

ИҚТИСОДИЁТДА ИННОВАЦИЯ ЖУРНАЛИ
ЖУРНАЛ ИННОВАЦИЯ В ЭКОНОМИКЕ
JOURNAL OF INNOVATION IN ECONOMICS

Mirzaraxmatova Ma'mura

Jahon iqtisodiyoti vadi plomatiya universiteti
Xalqaro iqtisodiyot va menejment fakulteti magistranti



<http://dx.doi.org/10.26739/2181-9491-2019-3-7>

KICHIK VA O'RTA KORXONALARNING
RAQOBATBARDOSHLIGI VA UNGA TA'SIR ETUVCHI
OMILLAR

Annotatsiya: mazkur maqolada kichik va o'rta korxonalarining raqobatbardoshligi, unga ta'sir etuvchi ichki va tashqi muhit omillari, ASEAN mamlakatlarida kichik va o'rta korxonalarni boshqarish siyosati tahlil qilingan va tavsiyalar berilgan.

Kalit so'zlar: kichik va o'rta korxonalar, raqobatbardoshlik, STEEP tahlili, ichki va tashqi muhit omillari. Porter raqobatbardoshlik modeli, Kichik va o'rta korxonalarni boshqarish indeksi (SME Policy Index)

Мирзарахматова Маъмура

Университет мировой экономики и дипломатии
Магистрант факультета международной экономики
и менеджмента

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ МАЛЫХ И СРЕДНИХ
ПРЕДПРИЯТИИ И ФАКТОРЫ ВЛИЯЮЩИЕ НА НИХ

Аннотация: в статье рассматривается конкурентоспособность малых и средних предприятия, внутренние и внешние факторы влияющие на конкурентоспособность, в том числе политики управления малых и средних предприятия в страны ASEAN и рекомендации.

Ключевые слова: малые и средние предприятия, конкурентоспособность, STEEP анализ, внутренние и внешние факторы, модель конкурентоспособности Портера, индекс управления малых и средних предприятия (SMEPolicyIndex)

Mirzarakhmatova Mamura

University of World Economy and Diplomacy
1-course master of the faculty International economy
and management

COMPETITIVENESS OF SMALL AND MEDIUM SIZED
ENTERPRISES AND FACTORS INFLUENCING ON IT

03/2019

Abstract: the article analyzes competitiveness of small and medium sized enterprises as well as factors influencing on competitiveness, SME policies in ASEAN countries and gives recommendations.

Key words: small and medium sized enterprises, competitiveness, STEEP analyze, internal and external factors, Porter's Competitiveness Model, SME Policy Index

For citation: Mirzarakhmatova Mamura. COMPETITIVENESS OF SMALL AND MEDIUM SIZED ENTERPRISES AND FACTORS INFLUENCING ON IT. 2019, 3 vol., issue 1, pp. 46-53

Kirish

Bugungi jadal rivojlanayotgan dunyoda har sohada raqobat kuzatilmoqda. Aynan shunday muhitda korxonalarining bozorlarda o'z faoliyatini davom ettirishlari uchun ularning turli iqtisodiy o'zgarishlarga "chidamli" bo'lishi, yana ham sodda qilib ayttsak, yuqori raqobatbardoshlik darajasiga ega bo'lishi zarur. Ushbu maqolada korxonalar raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi omillar atroflicha o'rganilgan.

Kichik va o'rta korxonalar ko'plab mamlakatlar milliy iqtisodiyotida muhim o'rin egallaydi. Chunki, kichik va o'rta korxonalar yangi ish o'rinlarini yaratish bilan birga barqaror iqtisodiy o'sishga ham zamin yaratadi. Dunyoning ko'plab mamlakatlarida joylashgan kompaniyalarning qariyb 90%i aynan kichik va o'rta biznes subyektlari hissasiga to'g'ri keladi. Shuningdek, ish bilan band aholining asosiy qismi shu sohada band. Shuning uchun ham kichik va o'rta korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish, ularning barqaror rivojlanishi uchun shart-sharoitlar yaratish hudud iqtisodiyotining oldiga qo'ygan asosiy vazifalaridan biri hisoblanadi.

