



AKTUAR MOLIYA VA BUXGALTERIYA HISOBI ILMIY JURNALI

Vol. 6 Issue 01 | pp. 160-171 | ISSN: 2181-1865

Available online <https://finance.tsue.uz/index.php/afa>

KORXONALAR RAQOBATBARDOSHLIGINI TA'MINLASHNING METODOLOGIK JIHATLARI VA MOLİYAVIY VOSITALARI



Abdumurotov Shoxrux Shavkat o'g'li

PhD, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

Annotasiya. Mazkur maqolada korxonalar raqobatbardoshligini ta'minlashning metodologik jihatlari hamda moliyaviy vositalarining nazariy asoslari tahlil qilingan. Tadqiqotda raqobatbardoshlik tushunchasining iqtisodiy mazmuni, uni shakllantiruvchi omillar va baholash yondashuvlari tizimli ravishda yoritilgan. Xususan, korxonalarning moliyaviy barqarorligi, likvidlik darajasi, rentabellik ko'rsatkichlari hamda kapital tuzilmasining raqobat ustunligini shakllantirishdagi o'rni asoslab berilgan.

Kalit so'zlar: raqobatbardoshlik, korxona strategiyasi, moliyaviy vositalar, moliyaviy barqarorlik, rentabellik, investitsiya.

Abstract. This article analyzes the methodological aspects of ensuring the competitiveness of enterprises and the theoretical foundations of financial instruments. The study systematically covers the economic content of the concept of competitiveness, its forming factors and assessment approaches. In particular, the role of financial stability, liquidity level, profitability indicators and capital structure of enterprises in the formation of competitive advantage is substantiated.

Keywords: competitiveness, enterprise strategy, financial instruments, financial stability, profitability, investment.

Аннотация. В данной статье анализируются методологические аспекты обеспечения конкурентоспособности предприятий и теоретические основы финансовых инструментов. Исследование систематически охватывает экономическое содержание концепции конкурентоспособности, факторы ее формирования и подходы к оценке. В частности, обосновывается роль финансовой стабильности, уровня ликвидности, показателей рентабельности и структуры капитала предприятий в формировании конкурентного преимущества.

Ключевые слова: конкурентоспособность, стратегия предприятия, финансовые инструменты, финансовая стабильность, прибыльность, инвестиции.

1.Kirish

Jahonda elektrotexnika sanoati rivojlangan AQSh, Yaponiya va Yevropa Ittifoqi mamlakatlarida kuchli raqobatda ustunlikka ega bo'lish uchun innovatsion imkoniyatlarni izlash, logistika muammolari, IT-texnologiyalarning rivojlanishi imkoniyatlari, energiya tejovchi texnologiyalarni tatbiq etishni moliyalashtirish, "yashil moliya" hamda "Sanoat 4.0" davrida barqaror raqobatbardoshlikni oshirish hamda strategik yo'nalishlarni belgilash kabi yo'nalishlarda keng ko'lamli ilmiy tadqiqotlar olib borilmoqda. Korxona raqobatbardoshligini baholash, uni ta'minlashning innovatsion yondashuv va usullarini

takomillashtirish, raqobatbardoshlikka ta'sir etuvchi omillarni aniqlash, moliyaviy vositalardan samarali foydalanish yo'llarini ishlab chiqish, elektrotexnika sanoati korxonalari raqobatbardoshligini ta'minlashda moliyaviy vositalardan foydalanish samaradorligini oshirishning zamonaviy uslubiy asoslarini rivojlantirish bu boradagi ilmiy tadqiqotlarning ustuvor yo'nalishlaridan hisoblanadi.

O'zbekistonda barqaror va samarali ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishni ta'minlash sharoitida elektrotexnika sanoati korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishga alohida e'tibor qaratilmoqda. 2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasida "Milliy iqtisodiyotni jadal rivojlantirish va yuqori o'sish sur'atlarini ta'minlash" vazifalari belgilab berilgan. Yuqoridagi vazifalarni amalga oshirishda elektrotexnika sanoati korxonalarining iqtisodiy barqarorligini ta'minlash, mavjud ichki imkoniyatlari va resurslaridan samarali foydalanish, moddiy-texnik bazasini tubdan yangilash, elektrotexnika sanoati korxonalarining raqobatbardoshligi darajasini baholash shkalalarini aniqlash, raqobatbardoshlikni oshirishda investitsiyalashning moliyaviy vositalari turlaridan birini optimal tanlash usulidan foydalanish, korxonalar moliyaviy raqobatbardoshligining prognoz ko'rsatkichlarini ishlab chiqish masalalariga qaratilgan ilmiy tadqiqotlar dolzarb ahamiyat kasb etadi.[1]

2. Mavzuga oid adabiyotlar sharhi

Korxona raqobatbardoshligini ta'minlashning fundamental asoslari, sanoat korxonalarini rivojlantirish strategiyalari va elektrotexnika sanoati korxonalarining ayrim muammolari xorijiy olimlardan I.Ansoff [2], M.Porter [3], A.Caputo. [4] P.John Cadick va boshqalarning ilmiy asarlarida tadqiq etilgan.

MDH olimlaridan T.Y.Alekseyeva [5,6], G.L.Azoyev [7], A.P.Chelenkov, V.D.Shkardun [9], A.V.Ushanov, D.A.Drachev, G.V.Saviskaya [10], Pyastolov S.M.[11], I.V.Geleta [12], Y.I.Dyachenko, M.G.Kudryavseva, T.I.Shayeva [13], Y.D.Safonova va boshqalarning ilmiy ishlarida sanoat korxonalari raqobatbardoshligini oshirishda moliyaviy vositalardan foydalanish masalalarining ayrim jihatlarini o'rganilgan.

O'zbekistonda esa sanoat korxonalari moliyaviy menejmentining nazariy va uslubiy asoslari A.Burxanov [14], X.P.Abulqosimov [15], M.K.Pardayev, T.S.Malikov [16], T.I.Bobakulov, S.E.Elmirzayev, O.O.Xamdorov [17], Sh.N.Muratova, J.J.Qurbanov, D.R.Rustamov va boshqalarning ilmiy ishlarida keng yoritilgan.

