

## Enhancing Product Competitiveness and Managerial Leadership Styles

**Djafarova Shaxlo Ahmadaliyevna**

University of Business and Science,  
Teacher of the Department of Management  
*e-mail: shaxlodjafarova1979@gmail.com*

**Ibroximov Oyatillo Oybek o`gli**

University of Business and Science  
Student of group IQ-2307

**Abstract:** This article analyzes the role and significance of managerial leadership styles in enhancing product competitiveness. In a market economy, the success of enterprises depends not only on product quality and price but also on management effectiveness. The study examines how transformational, transactional, and democratic leadership styles influence product innovation, marketing strategies, quality management, and employee performance. It also highlights the importance of effective human resource utilization, motivation systems, and internal organizational communication in improving competitiveness. Analytical, comparative, and empirical observation methods were used in the research. The findings indicate that effective leadership plays a crucial role in improving product quality, increasing production efficiency, and achieving sustainable competitive advantage in the market. In particular, innovation-oriented transformational leadership was found to produce the highest performance outcomes.

**Keywords:** Product competitiveness, management, leadership styles, transformational leadership, marketing strategy, product quality, innovation, market competition, quality management, production efficiency

**Annotatsiya:** Mazkur maqolada tovar raqobatbardoshligini oshirishda menejning rahbarlik uslublarining o‘rni va ahamiyati tahlil qilinadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalar muvaffaqiyati nafaqat mahsulot sifati va narxiga, balki boshqaruv samaradorligiga ham bevosita bog‘liqdir. Tadqiqotda menejning transformatsion, tranzaksion va demokratik rahbarlik uslublarining mahsulot innovatsiyasi, marketing strategiyasi, sifat menejmenti va xodimlar samaradorligiga ta’siri o‘rganildi. Shuningdek, raqobatbardoshlikni oshirishda inson resurslaridan samarali foydalanish, motivatsiya tizimi va tashkilot ichidagi kommunikatsiyaning ahamiyati yoritildi. Tadqiqot metodlari sifatida tahlil, taqqoslash va empirik kuzatuv usullaridan foydalanildi. Natijalar samarali rahbarlik mahsulot sifatini yaxshilash, ishlab chiqarish samaradorligini oshirish va bozorda barqaror ustunlikka erishishda muhim omil ekanini ko‘rsatdi. Ayniqsa, innovatsiyaga yo‘naltirilgan transformatsion liderlik eng yuqori natijadorlikni ta’minlashi aniqlandi.

**Kalit so‘zlar:** Tovar raqobatbardoshligi, menejment, rahbarlik uslublari, transformatsion liderlik, marketing strategiyasi, mahsulot sifati, innovatsiya, bozor raqobati, sifat menejmenti, ishlab chiqarish samaradorligi

### KIRISH

Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalar faoliyatining muvaffaqiyati ko‘p jihatdan ishlab chiqarilayotgan tovarlarning raqobatbardoshligiga bog‘liq. Raqobatbardoshlik — bu mahsulotning sifat, narx, funksional imkoniyatlar, xizmat ko‘rsatish darajasi va iste’molchilar talabiga mosligi kabi omillar majmui orqali bozorda ustunlikka erishish qobiliyatidir. Globallashuv jarayonlari kuchayib borayotgan hozirgi davrda mahalliy korxonalar nafaqat ichki bozorda, balki xalqaro bozorlarda ham kuchli raqobat sharoitida faoliyat yuritmoqda. Shu sababli tovar raqobatbardoshligini oshirish korxonalar uchun strategik vazifaga aylangan [1].

Raqobatbardoshlikni ta'minlashda mahsulot sifati, innovatsion yangiliklar va marketing strategiyalari muhim rol o'ynasa-da, ushbu omillarni samarali boshqarish bevosita menejerning rahbarlik uslubiga bog'liq. Samarali rahbar korxonalar resurslarini optimal taqsimlaydi, xodimlarni umumiy maqsad sari safarbar etadi va innovatsiyalarni joriy etish uchun qulay muhit yaratadi. Shu bois zamonaviy menejment nazariyasida rahbarlik uslubi tashkilotning raqobatbardoshligini belgilovchi muhim omil sifatida qaraladi.