O'zbekiston milliy iqtisodiyotini rivojlantirishda kichik va o'rta korxonalarining o'rnini juda muhimdir. Shu sababdan korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishga doir muammolar o'rganilib zarur choralar tadbirlar amalga oshirilmoqda. "Buyuk Kelajak" xalqaro nodavlat notijorat tashkiloti tomonidan 2019-yil 18-fevralda qabul qilingan "O'zbekiston Respublikasining 2035-yilgacha rivojlanish Strategiyasining konsepsiyasi"da ham kichik va o'rta korxonalarini rivojlantirish va qo'llab-quvvatlash asosiy vazifalardan biri sifatida keltirilgan[1].

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili

Mavzuga doir o'rganilgan adabiyotlar tahlilidan kelib chiqib shuni aytishimiz mumkinki, raqobatbardoshlik mavzusi asosan xorijiy tadqiqotchilar tomonidan o'rganilgan bo'lib, mahalliy tadqiqotchilar tomonidan esa yetarlicha o'rganilmagan.

Korxonalar raqobatbardoshligini o'rganishda avvalo, Maykl Porterning tadqiqot ishlari muhim ahamiyat kasb etib, uning "Raqobat strategiyasi" nomli qo'llanmasida sohalar tahlili va korxonaning raqobatbardoshligini oshiruvchi turli xil strategiyalar keltirilgan. Shuningdek, xalqaro bozorlarda foydalaniladigan raqobat strategiyalari atroflicha yoritib berilgan[2]. Bundan tashqari P.Kotler, K.Keller, A. Gal, Ch.Attilla va A.Zaxarov ilmiy izlanishlarida korxonalar raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi ichki va tashqi muhit omillari tahlil qilingan.

Milliy tadqiqotchilarimizdan Bekmurodov A.SH., Qosimova M.S., Ergashxodjayeva SH.J. korxonalar raqobatbardoshligida strategik marketingning o'rniga doir ilmiy ish olib borgan[3]

Tadqiqot metodologiyasi

Mazkur maqolada iqtisodiy-ijtimoiy tahlillar, mantiqiy yondashuv, deduksiya, omilli tahlil va natijani ilmiy o'rganish metodlaridan foydalanilgan.

Tahlil va natijalar

Kichik va o'rta korxonalarining raqobatbardoshligi tushunchasiga ta'riflar berilgan.

Korxonalar raqobatbardoshligi tushunchasiga berilgan ta'riflar

№	Ta'rif bergan muassasa	Ta'riflar
1	O'zbekiston Respublikasining "Raqobat to'g'risida"gi Qonuni[4]	Raqobat-xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning (raqobatchilarning) musobaqalashuvi bo'lib, bunda ularning mustaqil harakatlari ulardan har birining tovar yoki moliya bozorida tovar muomalasining umumiy shart-sharoitlariga bir tomonlama tartibda ta'sir ko'rsatish imkoniyatini istisno etadi yoki cheklaydi
2	Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti (OECD)[5]	Raqobatbardoshlik – bu kompaniyalar, sanoat ishlab chiqarish tarmoqlari, hududlar, milliy iqtisodiyotlarning uzoq vaqt mobaynida birmuncha yuqori daromad va nisbatan yuqori ish bilan ta'minlash darajalarini yaratishga bo'lgan qobiliyati bo'lib bu xalqaro raqobatda o'z aksini topadi
3	Yevropa Ittifoqida joylashgan "Raqobatbardoshlikni o'rganish ilmiy-tadqiqot markazi" (the Research Centre for Competitiveness) [5]	Biznes raqobatbardoshligi- kompaniyaning iste'mol tovar va xizmatlarini uzoq muddat davomida bozorga chiqarishi bo'lib, bunda iste'molchilar bu taklif etilayotgan mahsulotlar uchun boshqa raqobatchilarning mahsulotlariga qaraganda ko'proq xarajat qilishga ham tayyor bo'ladilar". Bu ta'rif ham korxonaning raqobatbardoshligini baholashda muhim omil: ya'ni iste'molchilar tomonidan mahsulotning qabul qilinishiga alohida e'tibor qaratilgan

