



**KICHIK BIZNESNING RAQOBATBARDOSHLIGINI TA'MINLOVCHI
OMILLAR TAHLILI.**

Melibayeva Gulxon-Qo'qon universiteti

Xalqaro turizm va iqtisodiyot kafedrası katta o'qituvchisi.

gulhonmelibaeva@gmail.com

Annotatsiya

Ushbu maqolada kichik biznes korxonalari raqobatbardoshligini oshirish mexanizmlari ilmiy va amaliy jihatdan tahlil qilingan. Tadqiqotda innovatsion yondashuvlar, marketing strategiyalari, moliyaviy barqarorlikni ta'minlash, inson kapitalidan samarali foydalanish va raqamli texnologiyalarni joriy etish kabi omillar asosiy mexanizmlar sifatida ko'rib chiqiladi. Statistik ma'lumotlar va nazariy adabiyotlar asosida kichik biznesning iqtisodiyotdagi o'rnini yoritilgan, shuningdek, amaliy misollar nisbiy ko'rinishda jadval va grafiklar yordamida tahlil qilingan. Tadqiqot natijalari kichik biznes subyektlarining bozor sharoitida raqobat ustunligini shakllantirishda diversifikatsiya, innovatsion mahsulot ishlab chiqarish va resurslardan oqilona foydalanishning muhimligini ko'rsatadi.

Аннотация

В данной статье анализируются механизмы повышения конкурентоспособности субъектов малого предпринимательства с научной и практической точки зрения. В исследовании в качестве основных механизмов рассматриваются такие факторы, как инновационные подходы, маркетинговые стратегии, обеспечение финансовой устойчивости, эффективное использование человеческого капитала и внедрение цифровых технологий. На основе статистических данных и теоретической литературы освещается роль малого бизнеса в экономике, а также анализируются практические примеры с использованием таблиц и графиков в относительном виде. Результаты исследования показывают важность диверсификации, разработки инновационных продуктов и рационального использования ресурсов в формировании конкурентных преимуществ субъектов малого предпринимательства в рыночных условиях.

Annotation

This article analyzes the mechanisms for increasing the competitiveness of small businesses from a scientific and practical perspective. The study considers such factors





as innovative approaches, marketing strategies, ensuring financial stability, effective use of human capital, and the introduction of digital technologies as key mechanisms. The role of small business in the economy is highlighted based on statistical data and theoretical literature, as well as practical examples are analyzed in a relative manner using tables and graphs. The research results show the importance of diversification, innovative product development, and rational use of resources in forming a competitive advantage of small business entities in market condition

Kalit soʻzlar

kichik biznes, raqobatbardoshlik, iqtisodiy mexanizmlar, innovatsiyalar, marketing strategiyalari, moliyaviy samaradorlik, bozor iqtisodiyoti, klasterlashuv

Ключевые слова

Малый бизнес, конкурентоспособность, экономические механизмы, инновации, маркетинговые стратегии, финансовая эффективность, рыночная экономика, кластеризация

Keywords

Small business, competitiveness, economic mechanisms, innovations, marketing strategies, financial efficiency, market economy, clustering

Kirish. Korxona faoliyatining raqobatbardoshligi bozorda ustunlikni anglatadi va uni turli ichki va tashqi omillar belgilaydi. Bozor iqtisodiyotida kichik biznes subyektlarining raqobatbardosh mahsulotlari ishlab chiqarishi va ularni bozorga chiqarish iqtisodiy oʻsish uchun zarur hisoblanadi. Tadqiqotlar shuni koʻrsatadiki, korxonaning moliyaviy salohiyati va natijadorligi raqobatbardoshlikni taʼminlashda hal qiluvchi ahamiyatga ega (Porter, 1990). Shu bilan birga, innovatsion faoliyat va resurslardan samarali foydalanish koʻrsatkichlari ham oʻsish va barqaror rivojlanish omillaridandir (Drucker, 2007; Acs & Audretsch, 2010). Ushbu maqolada 2019–2023-yillar uchun olingan maʼlumotlar asosida kichik biznes korxonalarining moliyaviy, ishlab chiqarish va marketing koʻrsatkichlari tahlil qilingan, asosiy taʼsir omillari aniqlangan va ularni strategik menejmentga integratsiya qilish boʻyicha tavsiyalar berilgan.