Biroq yuqoridagi mualliflarning ilmiy ishlarida elektrotexnika sanoati korxonalari raqobatbardoshligini ta'minlashda moliyaviy vositalardan foydalanish samaradorligini oshirish masalasi yetarli darajada o'rganilmagan. Ushbu muammoni hal etish zarurati tadqiqot mavzusi, maqsad va vazifalarini belgilashga imkoniyat yaratadi.

Metodologik asos sifatida xorijiy va mahalliy olimlarning ilmiy ishlari asos sifatida olindi. Iqtisodiy qonuniyatlar klassik olimlar D.Rikardo, J.Shumpeter, ilmiy ishlarida baton etilgan, korxonalar raqobatbardoshligini ta'minlashning fundamental asoslari esa I.Ansoff, M.Porter, Feurer R., Sandu S, Ciocanel A.B., tomonidan o'rganilgan. Sanoat-4.0 konsepsiyalari, elektrotexnika sanoati korxonalarini rivojlantirishning zamonaviy muammolari S. Bag, N. Ghantous, D. De Clercq, V. Fernandez, X. Xu, H. Kagermann, W.-D. Lukas, W., H. Wang, Garcez A.T., S.N.N. Tasouj, P. John Cadick va boshqalarning ilmiy asarlarida tadqiq etilgan.

Raqobat nazariyasini o'rganishga mahalliy va xorijiy tadqiqotchilarning ishlarida alohida e'tibor qaratilgan.

Ularning ko'pchiligi raqobatni bir maqsadga erishish yo'lida bir nechta shaxslarning raqobati deb ta'riflaydi. Raqobat har doim kurash xarakteriga ega bo'lib, unda raqobatchilar bir-birini siqib chiqarishga, u yoki bu iqtisodiy ne'matlarga mutlaq egalik qilishga intilishadi. Mualliflar, shuningdek, raqobat, birinchi navbatda, iste'molchi uchun katta foyda keltirishini ta'kidlaydilar, chunki u tovarlar narxining pasayishiga ta'sir qiladi. Raqobat tufayli tashkilotda texnologiyalarni takomillashtirish, tovarlarni sotishni kengaytirish va ishlab chiqarish tannarxini pasaytirish yo'llarini izlash bilan bog'liq jarayonlar boshlanadi. Tovar narxini pasaytirish, ishlab chiqarilayotgan tovar va xizmatlar sifatini saqlab qolish va yaxshilash, reklama orqali xaridor e'tiborini o'z mahsulotiga jalb qilish, innovatsion texnologiyalardan foydalanish kurashning asosiy usullaridan hisoblanadi.

Amerika iqtisodchisi M.Porter birinchi bo'lib har qanday korxonaning foyda olish maqsadidagi faoliyati mahsulotning raqobatbardoshligini oshirishga olib kelishini aniqladi. U birinchi bo'lib mamlakatning raqobatbardoshligini korxonalarning raqobatbardoshligi darajasida ko'rib chiqdi. Uning fikricha, korxonaning raqobatbardoshligi - bu korxonaning ilmiy va texnologik rivojlanishi uchun yetarli foyda olish va xodimlarni rag'batlantirish qobiliyatidir. M.Porterning raqobat masalalari bo'yicha fikrini ko'plab iqtisodchilar qo'llab-quvvatlaydi.[18]

Hozirda tez-tez o'zgarib turadigan tashqi muhit va sanoat omili raqobatbardoshlik bilan bog'liq. Raqobatni o'rganishning asosiy jihatlari quyidagilardan iborat: korxonaning o'zgaruvchan atrof-muhit sharoitlariga moslashishi; iste'molchi ehtiyojlarini qondirish qobiliyati; korxona salohiyatini boshqarish samaradorligi darajasi; mavjud resurslardan samarali foydalanish va boshqalar.[19]

MDH olimlari G.L.Azoev, A.A.Ambartsumov, I.A.Spiridonov, F.F.Strelnikov, R.A. Fayxutdinov kabi mualliflar raqobatni bozorda faoliyat yurituvchi korxonalar o'rtasidagi o'zaro ta'sir, o'zaro bog'liqlik va kurashning iqtisodiy jarayoni deb hisoblaydilar. Ushbu raqobat mahsulotlarni sotish uchun eng yaxshi imkoniyatlarni taqdim etish, mijozlarning turli ehtiyojlarini qondirish va tashkilot oldiga qo'yilgan maqsadlarga erishishga imkon beradigan raqobatdosh ustunliklardan foydalanish orqali eng katta foyda olish uchun amalga oshiriladi.[20]

3.Tahlil va natijalar

Ta'kidlash joizki, raqobat tushunchasining yanada to'liq ma'nosi O'zbekiston Respublikasi "Raqobat to'g'risida"gi qonunida berilgan. Raqobat to'g'risidagi qonunning 4-moddasiga binoan, raqobat - bu xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning (raqobatchilarning) raqobatbardoshligi, bunda ularning mustaqil harakatlari ularning har birining tovar yoki moliya bozorida tovarlar aylanishining umumiy shartlariga bir tomonlama ta'sir ko'rsatish qobiliyatini istisno qiladi yoki cheklaydi.[21]

«Sanoat korxonasining raqobatbardoshligi» murakkab tushuncha bo'lib, «mahsulotning raqobatbardoshligi» tushunchasi bilan uzviy bog'liqdir. Bu tushunchalar juda chambarchas bog'liqdir. Sanoat korxonalarining raqobatbardoshligi asosan mahsulotlarning raqobatbardoshligi bilan shakllanadi. Biroq, ayni paytda, ko'rinadigan o'xshashliklardan qat'i nazar, ular o'rtasida ma'lum farqlar mavjud.

Shu bilan birga, mahsulotlarning raqobatbardoshligi mahsulotlarda ma'lum raqobatdosh ustunliklarning mavjudligiga nisbatan mahsulotning umumlashtirilgan yoki murakkab xarakteristikasi sifatida ishlaydi.