Yondashuvlar turlicha bo'lishiga qaramasdan ularning barchasi quyidagi ikki xususiyatga asoslanadi:

- Korxonalar biznes raqobatbardoshligi mahsulotlar, xizmatlarning raqobatbardoshligidan ajralmagan holda ularga ta'sir etuvchi "narx" va "narxga bog'liq bo'lmagan" omillarga bog'liq;

- Biznes raqobatbardoshligi raqobatbardoshlikni shakllantiruvchi ko'plab omillar yig'indisi bo'lib, ba'zan bunday omillarni sodir bo'lgan o'zgarishlarni hisobga olgan holda dinamik tarzda baholash zarur.

Korxonalar raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi omillar turlicha bo'lib, ularni asosan ichki va tashqi muhit omillari guruhlariga ajratib olib o'rganish qulaydir.

Korxonaning faoliyatida albatta ichki muhit muhim rol o'ynaydi. Ichki muhit omillarini quyidagi jadval orqali ko'rishimiz mumkin:

Korxonaning ichki muhit komponentlari [6]

Narx/tannarx	Unumdorlik , raqobatbardosh narxlar
Sifat	Mahsulot sifati va ishlab chiqarish standartlari, hom-ashyo standartlari
Vaqt	Yetkazib berish vaqti, yetkazib berishning tartibi
Moslashuvchanlik	Iste'molchilar talablariga mos mahsulotlar, moslashuvchan logistika
Xizmatlar	Iste'molchilarga ko'satilayotgan xizmatlar, etnik axloq qoidalari
Bozor munosabatlari	Bozor o'zgarishlariga moslasha olish qobiliyati, innovatsion savdo metodlaridan foydalanish
Inson kapitali	Xodimlar malakasi, menejment sifati
Tashkiliy tuzilma	Qaror qabul qilish mexanizmi, texnologiyalar darajasi, R&D xarajatlar

Korxonaning faoliyatida albatta tashqi muhit muhim rol o'ynaydi. Chunki, korxonaga uchun ijtimoiy omillar: aholining tarkibi, madaniyati, urf-odatlarini, yashash tarzi, texnologik omillar: R&D ga xarajatlar, innovatsiyalar, informatsion kommunikatsiyaning rivojlanganligi, patent tizimi; iqtisodiy omillar: YaIM, YMM darajasi, inflatsiya, ishsizlik darajasi, investitsiya ko'rsatkichi; ekologik omillar: atrof-muhit texnologiyasi, yashil iqtisodiyot; siyosiy-huquqiy omillar: qonunchilik, iqtisodiy siyosat. Yuqoridagilarni hisobga olgan holda korxonaga o'zining strategiyasini ishlab chiqadi. Bozor muhiti, raqobatchilarning faoliyati bilan tanishib chiqib, shuningdek, biznes faoliyatini amalga oshirish uchun qonun tomonidan yaratilgan imkoniyatlarni o'rgangan holda korxonaga o'zining raqobatbardoshligini oshirish uchun vazifalarni belgilab oladi.