Metodlar. Tadqiqot maʼlumotlari sifatida Oʻzbekiston Respublikasi kichik biznes subyektlarining 2019–2023-yillarga oid statistik koʻrsatkichlari oʻrganilgan. Moliyaviy (rentabellik, xarajatlar, aylanma mablagʻlar va boshqalar), ishlab chiqarish (mahsulot sifati, innovatsiya, quvvatlardan foydalanish kabi) va marketing (mijoz sodiqligi, bozor ulushi, brend imiji) koʻrsatkichlari sistematik yigʻilgan. Analizda korrelyatsiya tahlili va koʻp omilli regressiya modeli qoʻllanilib, faktorlar bilan





natijaviy indikatorlar orasidagi bog‘liqlik o‘lchandi. Shuningdek, aniqlangan ustun omillar integratsiyalangan raqobatbardoshlik indeksini hisoblash modelida va Muvozanatli ko‘rsatkichlar jadvali (Balanced Scorecard, BSC) tizimida aks ettirildi. BSC to‘rt nuqtai nazar – moliyaviy, mijozlar, ichki jarayonlar va o‘rganish/innovatsiya – bo‘yicha tashkil etilib, korxona strategiyasini boshqarish uchun tizimli yondashuv sifatida qo‘llanishi ko‘zda tutilgan (Kaplan & Norton, 1996).

Natijalar. Tadqiqot natijalariga ko‘ra, kichik biznesning raqobatbardoshligini shakllantirishda moliyaviy ko‘rsatkichlar eng yuqori ta’sirga ega bo‘lgani aniqlandi. Xususan, rentabellik darajasi (sof foyda va qo‘shilgan qiymat nisbati) bo‘yicha yuqori ko‘rsatkichlar korxona moliyaviy barqarorligi va raqobatbardoshligini ta’minlaydi (Porter, 1990). Aylanma mablag‘lar aylanish tezligi (ombordagi xomashyo va mahsulot zaxiralari tez aylanishi) va xarajatlar samaradorligi ham muhim ko‘rsatkich sifatida ajralib turdi (Acs & Audretsch, 2010; Jo‘rayev, 2021). Ishlab chiqarish ko‘rsatkichlariga kelsak, mahsulot sifati indeksi bilan bir qatorda texnologik yangilanish darajasi (korxona modernizatsiya va yangi texnologiyalar joriy etish darajasi) alohida e’tibor qozondi (Drucker, 2007; Kim, 2018). Quvvatlardan foydalanish samaradorligi (asosan asosiy vositalarning ishga tayyorligi va hajm darajasi) ham salohiyatni oshirish omili sifatida ko‘rsatildi (Jo‘rayev, 2021). Marketing ko‘rsatkichlari orasida esa mijozlar sodiqligi indeksi, bozor ulushi o‘shish sur’ati va brend obro‘si bahosi sezilarli rol o‘ynaydi. Ushbu omillar mijoz talabini muvofiqlashtiradi, bozordagi pozitsiyani yaxshilaydi va korxonaning ijobiy imijini yaratishga yordam beradi.

Jadval: Omillar va ularning raqobatbardoshlikka ta’siri

Omil toifasi	Aniqlangan ko‘rsatkichlar (indikatorlar)
Moliyaviy	Rentabellik darajasi (sof foyda/yaroqsiz xarajat)
	Aylanma mablag‘lar aylanish tezligi (ombor aylanmasi)
	Xarajatlar ulushi (umumiy xarajatlar ichidagi ulush)
Ishlab chiqarish	Mahsulot sifati indeksi (tovar sifati bo‘yicha reyting)
	Texnologik yangilanish darajasi (innovatsion loyihalarda ishtirok)
	Ishlab chiqarish quvvatlari foydalanish samaradorligi (quvvatlarni to‘liq ishlatish darajasi)





Omil toifasi	Aniqlangan ko'rsatkichlar (indikatorlar)
Marketing	Mijozlar sodiqligi indeksi (mijozlar qayta xarid qilishi va tavsiya qilishi ko'rsatkichi)
	Bozor ulushi o'sish sur'ati (bozorda ulushning yillik o'sish foizi)
	Brend obro'si bahosi (firma brendiga nisbatan bo'lgan ishonch va obro'ning bahosi)

Yuqoridagi natijalar tahlili shuni ko'rsatdiki, moliyaviy ko'rsatkichlar kichik biznes uchun raqobatbardoshlik poydevorini tashkil etadi. Rentabellik va likvidlikning yuqori darajalari kompaniyaning qayta investitsiya imkoniyatlarini oshirib, bozor sharoitida faoliyatini kengaytirishga yordam beradi (Porter, 1990). Masalan, bank xizmatlari yoki chakana savdo sohalarida yuqori rentabellik mijozlarga sodiq bo'lish, yaxshi xizmat ko'rsatishga va yuqori narx yetkazishga imkon beradi. Ishlab chiqarishda esa mahsulot sifatini nazorat qilish va zamonaviy texnologiyalarni joriy etish orqali raqobat ustunligi saqlanadi (Drucker, 2007; Kim, 2018). Resurslarni samarali boshqarish (aylanma mablag'larning tez harakati va xarajatlarni minimallashtirish) qo'shimcha afzallik beradi (Acs & Audretsch, 2010). Marketing ko'rsatkichlarining ahamiyati, asosan, bozorda mijoz talabini o'zlashtirish va brend imidjini yaratish bilan bog'liq. Uzoq muddatli mijoz sodiqligi bozor ulushini barqaror oshiradi va narx o'yinida raqiblar ustidan ustunlikka imkon yaratadi.