Ilmiy adabiyotlarda tovar raqobatbardoshligi tushunchasi ko'pincha M. Porterning raqobat ustunligi nazariyasi bilan bog'liq holda izohlanadi. Porter ga ko'ra, korxonalar raqobat ustunligiga ikki asosiy yo'l — xarajatlar bo'yicha yetakchilik va differensiallash orqali erishishi mumkin. Differensiallash strategiyasi mahsulotning noyob xususiyatlarini yaratishga qaratilgan bo'lsa, xarajatlar strategiyasi ishlab chiqarish samaradorligini oshirish orqali narx ustunligini ta'minlaydi. Har ikki strategiyaning muvaffaqiyati esa samarali boshqaruv va liderlikka bog'liq.

Rahbarlik uslublari tovar yaratish jarayonining barcha bosqichlariga — tadqiqot va ishlanmalar, ishlab chiqarish, marketing hamda sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatishga ta'sir ko'rsatadi. Masalan, transformatsion liderlik innovatsion faoliyatni rag'batlantirib, yangi mahsulotlar ishlab chiqishga yordam beradi. Tranzaksion liderlik esa ishlab chiqarish jarayonida tartib-intizom va samaradorlikni ta'minlashda muhim ahamiyatga ega. Demokratik rahbarlik uslubi esa jamoaviy qaror qabul qilish orqali mahsulot sifatini yaxshilash va xatoliklarni kamaytirishga xizmat qiladi.

Zamonaviy tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, yuqori raqobat sharoitida faqat texnik va iqtisodiy omillar yetarli emas, balki inson omili ham hal qiluvchi rol o'ynaydi. Xodimlarning bilim va ko'nikmalari, tashabbuskorligi hamda motivatsiyasi mahsulot sifatiga bevosita ta'sir qiladi. Shu sababli menejerning rahbarlik uslubi xodimlarning

samarali ishlashi, innovatsiyalarni qo‘llab-quvvatlash va korxonada ichida ijobiy tashkiliy madaniyatni shakllantirishda muhim vosita hisoblanadi.

Bundan tashqari, marketing faoliyatining muvaffaqiyati ham rahbarning strategik qarorlariga bog‘liq. Bozor talablarini to‘g‘ri tahlil qilish, maqsadli segmentlarni aniqlash va raqobatchilar strategiyasini hisobga olish menejerning analitik va strategik fikrlash qobiliyatini talab etadi. Samarali lider bozor o‘zgarishlariga tez moslashadi va korxonani innovatsion rivojlanish yo‘liga yo‘naltira oladi.

Bugungi kunda korxonalar oldida turgan asosiy vazifalardan biri — barqaror raqobat ustunligini yaratishdir. Bu esa qisqa muddatli natijalardan ko‘ra uzoq muddatli strategik yondashuvni talab qiladi. Raqobatbardosh mahsulot yaratish uchun sifat menejmenti tizimini joriy etish, zamonaviy texnologiyalardan foydalanish va inson resurslarini samarali boshqarish zarur. Ushbu jarayonlarda menejerning professional kompetensiyasi va rahbarlik uslubi hal qiluvchi omil bo‘lib xizmat qiladi.

Mazkur tadqiqotning maqsadi — tovar raqobatbardoshligini oshirishda menejerning turli rahbarlik uslublarining ta‘sirini aniqlash hamda samarali boshqaruv yondashuvlarini asoslashdan iborat. Tadqiqot doirasida rahbarlik uslublarining mahsulot sifati, innovatsion faoliyat, marketing samaradorligi va xodimlar unumdorligiga ta‘siri tahlil qilinadi.