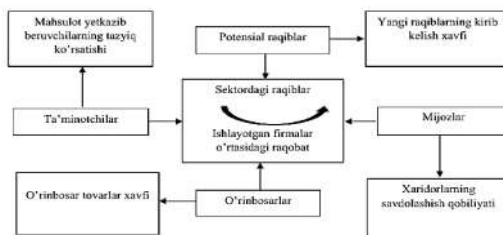
3-jadval

Korxonaning raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi tashqi omillar

Social Ijtimoiy	Technological Texnologik	Economic Iqtisodiy	Ecological Ekologik	Political, Legal Siyosiy, huquqiy
aholining tarkibi, madaniyat i, urf-odatlarini, yashash tarzi, va b.	R&D ga xarajatlar, innovatsiyalar, informatsion-kommunikatsiyaning rivojlanganligi, patent tizimi	YaIM, YMM darajasi, inflatsiya, ishsizlik darajasi, investitsiya ko'rsatkichi;	atrof-muhit texnologiyasi, yashil iqtisodiyot	qonunchilik, iqtisodiy siyosat.

Har bir ishlab chiqaruvchi korxonalarda ular o'zlarining faoliyatiga ta'sir o'tkazuvchi raqobatchi kuchlarni tahlil qilishlari ushbu korxonalarining o'sishi va rivojlanishini ta'minlashi shubhasizdir. Garvard universitetining professori Maykl Porter tarmoqdagi raqobatchi kuchlarni quyidagicha tahlil qilib, guruhlagan[3]

- Tarmoq ichida sotuvchilar o'rtasidagi raqobat.
- Boshqa tarmoqdagi kompaniyalarning o'z tovarlari bilan bu tarmoqdagi xaridorlarni egallab olishga urinishi.
- Tarmoq ichida yangi raqobatchilarning paydo bo'lishi.
- Xom ashyo va butlovchi qismlar yetkazib beruvchilarning o'z shartlarini o'tkazishga urinishlari.
- Xaridorlarning o'z shartlarini o'tkazishga urinishlari.



1-rasm. Porterning "Diamond" modeli. Kengaytirilgan raqobat kontseptsiyasi[8]

Bu tahlil firma mazkur tarmoqda duch kelishi mumkin bo'lgan qulay sharoitlarga xavf-hatarlarni aniqlab olish maqsadida amalga oshiriladi. Porter tomonidan 1982 - yili kiritilgan "Kengaytirilgan raqobat konsepsiya"sining mazmuni shuki, firmaning asosiy bozordagi raqobatli afzallikdan foydalana olish qobiliyati faqatgina o'zi duch kelayotgan bevosita raqobatga emas, balki shu bozordagi potensial raqiblar, o'rinbosar tovarlar, mijozlar va yetkazib beruvchilar kabi kuchlarning ta'siriga ham bog'liqdir.

Potensial raqiblar va o'rinbosar tovarlar firma uchun bevosita xavf uyg'otsa, mijozlar va yetkazib beruvchilar esa o'zlarining talablari bilan bilvosita tahdid solib turadi. Manashu kuchlarning o'zaro ta'siri oxir-oqibatda tovar bozorining rentabelligini belgilaydi. Tabiiyki, raqobat muhitini tashkil qiluvchi asosiy kuchlar turli bozorlarda turlicha bo'lishi mumkin.

ASEAN mamlakatlari iqtisodiyotida ham kichik va o'rta biznes subyektlari mintaqa iqtisodiyotida muhim ahamiyat kasb etadi. 2016-yilda ASEAN a'zo-mamlakatlari tomonidan 2016-2025-yillarga mo'ljallangan "Kichik va o'rta korxonalarni rivojlantirish strategik rejasini ishlab chiqilgan" (The 2016-2025 ASEAN Strategic Action Plan for SME Development)[9].

Strategiyada quyidagi maqsadlar belgilab olingan:

- Unumdorlik, texnologiya va innovatsiyani rag'batlantirish;
- Moliyaviy manbalardan foydalana olish imkoniyati;
- Bozorga kirish va internatsionalizatsiyalashuvda ko'maklashish;
- Kichik va o'rta korxonalarni qo'llab quvvatlovchi siyosatni mukammallashtirish;
- Tadbirkorlik va inson kapitali taraqqiyotiga ko'maklashish.

