

KORXONALARNING RAQOBATBARDOSHLIK STRATEGIYASINI ISHLAB CHIQISHNING ZAMONAVIY TAHLIL USULLARI

Saidaxmedova Dilafruz Saidbaxromovna – JizPI dotsenti, p.f.n.

Annotatsiya. Ushbu maqola zamonaviy sharoitlarda korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish masalalariga bag'ishlangan. Unda raqobatbardoshlik, raqobat ustunliklari tushunchasi hamda korxona raqobatbardoshlik strategiyasini ishlab chiqishda zamonaviy tahlil usullari va ularning mohiyati yoritilgan.

Kalit so'zlar. Raqobat, raqobatbardoshlik, raqobat ustunliklari, SPACE tahlili, SWOT tahlili, VRIO tahlili, Benchmarking tahlili, 5ta kuch tahlili.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ АНАЛИЗА РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Саидахмедова Дилафруз Саидбахромовна - Доцент ДжизПИ, кандидат педагогических наук.

Аннотация. Данная статья посвящена вопросам повышения конкурентоспособности предприятий в современных условиях. В нем освещены понятие конкурентоспособности, конкурентных преимуществ, а также современные методы анализа при разработке стратегии конкурентоспособности предприятия и их сущность.

Ключевые слова. Конкуренция, конкурентоспособность, конкурентные преимущества, анализ SPACE, SWOT-анализ, анализ VRIO, анализ Benchmarking, анализ 5 сил.

MODERN METHODS OF ANALYSIS OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS STRATEGY DEVELOPMENT

**Saidaxmedova Dilafruz Saidbaxromovna - Associate Professor of JizPI,
Candidate of Pedagogical Sciences.**

Abstract. The article is devoted to the issues of increasing the competitiveness of enterprises in modern conditions. It examines the concepts of

competitiveness, competitive advantages, as well as modern methods of analysis and their importance in developing a strategy for increasing the competitiveness of an enterprise.

Keywords: Competition, competitiveness, competitive advantages, SPACE analysis, SWOT analysis, VRIO analysis, benchmarking analysis, 5 forces analysis.

Raqobat tushunchasi iqtisodiy kategoriya sifatida bozor iqtisodiyotining va umuman tovar xo‘jaligining eng muhim belgisi, uni rivojlantirish vositasi, bozor mexanizmining asosiy tarkibiy qismlaridan biri hisoblanadi. Bugungi kunda har qanday iqtisodiy mavzuga oid adabiyotlarda raqobat va raqobatbardoshlik bilan bog‘liq tushunchalar uchraydi. Raqobatbardoshlik - bu mahsulot, xizmat, bozor munosabatlari subyektining bozorda mavjud bo‘lgan o‘xshash tovarlar, xizmatlar yoki raqobatdosh bozor munosabatlari subyektlari bilan teng asosda harakat qilish imkoniyati [1]. Raqobat ustunliklarini shakllantirish hamda bozordagi pozitsiyani mustahkamlash uchun har bir korxona raqobat ustuvorliklarni va raqobat strategiyasini to‘g‘ri tanlash zarur

Korxonaning raqobat strategiyasini ishlab chiqish - bu korxonaning tashqi va ichki vaziyatni va rivojlanish traektoriyasini chuqur tahlil qilish, oqilona maqsadlarni belgilash asosida ularga erishishning kompleks strategik rejasini yaratish jarayonidir [2]. Raqobat ustunligini shakllantirish va rivojlantirish jarayoni korxonaning barcha faoliyatini qamrab oladi.

Korxonalarning raqobatbardoshligini oshirish strategiyasini ishlab chiqish uchun avvalo, korxonaning raqobatdoshlik tahlili, kuchli va kuchsiz tomonlari, shuningdek, bozor mavqei tahlili, obro‘li raqobatchilar tahlili, sotish tizimiga yorib kirish tahlili, shuningdek asosiy texnik-iqtisodiy kabi ko‘rsatkichlari tahlil qilinadi. Bunda SPACE tahlili, SWOT tahlili, PEST tahlili, Maykl Porterning 5ta kuch tahlili, VRIO tahlili, Boston konsalting kompaniyasi tahlili (BCG matritsasi), Benchmarking usullaridan to‘g‘ri va unumli foydalanish korxonaning samarali

qaror qabul qilishida zamin yaratadi. Muhimi bu usullardan o'z o'rnida va to'g'ri foydalanish talab etiladi. Quyida shulardan bir nechtasining mohiyatini ko'rib chiqamiz.

1. SPACE tahlili. Bu tahlil usulidan korxonaning bozordagi o'rnini diagnostika qilish va uni rivojlantirish uchun strategik alternativalarini aniqlashda keng foydalaniladi. SPACE (SPACE = **S**trategic **P**osition and **A**ction **E**valuation, tarjimada, strategik pozitsiya va harakatlarni baholash) tahlili butun korxona va uning faoliyatini alohida sohalari uchun eng foydali strategik pozitsiyani aniqlashga yordam beradi.

SPACE tahlili yorfdamida to'rt guruh omillari tahlil qilinadi:

- Korxonaning vaziyatga nisbatan barqarorligi;
- Sanoatning jozibadorligi;
- Korxonaning raqobatdosh ustunliklari,
- Korxonaning moliyaviy salohiyati.

Bunda har bir omil 0 dan 6 gacha bo'lgan shkala bo'yicha baholanadi. Har bir omil baholangandan so'ng har bir guruh uchun omillarning o'rtacha qiymati hisoblanadi. SPACE tahlilidan samarali foydalanish uchun, uni ikkita ichki va ikkita tashqi parametrdan iborat matritsa sifatida ifodalash lozim, bular, moliyaviy salohiya v, raqobatdosh ustunli hamda barqarorlik va sanoatning jozibadorligi. Har bir parametr korxonani baholash mumkin bo'lgan turli mezonlarni o'z ichiga oladi, tahlil natijasida, korxona shu to'rtta kvadrantdan birini egallaydi.