Raqobatbardoshlik masalalari mamlakatimiz iqtisodiyotida ham, xorijda ham ilmiy tadqiqotlar orasida juda katta ulushga ega.[22]

Rus olimi D. S. Yaksanov hozirgi bosqichda raqobatbardoshlikning nazariy asoslari bir nechta nuqtalardan iboratligi, chunki mintaqa va sanoatning raqobatbardoshligi ushbu sanoat korxonasining raqobatbardoshligiga teng bo'lishini ta'kidlaydi.

Mamlakatimiz korxonalarining (tashkilotlarining) raqobatbardoshlik darajasini oshirish muammosiga cheksiz qiziqish zamonaviy dunyo VI texnologik tartib ostonasida ekanligi, uning konturlari rivojlangan mamlakatlarda shakllana boshlaganligi bilan bog'liq. [23]

Tashkilot faoliyati natijasida raqobatbardoshlik darajasini turli reyting tizimlari asosida baholash mumkin.[24]

Shuni ham ta'kidlash kerakki, raqobatbardoshlikni baholashning tanlangan metodologiyasi, shuningdek, taqqoslash asoslari raqobatbardoshlik darajasiga ta'sir qiladi.

Korxonaning raqobatbardoshligining mohiyati to'g'risida mahalliy olimlarning xulosalariga asoslanib, shuni xulosa qilishimiz mumkinki, raqobatbardoshlik - bu korxonaning "poydevor" tayyorlash va bozorning ma'lum bir segmentini egallash qobiliyati, shuningdek, iste'molchini tahlil qilish qobiliyati. kayfiyat va uning afzalliklarini qondirishdan iborat. Xorijiy tajribani hisobga olgan holda shuni ta'kidlash mumkinki, xalq xo'jaligining har bir tarmog'i o'zaro bog'liq ishlab chiqarish kuchlari jamoasida o'rganiladi. Xorijiy tajribaning katta ijobiy omili bu birlashmaning yaxlit mexanizm – klasterlarga aylantirilishi bo'lib, bu korxonalariga katta raqobatdosh ustunlik beradi.

Endi esa mavzuning ikkinchi qismi – moliyaviy vositalarning mazmini ochib berishga harakat qilamiz.

Yevropalik olimlarning ilmiy ishlarida moliyaviy vositalar - bu sotilishi mumkin bo'lgan aktivlar yoki ular sotilishi mumkin bo'lgan kapital paketlari sifatida ham ko'riladi. Moliyaviy vositalarning ko'p turlari butun dunyo bo'ylab sarmoyadorlarning samarali aylanishi va o'tkazilishini ta'minlaydi. Ushbu aktivlar naqd pul, naqd pulni etkazib berish yoki olish bo'yicha shartnoma huquqi yoki boshqa turdagi moliyaviy vosita yoki shaxsning qaysidir tashkilotga egalik huquqini tasdiqlovchi hujjat shaklida bo'lishi mumkin.

Moliyaviy vositalarga aktsiyalar, birja fondlari, obligatsiyalar, depozit sertifikatlari, investitsiya fondlari, kreditlar va derivativ shartnomalar va boshqalar kiradi.

Moliyaviy vositalar har qanday pul qiymatini o'z ichiga olgan yuridik shartnomani ifodalovchi haqiqiy yoki virtual hujjatlar bo'lishi mumkin. Kapitalga asoslangan moliyaviy vositalar aktivga egalik huquqini ifodalaydi. Qarzga asoslangan moliyaviy vositalar investor tomonidan aktiv egasiga berilgan kreditni ifodalaydi.

Valyuta vositalari moliyaviy vositaning uchinchi, o'ziga xos turini o'z ichiga oladi. Har bir vosita turining turli kichik toifalari mavjud, masalan, imtiyozli aktsiyadorlik kapitali va oddiy aktsiyadorlik kapitali.

Xalqaro moliyaviy hisobot standartlari MHXS ga muvofiq, moliyaviy vosita - bu bir tomon uchun moliyaviy aktivni, ikkinchi tomon uchun esa moliyaviy majburiyatni yoki

o'z kapitalini yaratadigan shartnomadir. 9-sonli "Moliyaviy vositalar" standartida moliyaviy vosita nima ekanligi, moliyaviy vositalar tavsifi berilgan. [25]

Bu yerda "moliyaviy vosita" tushunchasi korxonalarda moliyaviy aktiv va moliyaviy majburiyat holatlarining hosil bo'lishiga olib keluvchi shartnoma tavsifidagi moliyaviy munosabatlarni ifodalovchi korxona raqobatbardoshligini ta'minlash omili sifatida ifodalanadi.

Moliyaviy vositalarni ikki turga bo'lish mumkin: pul mablag'lari va hosilaviy vositalar.

Naqd pul vositalari. Naqd pul vositalarining qiymati bozorlar tomonidan bevosita ta'sir qiladi va belgilanadi. Bu osonlik bilan o'tkazilishi mumkin bo'lgan qimmatli qog'ozlar bo'lishi mumkin. Aktsiyalar va obligatsiyalar bunday vositalarning keng tarqalgan namunasidir.

Naqd pul vositalari, shuningdek, qarz oluvchilar va kreditorlar tomonidan kelishilgan depozitlar va kreditlar bo'lishi mumkin. Cheklar naqd pul vositasiga misol bo'ladi, chunki ular to'lovni bir bank hisobvarag'idan boshqasiga o'tkazadi.

Hosilaviy vositalar. Hosila vositalarining qiymati va xususiyatlari transport vositasining asosiy komponentlariga, masalan, aktivlar, foiz stavkalari yoki indekslarga asoslanadi.