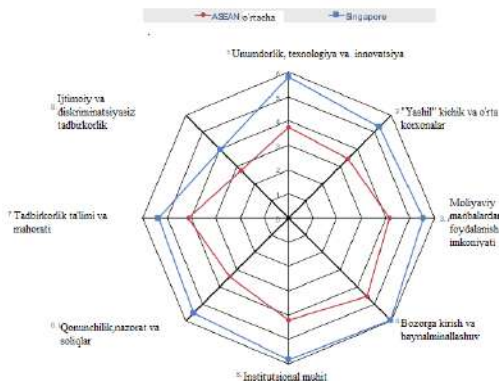
Shu strategiyada belgilangan maqsadga erishish uchun "Kichik va o'rta korxonalar siyosati indeksi" (SME Policy Index) bo'yicha ASEAN a'zo mamlakatlarining hisoboti chiqariladi[9]. Mazkur hisobotda ASEANning 10 a'zo mamlakatlarida faoliyat olib boruvchi kichik va o'rta korxonalarining faoliyatiga, o'z-o'zidan raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi tashqi muhit omillari tahlil qilinib, muammolar o'rganilib takliflar keltirilgan.

SME policy index quyidagi 8 ko'rsatkich bo'yicha baholanadi:

1. Unumdorlik, texnologiya va innovatsiya
2. "Yashil" kichik va o'rta korxonalar
3. Moliyaviy manbalaridan foydalanish imkoniyati
4. Bozorga kirish va baynalminallashuvi
5. Institutsional muhit
6. Qonunchilik, nazorat va soliqlar
7. Tadbirkorlik ta'limi va mahorati
8. Ijtimoiy va diskriminatsiyasiz tadbirkorlik

Yuqoridagi ko'rsatkichlar bo'yicha Singapur va Malayziya qariyb barchasida eng yuqori natijani qayd etgan. Aynan shu ikki mamlakatning kichik va o'rta korxonalar siyosatining o'ziga xos jihatlari quyida tahlil qilinadi.

Singapur mintaqasida kichik va o'rta korxonalarni boshqarish siyosati bo'yicha eng yaxshi ko'rsatkichlarga ega bo'lib, bu siyosatni Singapur 1980-yillardayoq boshlab yuborgan edi. Hukumat tomonidan kichik va o'rta korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish maqsadida unumdorlikni oshirish va baynalminallashuvga alohida e'tibor qaratadi.



2-rasm. 2018 SME policy indeksining Singapur bo'yicha ko'rsatkichlari

Singapur har tomonlama rivojlangan mamlakatlar sirasiga kirib asosan xizmatlar sohasi yuqori darajada rivojlangan. Singapurda bugungi kunda jami 220 000dan ziyod korxonalar mavjud bo'lsa ularda 99% aynan mikro, kichik va o'rta korxonalaridir.

Kichik va o'rta korxonalar faoliyatini isloh qilishga doir birinchi vazifalar 1985-yilgi "Singapore Economy: New Directions" dasturida keltirib o'tilgan edi. Aynan shu yilning o'zidayoq Iqtisodiy Rivojlanish Qo'mitasi tarkibida Kichik Biznes bo'limi tashkil etilgan. 1989-yilda Kichik va o'rta korxonalarini rivojlantirishga doir "SME Master Plan" qabul qilingan bo'lib, uning asosiy maqsadi korxonalarining unumdorligini oshirish va baynalminallashuvini qo'llab quvvatlashdan iborat edi. 2001-yilda qabul qilingan "the second SME Master Plan" o'z oldiga innovatsiyani qo'llab quvvatlovchi quyidagi maqsadlarni qo'ydi: kichik va o'rta korxonalarining innovatsion o'sishini ta'minlash; bilimga asoslangan sohalarni rivojlantirish, shuningdek, yashil iqtisodiyotni qo'llab quvvatlash.