2. SWOT tahlili. Ma'lumki, SWOT tahlili eng sodda va eng keng tarqalgan qulay tahlil usullaridan biri hisoblanadi.

- S – strength, ya'ni kuchli / ustun jihatlari,
- W – weakness, ya'ni kuchsiz / kamchiliklari,
- O – opportunity, ya'ni imkoniyatlar / istiqbollar,
- T – threats, ya'ni tahdidlar/ mavjud xavf-xatar baholanadi va tahlil qilinadi.

SWOT tahlilidan foydalanayotganda e'tibor berish muhim bo'lgan asosiy jihatlar:

- Faqat aniq va tasdiqlanadigan ma'lumotlar asosida tahlil qilish ("foyda keltiradi" emas, balki aniq "10\$ga narx tejaladi va bu foydani 5%ga oshishini ta'minlaydi");

- Barcha omillarni ko'rib chiqish va ularni muhimlik darajasi bo'yicha taqsimlash;

- Yaratilgan variantlar strategiyani shakllantirish jarayonida keyingi bosqichlarga o'tishiga ishonch hosil qilish;

- Uni kerakli darajada qo'llash lozim. Masalan, korxona darajasida qo'llashdan oldin mahsulot yoki kategoriya darajasida tahlil qilish lozim. Shunda ko'p tarmoqli yoki katta assortimentli korxonalarning faoliyatini aniqroq tahlil qilish mumkin.

- Boshqa strategiya vositalari bilan birgalikda foydalanish lozim. Masalan, USP tahlili, Core Competence tahlili kabilar. Chunki shunda vaziyatni to'liq tasavvur qilish va aniq tahlil qilish imkoniyati oshadi.

3. VRIO tahlili. Bu tahlil usuli korxonaning barqaror raqobatdoshlik ustunliklarini aniqlashda qo'llaniladi.

VRIO tahlili usulida to'rtta savolga javob topish lozim:

1. Mahsulot yoki uni ishlab chiqarishda foydalaniladigan resurslar qiymatlimi?

2. Ishlab chiqariladigan mahsulot noyobmi?

3. Unga taqlid qilish qiyin va qimmatmi?

4. Resurslardan samarali foydalanish tizimli tashkil qilinganmi?

Barcha to'rt savolga to'g'ri javob beradigan korxonaning ichki imkoniyatlari raqobatbardosh ustunlikni yarata oladi va barqaror ustunlikni ta'minlay oladi. VRIO tahlili orqali korxonaning ichki resurslari va ustunliklarini baholash orqali barqaror raqobat ustunligiga ega yoki egamasligini aniqlash mumkin.

4. “5 KUCH” tahlili. M.Porterning “5 ta kuch” modelining mohiyati shundaki, har qanday biznesning rivojlanishiga mijozlar, yetkazib beruvchilar, eski va yangi raqobatchilar va o'rnini bosuvchi mahsulotlarning paydo bo'lishi kabi kuchlar to'sqinlik qiladi.

5. Benchmarking tahlili. Bu tahlil usulidan biror firmaning kuchsiz tomonlari va biznes jarayonini boshqa o'xshash sohadagi firma bilan solishtirish maqsadida foydalaniladi. Ya'ni, Benchmarking - bu korxona o'z faoliyatini yaxshilash uchun sohadagi boshqa raqobatchilarning tajribasi va biznes jarayonlarini o'rganishdir. Bunda Benchmarkingdan foydalanishning asosiy maqsadi korxonaning bozordagi mavqeini yaxshilashga qaratiladi. Yuqorida keltirilgan tahlil usullari yordamida mavjud holatni baholash va prognozlash natijalari asosida rahbariyat korxonaning raqobatbardoshligini oshirish strategiyasini ishlab chiqish choralari ko'radi.

Xulosa qilib aytganda, korxonalarning raqobatbardoshligini oshirish strategiyasini ishlab chiqish murakkab, mas'uliyatli jarayon bo'lib, korxona rahbari va umuman rahbariyatga bir qator talablarni belgilaydi. Strategialrni ishlab chiqishda rahbarning strategik fikrlashi, yetakchilik qobiliyati, tahlil qilish qobiliyatlari, shuningdek, samarali muloqot qilish va jamoani rag'batlantirish qobiliyatiga ega bo'lishi muhim o'rin tutadi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Портер М. Международная конкуренция // Пер. с англ., под ред. и с предисловием В.Д. Щетинина. М.: Международные отношения, 1993. - 896 с.

2. Saidaxmedova, D. S. (2023). Menejmentga kirish. *praktikum). Darslik.* "JizPI tipografiyasi" nashriyoti.

3. Saidaxmedova, D. S., & Sh, G. O. (2024). ERKIN IQTISODIY ZONALARNING EKSPORT SALOHİYATINI RIVOJLANTIRISHNING BOSHQARUV TAMOIYILLARI. *Экономика и социум*, (11-2 (126)), 386-389.

4. Saidahmedova, D. Z., & Abdiyeva, D. Z. (2024). TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINING RAQAMLI KOMPETENSIYASINI RIVOJLANTIRISH YO‘LLARI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13833633>. *Science technology&Digital finance*, 2(7), 12-18.

5. Saidaxmedova, D. S. (2024). MAHSULOT SIFATNI BOSHQARISHNING ZAMONAVIY USLUBLARI. *Экономика и социум*, (3-2 (118)), 296-299.