Qimmatli qog'ozlar bo'yicha opsiya shartnomasi, masalan, ma'lum bir aktsiya bo'yicha koll opsiya - hosila hisoblanadi, chunki u o'z qiymatini asosiy aktsiyalardan oladi. Koll opsiya aktsiya aktsiyalarini belgilangan narxda va ma'lum bir sanada sotib olish majburiyatini emas, balki huquqni beradi. Asosiy aktsiyaning narxi ko'tarilishi va tushishi bilan opsiya qiymati ham o'zgaradi, garchi bir xil foizda bo'lishi shart emas.

Birjadan tashqari derivativlar yoki birjada sotiladigan derivativlar bo'lishi mumkin. Birjadan tashqari birjadan tashqari bozor yoki rasmiy birjalarda ko'rsatilmagan qimmatli qog'ozlar bahosi va sotilishi amalga oshiriladigan bozor yoki jarayon.

Moliyaviy vositalar, shuningdek, qarzga asoslangan yoki kapitalga asoslangan aktivlar sinfiga ko'ra bo'linishi mumkin.

Qarzga asoslangan moliyaviy vositalar.

Qisqa muddatli qarzga asoslangan moliyaviy vositalar bir yil yoki undan kamroq muddatga amal qiladi. Ushbu turdagi qimmatli qog'ozlar g'aznachilik veksellari va tijorat qog'ozlari shaklida bo'ladi. Bank depozitlari va depozit sertifikatlari ham omonatchilarga foiz to'lovlari bilan kredit beradigan texnik jihatdan qarzga asoslangan vositalardir.

Birjada sotiladigan derivativlar qisqa muddatli, qarzga asoslangan moliyaviy vositalar, masalan, qisqa muddatli foiz stavkasi fyucherslari uchun mavjud. Forvard kursi kelishuvlari kabi birjadan tashqari sanab chiqinglar ham mavjud.

Uzoq muddatli qarzga asoslangan moliyaviy vositalar bir yildan ortiq davom etadi. Uzoq muddatli qarz qimmatli qog'ozlari odatda obligatsiyalar yoki ipoteka bilan ta'minlangan qimmatli qog'ozlar sifatida chiqariladi. Ushbu vositalar bo'yicha birjada sotiladigan derivativlar doimiy daromadli fyuchers va opsiya ko'rinishida sotiladi. Uzoq muddatli qarzlar bo'yicha birjadan tashqari derivativlarga foiz stavkalari almashinuvi, foiz stavkalarining chegaralari va qavatlar va uzoq muddatli foiz stavkalari variantlari kiradi.

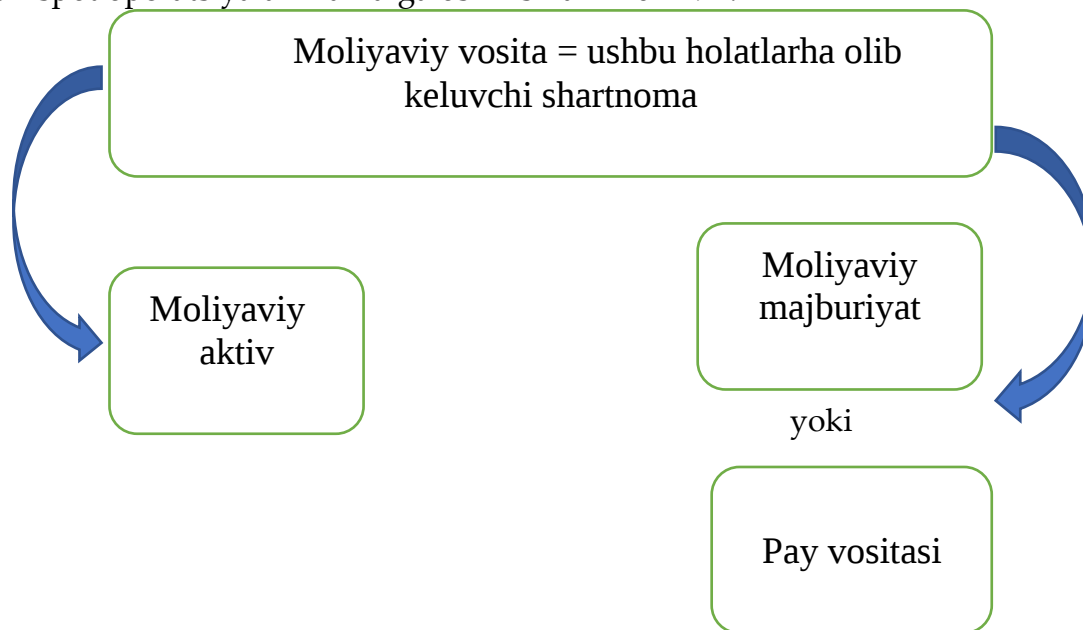
Kapitalga asoslangan moliyaviy vositalar.

Aktsiyalarga asoslangan moliyaviy vositalar bayrog'i ostida sotiladigan qimmatli qog'ozlar ko'pincha oddiy aksiyalar yoki imtiyozli aksiyalar bo'lishi mumkin bo'lgan aktsiyalardir. ETF va investitsiya fondlari ham aktsiyalarga asoslangan vositalar bo'lishi mumkin.

Ushbu toifadagi birjada sotiladigan derivativlar qimmatli qog'ozlar va qimmatli qog'ozlar fyucherslarini o'z ichiga oladi.

Valyuta vositalari.

Valyuta (forex) vositalari forvardlar, fyucherslar va valyuta juftliklari bo'yicha opsiyonlar kabi derivativlarni, shuningdek farqlar bo'yicha shartnomalarni o'z ichiga oladi. Valyuta almashinuvi forex vositalarining yana bir keng tarqalgan shaklidir. Bundan tashqari, foreks treyderlari bir valyutani boshqa valyutaga darhol konvertatsiya qilish uchun spot operatsiyalarni amalga oshirishlari mumkin.



1-rasm. Moliyaviy vositalar mazmuni [26]

Moliyaviy vositalarning xarakterli xususiyatlari quyidagilardan iborat:

Aylanma davri — yakuniy to'lov yoki moliyaviy vositani tugatish (sotib olish) talabigacha bo'lgan vaqt. Likvidlik - sezilarli yo'qotishlarsiz tez pul chiqarish imkoniyati. Likvidlik tushunchasi, birinchi navbatda, obligatsiya yoki aksiya bo'lishidan qat'iy nazar, aktivning bozorda muomalada bo'lishi bilan bog'liq.