Singapurda kichik va o'rta korxonalar siyosati Savdo va sanoat vazirligi tomonidan amalga oshiriladi. Shuningdek, Savdo va sanoat vazirligi Standart, Unumdorlik, Innovatsiya va O'sish Qo'mitasi (SPRING), International Enterprise Singapore bilan hamkorlikda ish olib boradi. Kichik va o'rta korxonalar Qo'mitasi bilan so'ngi yillarda Singapurning 2016-2020-yillarga mo'ljallangan Kichik va O'rta korxonalarini rivojlantirish strategiyasi (Singapore's 2016-2020 SME development strategy) qabul qilingan.

Singapurda kichik va o'rta korxonalarining kategoriyasi

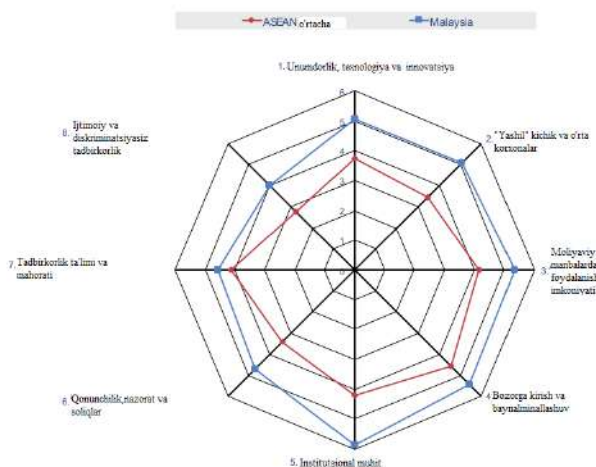
Korxonalar turlari	Ko'rsatkich	Barcha sohalar
Mikro, kichik va o'rta	Savdo aylanmasi	= S\$100 million
	Xodimlar soni	= 200

Jahon Iqtisodiy Forumi tomonidan amalga oshirilgan moliyaviy bozorni rivojlanish reytingida Singapur 3-o'rinni va Jahon Banki tomonidan aniqlangan kredit olish osonligi bo'yicha esa 29-o'rinni egallagan. 2016-yilda xususiy sektorga berilgan mahalliy kredit miqdori YaIMga nisbatan 132.9%ni tashkil etgan.

Singapur kichik va o'rta korxonalarining tashqi bozorlarga chiqishi, ya'ni eksportini rag'batlantirish bo'yicha mintaqada oldingi o'rinni egallaydi. Tashqi bozorlarga chiqishda International Enterprise Singapore asosiy vazifani bajaradi. Shuningdek, bu tashkilot korxonalarining tashqi bozorlarga kirib borishida uchraydigan turli xarajatlarni kamaytirishga yordam beradi.

Singapurda tadbirkorlik ta'limi va inson kapitalini rivojlantirishga alohida e'tibor qaratilib, bilim oluvchilarga faqatgina nazariy bilimlar bilan cheklanib qolmasliklari uchun asosan tajriba orqali o'rganishlari uchun sharoitlar yaratilgan. Shuningdek, Biznes va tadbirkorlikka oid amaliy o'quv dasturlar qabul qilingan bo'lib, o'quvchilarni tadbirkorlik qobiliyatlarini rivojlantirishga yordam beradi. 2017-yildan buyon 191 boshlang'ich maktabdan 80 tasida aynan shunday amaliy dasturlar mavjud. Hukumat 2023-yilga qadar barcha maktablarni qamarab olishni rejalashtirgan. Shuningdek, "The Young Entrepreneurs Scheme for Schools" va "Enterprise Summer Programme" ham faoliyat olib boradi.

