” strategiyasi to'g'risida”gi Farmoni <https://lex.uz/en/docs/6600413>

4. OECD. SME digitalisation for competitiveness. OECD Publishing. <https://www.oecd.org/en.html>

5. World Bank. Technology Adoption by Firms in Developing Countries. https://www.worldbank.org/en/topic/competitiveness/publication/technology-adoption-by-firms-in-developing-countries?utm_source=chatgpt.com
6. UNCTAD. Digital Economy Report 2024. UN Trade and Development. https://unctad.org/publication/digital-economy-report-2024?utm_source=chatgpt.com
7. WTO. *Global Services Trade Data Hub*. WTO Data Portal. https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/gstdh_digital_services_e.htm



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir:

Ingliz tili muharriri:

Rus tili muharriri:

Musahhah:

Sahifalovchi va dizaynerlar:

Xakimov Ziyodulla Axmadovich

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li

Karimova Shirin Zoxid qizi

Sadikov Shoxrux Shuxratovich

Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2026-yil, mart, 3-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta:

info@marketingjournal.uz

Bot:

[@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)

Tel.:

+998977838464, +998939266610

Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. GOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**