Vositalar bo'yicha daromad kutilayotgan foizlar, dividendlar to'lovlari, shuningdek, moliyaviy aktivni bozorning boshqa ishtirokchilariga sotib olish yoki qayta sotishdan olingan summalar bilan belgilanadi.

Nominal daromad darajasi pul mablag'larini pul aktivga qo'yishdan olingan daromadni, mablag'larni amalga oshirish uchun mutlaq to'lovni pul ko'rinishida aks ettiradi. Haqiqiy daromad darajasi nominal daromad darajasidan inflyatsiya sur'atini olib tashlagan holda tengdir.

Moliyaviy vositaning riski kelajakdagi daromad miqdori va vaqti bilan bog'liq noaniqlikni aks ettiradi.

Bo'linuvchanlik uning bozorda sotib olinishi yoki sotilishi mumkin bo'lgan minimal miqdori bilan tavsiflanadi.

Konvertatsiya qilish - moliyaviy vositani boshqa moliyaviy aktivlarga almashtirish qobiliyati.

Soliqqa tortish mexanizmi moliyaviy vositaga egalik qilish va qayta sotishdan olingan daromadlar qanday va qanday stavkalarda soliqqa tortilishini belgilaydi.

To'lov valyutasi - bu moliyaviy vosita to'lanadigan valyuta.

Hosilaviy moliyaviy vosita, agar tegishli shartnomada ko'rsatilgan kontragentga qarshi da'volarning umumiy qiymati ushbu shartnoma bo'yicha kontragent oldidagi majburiyatlarning umumiy qiymatidan ohsa va kredit tashkiloti kelgusida iqtisodiy foydaning oshishini kutsa, aktivdir. kredit tashkiloti uchun potentsial qulay shartlarda aktivlarni (pul yoki boshqa mol-mulk) olish, aktivlarni almashtirish yoki majburiyatlarni to'lash.

Agar kredit tashkilotining tegishli shartnomada ko'rsatilgan kontragent oldidagi majburiyatlarining umumiy qiymati ushbu shartnoma bo'yicha kontragentga qo'yiladigan talablarning umumiy qiymatidan ohsa va kredit tashkiloti kelgusida iqtisodiy foydaning kamayishini kutsa, hosila moliyaviy vosita majburiyatdir. kredit tashkiloti uchun potentsial noqulay shartlarda aktivlarni (pul yoki boshqa mol-mulkni) tasarruf etish, aktivlarni almashtirish yoki majburiyatlarni to'lashdan iboratdir.

Ko'pincha korxona raqobatbardoshligini aniqlash ishlab chiqarishidagi ichki va tashqi omillari yordamida tavsiflanadi.

A.A. Tompson va A.J.Striklend [28] ta'rifiga ko'ra korxonaning raqobatbardoshligini aniqlashda bir qator elementlarga e'tiborga olish kerak degan fikrni o'z ilmiy ishlarida keltirishadi.

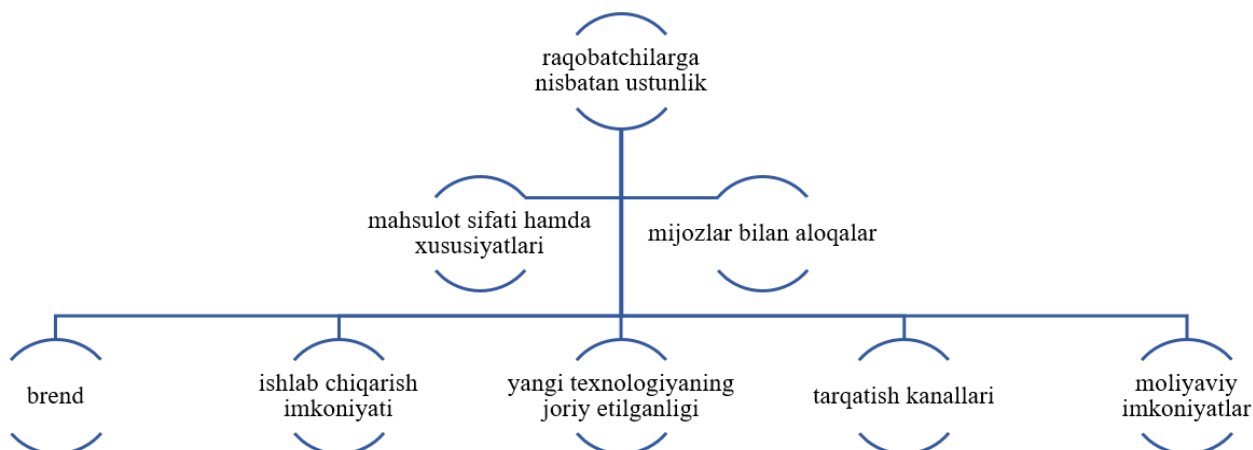
Bizning fikrimizcha, korxonada u yoki bu darajada mavjud bo'lgan omillar uning raqobatbardoshligini belgilamaydi. Omillarning barchasi korxona faoliyatiga ijobiy yoki salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Ushbu omillar ichida eng muhimi - xodimlardir.

D.Krevensning [29] fikricha, raqobatda ustunlik — ko'p qirralilik hamda takrorlashning murakkabligi bilan belgilanadi hamda asosiy vakolatlar korxonaning raqobatbardoshligi uchun asos bo'lishi zarur. U funktsional jarayonlarning yo'nalishi bo'yicha 2 ta guruhga ajratishni: tashqi va ichki. Bunda tashqi jarayonlar korxonani atrof-muhit bilan bog'lab, qayta aloqani ta'minlaydi va tashqi aloqalarni shakllantirishga xizmat qiladi, ichki jarayonlar esa iste'molchi ehtiyojini qondirishga qaratilgan bo'ladi.