Malayziya biznes muhiti ko'rsatkichlari bo'yicha mintaqada oldingi o'rinlardan birini egallagan. Biznes faoliyatini uzluksiz davom ettirish uchun mamlakat ko'plab ustunliklarga ega. Ko'p tilli ishchi-kuchi (malayziyaliklarning 50%idan ko'p qismi ingliz tilida bemalol ravon gaplasha oladi), moliya sohasining barqarorligi, infrastrukturaning yaxshi rivojlanganligi va ma'lumotlarning ochiqligi shular jumlasidandir. Shuningdek, Malayziya xorijiy investitsiyaning oqimi bo'yicha mintaqada 3-o'rinda va mintaqaga kirib kelgan investitsiyaning 12% aynan shu mamlakatga to'g'ri keladi. Oxirgi yillarda biznes muhitini nyanada yaxshilash borasida turli islohotlar o'tkazib kelinmoqda.



3-rasm. 2018 SME policy indeksining Malayziya bo'yicha ko'rsatkichlari

Malayziyada korxonalar soni 920 000 dan ziyod bo'lib, ulardan 98,5% aynan kichik va o'rta korxonalar hissasiga to'g'ri keladi. Ish bilan band aholining 65% va YaIM ning 36,6% kichik va o'rta korxonalariga to'g'ri keladi.

Kichik va o'rta korxonalar asosan xizmat ko'rsatish sohasida (89,2%) faoliyat olib boradi. 5,3% ishlab chiqarishda va 4,3% esa qurilish, 1,1% qishloq xo'jaligi va 0.1% esa boshqa sohalarda faoliyat olib boradi.

2004–yilda "Kichik va o'rta korxonalarni rivojlantirish milliy konsulligi" (the National SME Development Council) tashkil etilgan bo'lib kichik va o'rta korxonalar faoliyatini isloh qilishda strategik o'rinni egallaydi. Konsullik tomonidan 2012–yilda kichik va o'rta korxonalar faoliyatini qo'llab quvvatlash va raqobatbardoshligini oshirishga yo'naltirilgan "the SME Masterplan (2012–2020)" qabul qilingan.

Malayziyada kichik va o'rta korxonalar kriteriyalari

Korxonalar turlari	Ko'rsatkich	Sohalar	
		Ishlab chiqarish	Xizmatlar va boshqa sohalar
Micro	Savdo aylanmasi	< MYR 300 000 (< USD 70 289)	< MYR 300 000 (< USD 70 289)
	Xodimlar soni	< 5	< 5
Kichik	Savdo aylanmasi	MYR 300 000 < MYR 15 mln (USD 70 289 < USD 3.5 mln)	MYR 300 000 < MYR 3 mln (USD 70 289 < USD 702 897)
	Xodimlar soni	5 to < 75	5 < 30
O'rta	Savdo aylanmasi	MYR 15 mln ≤ MYR 50 ml. (USD 3.5 mln ≤ USD 11.7 mln)	MYR 3 mln ≤ MYR 20 mln (USD 702 897 ≤ USD 4.7 mln)
	Xodimlar soni	75 to ≤ 200	30 ≤ 75

Malayziya "Doing Business-2018" hisoboti bo'yicha "biznesni boshlash" ko'rsatkichi bo'yicha 111-o'rinni (190 mamlakat ichidan) va "soliq siyosati" ko'rsatkichi bo'yicha 73-o'rinni egallagan.

Jahon Iqtisodiy Forumi tomonidan amalga oshirilgan moliyaviy sohani rivojlantirish reytingida Malayziya 16-o'rinni va Jahon Banki tomonidan aniqlangan kredit olish osonligi bo'yicha esa 20-o'rinni egallagan. 2016–yilda xususiy sektorga berilgan mahalliy kredit miqdori YaIMga nisbatan 123.9%ni tashkil etgan.

Malayziya innovatsiyalarni rivojlantirishga alohida e'tibor qaratadi va innovatsiyaga kiritilgan investitsiya hajmi YaIMning 1,1% ulushiga teng biznes subyektlari tomonidan tadqiqotlar (R&D) uchun ajratilgan xarajatlarni esa YaIM ga nisbatan 0,7% ulushiga teng.