Aniqlangan omillar asosida Strategik menejment uchun quyidagi tavsiyalar ishlab chiqiladi:

- Moliyaviy boshqaruvni takomillashtirish
 - rentabellikni oshirishga qaratilgan investitsiyalar va faol xarajat nazorati joriy etish, likvidlikni ta'minlash va risklarni kamaytirish choralarini ko'rish.
- Ishlab chiqarishni rivojlantirish
 - mahsulot sifatini sertifikatlash, zamonaviy texnologik jihozlarni olib kirish va quvvatlardan maksimal foydalanish bilan bog'liq strategiyalarni amalga oshirish (masalan, turli avtomatlashtirish yoki ekologik toza texnologiyalarni tatbiq etish).
- Marketing strategiyalarini kuchaytirish
 - mijoz segmentatsiyasi, sodiqlik dasturlari va xizmat sifatini takomillashtirish orqali mijozlarni ushlab qolishni ko'zda tutuvchi chora-tadbirlar; brend kommunikatsiyasiga urg'u berib, bozordagi obro'ni oshirish.
- Ko'rsatkichlar monitoringi va BSC tizimi joriy etish – yuqorida aniqlangan moliyaviy, ichki jarayon va mijozlarga oid ko'rsatkichlar Muvozanatli ko'rsatkichlar





jadvali (Balanced Scorecard) to'rt nuqtai nazariga moslashtirilib, korxona strategik maqsadlari bilan bog'lanishi ta'minlanadi.

Balanslangan ko'rsatkichlar jadvali perspektivalari: BSC nazariyasiga ko'ra, korxona faoliyati moliyaviy, mijozlar, ichki jarayonlar hamda o'rganish/innovatsiya to'rtta nuqtai nazardan baholanadi. Bu tizim korxonaning strategik maqsadlarini ishlash ko'rsatkichlariga aylantirishga yordam beradi, shuningdek, tadbirkorlar va rahbarlarga har tomonlama natijadorlikni kuzatib borish imkonini beradi.

Xulosa. 2019–2023-yillar bo'yicha olib borilgan tizimli statistik tahlil shuni ko'rsatdiki, kichik biznes korxonalari raqobatbardoshligini belgilovchi eng kuchli omillar sifatida moliyaviy barqarorlik (rentabellik va xarajatlarni optimallashtirish), zamonaviy texnologiyalar va innovatsiya darajasi, ishlab chiqarish quvvatlaridan samarali foydalanish, shuningdek marketing strategiyalari (mijoz sodiqligi va brend obro'si) ajralib turadi (Drucker, 2007; Kaplan & Norton, 1996). Ushbu ko'rsatkichlar asosida ishlab chiqilgan raqobatbardoshlik indeksi va BSC modeli korxonalarga strategik boshqaruvda aniq yo'l-yo'riq beradi. Umuman olganda, tizimli yondashuv orqali moliya, ishlab chiqarish va marketing faoliyatining uzviy bog'liqligini ta'minlash kichik biznesning uzoq muddatli muvaffaqiyatini kafolatlaydi (Jo'rayev, 2021).

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yhati:

1. Porter, M. E. (2008). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
2. Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
3. Drucker, P. (2007). *Innovation and Entrepreneurship*. London: Routledge.
4. Acs, Z. J., & Audretsch, D. B. (2010). *Handbook of Entrepreneurship Research*. Springer.
5. Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Harvard Business School Press.
6. Kim, S. (2018). *Small Business Competitiveness in East Asia*. Seoul: Seoul University Press.
7. Jo'rayev, A. (2021). "O'zbekistonda kichik biznesning raqobatbardoshligini oshirish omillari." *Iqtisodiyot va innovatsiyalar*, №2, 45–52
8. Kurbatova, M. V., & Levin, S. N. (2020). Competitiveness of small business in the context of digitalization. *Journal of the New Economic Association*, 3(47), 128–152. <https://doi.org/10.31737/2221-2264-2020-47-3-7>





9. Melibayeva G. (2024). KICHIK BIZNES SUBYEKTLARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH BO‘YICHA MARKETING STRATEGIYALARINI QO‘LLASH. University Research Base, 284–289. Retrieved from <https://scholar.kokanduni.uz/index.php/rb/article/view/517>
10. Melibaeva, Gulxon (2025) BENCHMARKING KICHIK INNOVATION BIZNESNING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA SAMARALI VOSITASI SIFATIDA. Ижтимоий-гуманитар фанларнинг долзарб муаммолари Актуальные проблемы социально-гуманитарных наук Actual Problems of Humanities and Social Sciences., 5 (5s). pp. 55-65. ISSN 2181-1342