AQShlik taniqli iqtisodchi-olim M.Porter ta'rifiga ko'ra korxonaning quyidagi raqobat ustunligi quyidagilarga asoslanadi:

- korxonaning ma'lum bir tarmoqqa tegishliligi;
- raqobatda ustunlik beruvchi strategiyaning mavjudligi;
- mahsulotning qiymat zanjiri (xarajat, potentsial farqlanish manbalari).

Hozirda faoliyat yuritayotgan korxonalar uchun, raqobatbardosh strategiyalardan foydalanish hamda mahsulotning qiymat zanjirini aniq shakllantirish muhim, ammo bularni amalga oshirishda kadrlar masalasiga alohida e'tibor qaratish zarur.



3-rasm. A.A. Tompson va A.J.Striklend ta'rifiga ko'ra korxonaning raqobatbardoshligi elementlari

Rus olimi E.P. Golubkov korxonaning raqobatbardoshligini quyidagi omillardan foydalangan holda baholashni taklif qiladi:

- korxona imidj;
- mahsulot kontsepsiyasi;
- mahsulot sifati;
- korxonaning diversifikatsiya darajasi;
- korxonaning bozor ulushi;
- ilmiy-tadqiqot bazasi;
- ishlab chiqarish imkoniyatlari.

Bunda mahsulot raqobatbardoshligida marketing faoliyati samaradorligi omillari hisobga olingan, biroq kadrlar masalasi omili inobatga olinmagan.

Biroq boshqa olimlar I.U.Zulkarnaeva va L.R.Ilyasova [30] korxona raqobatbardoshligiga ta'sir qiluvchi barcha omillarni uch guruhga bo'lishni taklif etadi:

- korxona strategik maqsadlari;
- korxona resurslari;
- ekologik omillar.

Korxona faoliyatidagi asosiy maqsad daromad olish, deyarli har doim korxona rivojlanishga intiladi, bunda ular iste'molchining ehtiyojini qondirish bilan qanday bog'liq bo'lishi kerak va ular raqobatbardoshlikka qanday ta'siri haqida rejalar tuzishlari zarur.

Korxona raqobatbardoshligini rivojlantirishda, unda mavjud bo'lgan resurslar va atrof-muhit omillari muhim ahamiyatga ega. Fikrimizcha, korxona raqobatbardoshligini aniqlash uchun asosiy resurs mavjud bo'lishi zarur.

D.Xusbi korxona raqobatbardoshligini korxona mahsulotining sifati, uning nisbiy bahosi, mahsulotning bozorga kirib borishi, savdo sig'imi bilan belgilanadi, deb ta'kidlaydi.[31]

N.K. Moiseeva korxona raqobatbardoshligini belgilovchi mezonlar sifatida quyidagi omillarni taklif qiladi:[32]

- iste'molchining korxona mahsulotidan qoniqish darajasini aks ettiruvchi mezon;
- ishlab chiqarishdagi vaqt mezoni.

V.A. Vinokurov korxonani raqobatbardoshligini — birinchidan, resurslar (potentsial), ikkinchidan, ulardan unumli foydalanish deya o'z qarashlarini keltiradi,

biroq, o'z faoliyatida bir xil resurslar mavjud bo'lgan korxona raqobatbardosh bo'lishi yoki bankrot bo'lishi ham mumkinligiga e'tibor qaratmaydi.[33]

Korxonaning raqobatbardoshligini shakllantiradigan barcha omillarni ikki guruhga bo'lish mumkin: raqobatbardoshlik tushunchasini MDH iqtisodchilari V.A. Barinov va A.V. Sinelnikovlar [34] moslashuvchanlik va innovatsiya – deb ta'kidlashadi. Korxona moslashuvchanlik xususiyati, korxona va tashqi muhit o'rtasidagi munosabatlar shakli, ichki tashkiliy qayta qurish jarayoni sifatida tushuniladi. Innovatsionlik - bu yangilanish qobiliyati, shuningdek, bir qator mezonlarga (ishlab chiqarish qobiliyati, minimal xarajat) muvofiq tashkilot ichidagi qayta qurish jarayonidir. Korxona moslashuvchanligi tashqi muhitdagi o'zgarishlarga reaksiyasi innovatsionlik asosi bo'lib, elementlarning rivojlanishiga asoslangan faoliyatning o'zgarishi hisoblanadi.

Tahlil qilingan ma'lumotlar asosida biz ushbu ilmiy tadqiqotimizda iqtisodiy beqarorlik sharoitida korxonaning raqobatbardoshligini belgilovchi omillar majmuasini shakllantirdik.

Bizning fikrimizcha korxona raqobatbardoshligini ta'minlovchi omillar 7 tadan iborat va ular quyidagi chizmada aks ettirilgan.

Iqtisodiy adabiyotlarda resurs va omil kabi tushunchadan faol foydalaniladi. Korxona iqtisodiyoti nuqtayi nazaridan resurs - bu uskuna va texnologiya, moliya, axborot, xodimlar va materiallar, ammo korxonaning raqobatbardoshligi nazariyasi doirasida ular omillar sifatida qoraladi.

Raqobatbardoshlik omillariga tashkiliy, strategiya, moslashuvchan, mehnatni rag'batlantirish tizimi, nazorat, muvofiqlashtirish va boshqalar kiradi. Korxona raqobatbardoshligi omillarini resurs va tashkiliy kabi ikki guruhga bo'lish mumkin.

Ushbu omillarning barchasi korxonaning raqobatbardoshligini oshirish va kamaytirishga xizmat qiladi. Har bir omil ortida korxonaning muvaffaqiyatli ishlashi va rivojlanishi uchun mas'ul bo'lgan korxona xodimlari faoliyati turadi. Korxona raqobatbardoshligi masalasini o'rganayotgan deyarli barcha tadqiqotchilar kadrlar masalasini e'tibordan chetda qoldiradilar. Biroq, mahsulotning sifati hamda korxona xarajatlari bevosita ushbu korxona xodimlarining malakasiga bog'liq.