Xulosa va takliflar

Korxonalar raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi ichki va tashqi muhit omillari uning o'z strategiyasini ishlab chiqishida muhim ahamiyat kasb etadi. Yuqorida tahlil qilib o'tganimizdek, tashqi muhit omillari korxonalarining faoliyatini yanada samarali tashkil etishda asosiy unsur vazifasini bajaradi. Biznes muhitining yaxshiligi, nisbatan yengil soliq siyosati, sof raqobatning ta'minlanganligi, moliya manbalaridan erkin foydalana olish imkoniyati, tashqi bozorlarga chiqishda to'siqlarning birmuncha kamligi- bularning barchasi korxonalarining barqaror rivojlanishini ta'minlaydi va raqobatbardoshligini oshirishda keng imkoniyatlar yaratadi. Singapur tajribasidan shuni xulosa qilishimiz mumkinki, Singapur korxonalarining unumdorligini oshirish qaratilgan va innovatsion faoliyatini qo'llab quvvatlovchi siyosat olib boradi va bir paytning o'zida inson kapitalining rivojlanishini ham qo'llab quvvatlaydi. Malayziyada esa moliya sohasi va infrastrukturaning yuqori darajada rivojlanganligi va natijada korxonalar uchun oson kredit olish imkoniyatlari natijasida kichik va o'rta korxonalarini uzluksiz faoliyati va barqaror rivojlanishi ta'minlanmoqda. Singapur va Malayziya tajribasini o'rgangan holda yurtimizda ham kichik va o'rta korxonalarini qo'llab quvvatlash va rivojlantirish borasida ularning innovatsion faoliyatini rag'batlantirish, shuningdek, tadbirkorlik ta'lim sohasini rivojlantirish zarur.

References

1. O'zbekiston respublikasining "Raqobat to'g'risida" gi Qonuni. O'zbekiston Respublikasi Qonunchilik palatasi tomonidan 2011 - yil 14 - noyabrda qabul qilingan va Senat tomonidan 2011 - yil 5 - dekabrda ma'qullangan. (The Law of the Republic of Uzbekistan "On competition". Passed by the Legislative Chamber of the Republic of Uzbekistan on November 14, 2011 and approved by the Senate on December 5, 2011)
2. Ўзбекистон Республикасининг 2035 йилгача ривожланиш Стратегиясининг концепцияси 18 феврал 2019 й. <http://uzbekistan2035.uz/>/(The Concept of the Development Strategy of the Republic of Uzbekistan up to 2035 18 February 2019 <http://uzbekistan2035.org/>)
3. ПортерЕ. МайклКонкурентнаястратегия: Методикаанализаотраслейи конкурентов/ МайклЕ. Портер; Пер. сангл. - М.: АльпинаБизнесБукс, 2005. - 454 с. (Porter E. Michael Competitive Strategy: A Methodology for Analyzing Industries and Competitors / Michael E. Porter; Trans. from English - М.: Alpina Business Books, 2005. - 454 p.)
4. Bekmurodov A.SH., Qosimova M.S., Ergashodjayeva SH.J. "Strategik marketing". O'quv qo'llanma.Toshkent: "Iqtisod -Moliya", 2010. (Bekmurodov A.Sh., Qosimova M.S., Ergashodzhayeva SH.J. "Strategic marketing". Training manual. Tashkent: "Iqtisod-Moliya", 2010.)
5. "Competitiveness of small and medium sized enterprises - a possible analytical framework" Andrea Nemethne №Gal January 15, 2010
6. CHIKAN ATTILA (2006): A vállalati versenyképesség mérése. (Measurement of the Competitiveness of Companies) PeñzuÉgyi Szemle, 1. 42-56.
7. KOTLER, P. - KELLER, K. L. (2006): Marketing Management. Upper Saddle River, New Jersey
8. OECD/ERIA (2018), SME Policy Index: ASEAN 2018: Boosting Competitiveness and Inclusive Growth, OECD Publishing, Paris/Economic Research Institute for ASEAN and East Asia, Jakarta.