Moliyaviy resurslarni oqilona boshqarish, boshqaruv uchun mas'ul bo'lgan xodimning malakasiga bog'liq. Innovatsion imkoniyatlar korxona xodimning salohiyati bilan belgilanadi. Raqobat strategiyasini korxona maqsadlariga muvofiq ishlab chiqish, amalga oshirish xodimlar tomonidan amalga oshiriladi. Korxona strategiyasiga muvofiq, tarqatish va dilerlik tarmog'ini shakllantirish korxona xodimlarining asosiy funktsiyasidir.

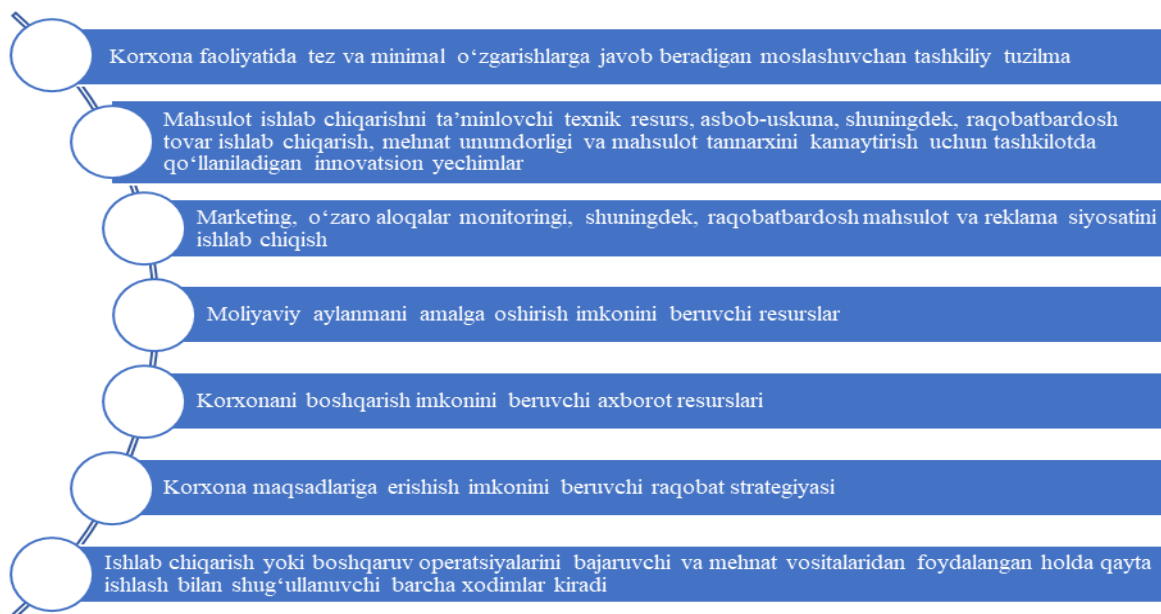
4.Xulosa

O'tkazilgan tahlillardan ko'rish mumkinki kadrlar korxonaning zaruriy resursi, ikkinchi tomondan esa, korxona raqobatbardoshligining barcha omillarini harakatga keltiruvchi sub'ekt sifatida, ya'ni xodimlar korxonaning raqobatbardoshligini belgilovchi asosiy omil hisoblanadi.

Fikrimizcha korxona raqobatbardoshligiga ko'plab omillar ta'sir qiladi, korxona raqobatbardoshligi asosan uning xodimlarining salohiyatiga bog'liqdir.

Barcha ko'rsatkich va omillar korxona raqobatbardoshligi haqidagi savolga ishonchli javob bera olmaydi. Taklif qilingan mezonning to'g'riligiga jiddiy shubha tug'diradigan qarshi dalillar va mulohazalar mavjud bo'lib, barcha ko'rsatkichlarni tahlil qilishdan aoaiy

maqsad bu - korxona raqobatbardoshligini aniqlashdir. Korxonaning raqobatbardoshlik dinamikasi (o'suvchi-pasayuvchi) qanchalik bog'liq bo'lmasin, mahsulot narxi, xaridorlar uchun tovar jozibadorligi, yangi bozorga kirish, mavjud resurslardan foydalanish samaradorligi omillari korxonaning bozor ulushi dinamikasiga ta'sir qiladi.



4-rasm. Korxona raqobatbardoshligini ta'minlovchi omillar

Korxonaning bozor ulushi o'sib borayotgan bo'lsa yoki o'zgarishsiz qolsa, bu korxona raqobatbardoshligini anglatadi ammo korxonaning bozor ulushi pasayishi natijasida, korxona raqobatbardoshligini yo'qotishi hamda bozordan butunlay chiqib ketishga sabab bo'ladi. Korxona raqobatbardoshligi uning bozor ulushi dinamikasi hisoblanadi. Tadqiqotlar asosida korxonaning raqobatbardoshligi - bu korxonaning tovar va xizmatlar bozoridagi ulushini saqlab qolish yoki oshirish qobiliyati degan xulosaga kelish mumkin.

Hozirgi vaqtda korxonaning raqobatbardoshligini baholashning umumiy qabul qilingan usuli mavjud emas. Raqobatbardoshlikni baholashning har bir yondashuvi bir hil bozorda ishlaydigan barcha korxonalar uchun emas, balki bir yoki ikkitasi uchun qo'llanilishi mumkin:

- baholashda ishlab chiqarish omillaridan foydalanishdagi zaxiralarni hisobga olish;
- muayyan mamlakatda ishlab chiqarishning o'ziga xos omillari;
- oldingi potentsialdan foydalanish samaradorligi

Mahsulotning bozor ulushini aniqlash qiyin bunday holda biz ikkinchi usulni taklif qilamiz: korxonaning raqobatbardoshligini uning ishlab chiqarish rentabelligini, o'rtacha rentabelligi bilan solishtirish.

Korxonaning raqobatbardoshligining nazariy tahlil qilish quyidagi xulosalar chiqarishga kelish imkonini beradi:

- korxona raqobatbardoshligiga bevosita bog'liq bo'lgan asosiy omil - bu xodimlar;
- xodimlar alohida rol o'ynaydi: xodimlar korxona uchun zarur resurs, korxona raqobatbardoshligining barcha omillarini harakatga keltiruvchi sub'ekt, korxonaning raqobatbardoshligining hal qiluvchi omil hisoblanadi;
- korxona raqobatbardoshligi mezonini uning bozordagi ulushi hisoblanadi;

- korxonaning raqobatbardoshligini baholash uning raqobatda integral ko'rsatkichini hisobga olgan holda amalga oshirilishi mumkin;
- korxona rentabelligi va tarmoqning o'rtacha rentabelligi qiyosiy tahlil qilish asosida uning raqobatbardoshligini aniqlash mumkin.

Adabiyotlar:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi "2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi PF-60-sonli Farmoni. <https://lex.uz/docs/-5841063>
2. Ансофф И. Стратегическое управление. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.;
3. Porter M.E. (2015), Competitive advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Gheorghe Zaman, 2015, Competitivitatea – cheia de boltă a relansării comerțului exterior al României Avantajele/dezavantajele competitive ale României la nivel international;
4. A.Caputo. Digitalization and business models: where are we going? A science map of the field. J.Bus. Res. (2021);
5. Алексеева Т.Е. Финансовые инструменты и финансовые войны. Дайджест-финансы. 3(195), 2011. 37-25 стр. [https://cyberleninka.ru/article/n/finansovye-instrumenty-i-ffinansovye-voyny/viewer.;](https://cyberleninka.ru/article/n/finansovye-instrumenty-i-ffinansovye-voyny/viewer.)
6. Алексеева Т.Е. Финансовый инструмент или финансовая махинация? // Финансы и кредит. 2010. № 27;
7. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. – М.: ОАО «Типография «Новости», 2000. – 256 с.;
8. Котлер Ф. и др. Основы маркетинга: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 944 с.;
9. Шкардун В.Д., Ушанов А.В., Драчев Д.А. Оценка комплексного предложения фирмы на рынке с целью оптимизации маркетинговых затрат. // Управление продажами. 2003. № 2 (10);
10. Савицкая Г.В. Экономический анализ. Учебник. 11-е изд., испр. и доп. – М.: Новое знание, 2015;
11. Пястолов С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. 3-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2014;
12. Гелета И.В., Дьяченко Е.И. Факторы финансовой устойчивости предприятия. // Гуманитарные научные исследования. 2015. № 6. [Электронный ресурс]. URL: <http://human.snauka.ru/2015/06/11517>;
13. Шаева Т.И., Сафонова Ю.Д. Финансовые инструменты. Учет и оценка финансовых инструментов. Контентус. 2015. [https://cyberleninka.ru/article/n/finansovye-instrumenty-uchet-i-otsenka-finansovyh-instrumentov/viewer.;](https://cyberleninka.ru/article/n/finansovye-instrumenty-uchet-i-otsenka-finansovyh-instrumentov/viewer.) Глобальный стандарт исламских деривативов будет создан к декабрю. URL: <http://lenta.ru/news/2009/10/27>;
14. Бурханов А.У. Молиявий хавфсизлик. Ўқув қўлланма. Иқтисодиёт. 2019, – 164 б.;
15. Абулқосимов Х.П. Иқтисодий хавфсизлик. – Т.: Академия, 2006. – 111 б.;

16. Маликов Т.С. Молия: хўжалик юритувчи субъектлар молияси. Ўқув қўлланма. И.ф.д., проф. А.В.Вахобовнинг умумий таҳрири остида. – Т.: Iqtisod-moliya, 2009;
17. Хамдамов О.О. Корхоналарда молиявий менежмент тизимини такомиллаштириш. Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси автореферати. – Т.: БМА, 2017. – 58 б.;
18. Портер М. Международная конкуренция // пер. с англ.; под ред. и с предисл. В.Д. Щетинина. - М.: Междунар. отношения, 1993. - 896 с.
19. Климовских Н.В., Искандарян Г.О. Экономика предприятия: учебно-методическое пособие. - Краснодар, 2015.
20. Крупинина Ю.К. Теоретико-методологические основы повышения конкурентоспособности предприятия // Инновационное развитие. - 2019. - №3 (30). - С. 47-49.
21. <https://lex.uz/acts/1931450>
22. Vermeire B., Gellynck X. Contribution of Cluster Relations to Food Competitiveness in the EU // International European Forum on Innovation and System Dynamics in Food Networks. 2007. P. 96-110.;
23. Козин М. Н. Технологическая модернизация как драйвер развития Российской Федерации // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. 2012. Т. 12, № 2. С. 23-28.
24. Носов В. В. Уманская О. П. Рейтинговая оценка деятельности организаций // Сибирская финансовая школа. 2011. № 5(88). С. 38-42.
25. <https://www.bss.uz/article/1277-mhs-byicha-anday-moliyaviy-vositalar-mavjud>
26. <https://fin-accounting.ru/articles/2018/ifrs-9-financial-instrument>
27. https://auditresurs.ru/view_post.php?id=774
28. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа: пер. с англ. — М.: Вильямс, 2003.
29. Кревенс Д.В. Стратегический маркетинг: пер. с англ. — М.: Вильямс, 2003.
30. Зулъкарнаев И.У., Ильясова Л.Р. Метод расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий // Маркетинг в России и за рубежом. — 2001. — № 4. — С. 17-27.
31. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учебник. — М.: Эксмо, 2005.
32. Моисеева Н.К. Стратегическое управление туристской фирмой: учебник. — М.: Финансы и статистика, 2007.
33. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии. — М.: Центр экономики и маркетинга, 1996
34. Баринов В.А., Синельников А.В. Развитие организации в конкурентной среде // Менеджмент в России и за рубежом. — 2000. — № 6. — С. 3-13

Copyright: © 2026 by the authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution- 4.0 International License (CC - BY 4.0)