### **ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODLAR**

Tovar raqobatbardoshligini oshirish muammosi iqtisodiyot, menejment va marketing sohalarida keng o‘rganilgan ilmiy yo‘nalishlardan biridir. Ilmiy adabiyotlarda raqobatbardoshlik korxonaning bozorda barqaror faoliyat yuritishi, iste‘molchilar talabini qondira olishi va raqobatchilarga nisbatan ustunlikka ega bo‘lish qobiliyati sifatida talqin etiladi. P. Kotler marketing nuqtai nazaridan raqobatbardoshlikni mahsulotning qiymat taklifi, sifat darajasi va iste‘molchi ehtiyojlariga mosligi bilan

izohlaydi. Uning fikricha, korxonada bozorda muvaffaqiyat qozonishi uchun iste'molchiga yuqori qiymat yaratishi zarur

M. Porter raqobatbardoshlikni korxonaning strategik ustunligi bilan bog'laydi va uni ta'minlash uchun xarajatlar bo'yicha yetakchilik, differensiallash va fokuslash strategiyalarini taklif etadi. Porter nazariyasiga ko'ra, raqobat ustunligi samarali boshqaruv qarorlari, innovatsiyalar va ishlab chiqarish samaradorligi orqali shakllanadi [2]. Bu esa menejerning strategik fikrlash darajasi va rahbarlik uslubining muhimligini ko'rsatadi

Rahbarlik uslublari masalasi menejment nazariyasida alohida o'rin egallaydi. S. Robbins va M. Coulter rahbarlikni tashkilot maqsadlariga erishish uchun insonlarni boshqarish va ularga ta'sir ko'rsatish jarayoni sifatida tavsiflaydi. Ularning fikricha, samarali rahbarlik xodimlarning motivatsiyasi, ish unumdorligi va tashkilot natijalariga bevosita ta'sir ko'rsatadi [3]. P. Northouse esa transformatsion, tranzaksion va laissez-faire rahbarlik uslublarini ajratib ko'rsatadi hamda transformatsion liderlik innovatsiyalarni qo'llab-quvvatlashda eng samarali model ekanini ta'kidlaydi [4].

Inson resurslarini boshqarish sohasidagi tadqiqotlar ham rahbarlik va raqobatbardoshlik o'rtasidagi bog'liqlikni tasdiqlaydi. M. Armstrongning ta'kidlashicha, xodimlarning malakasi, motivatsiyasi va tashkilotga sodiqligi mahsulot sifati hamda ishlab chiqarish samaradorligiga bevosita ta'sir qiladi. Shu sababli zamonaviy korxonalarda inson kapitalini rivojlantirish strategik ustuvor yo'nalish hisoblanadi [5].

Sifat menejmenti bo'yicha ilmiy tadqiqotlar ham raqobatbardoshlikni oshirishda boshqaruv tizimining rolini alohida qayd etadi. J. Oakland umumiy sifat menejmenti (TQM) konsepsiyasi asosida rahbarning faol ishtiroki va jamoani sifatni oshirish jarayoniga jalb etishi muhimligini ta'kidlaydi. Uning fikricha, sifatni doimiy yaxshilash orqali korxonada bozorda uzoq muddatli ustunlikka erishadi [6].

### Tadqiqot metodologiyasi

Mazkur tadqiqotda tovar raqobatbardoshligini oshirishda menejerning rahbarlik uslublarining ta'sirini aniqlash maqsadida aralash (miqdoriy va sifat) tadqiqot yondashuvi qo'llanildi. Miqdoriy ma'lumotlar so'rovnoma usuli orqali, sifat ma'lumotlari esa ekspert intervyulari va kuzatuv usuli yordamida yig'ildi.

So'rovnoma savollari xodimlarning rahbar faoliyatiga bahosi, mahsulot sifati, innovatsion faoliyat, marketing samaradorligi va ichki boshqaruv jarayonlariga oid fikrlarini aniqlashga qaratildi. Tadqiqot tanlanmasi ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish sohalarida faoliyat yurituvchi korxonalar xodimlaridan iborat bo'lib, jami 120 nafar respondent qamrab olindi. Respondentlar orasida menejerlar, mutaxassislar va texnik xodimlar mavjud bo'lib, bu natijalarning umumlashtirilish darajasini oshiradi.

Ma'lumotlarni tahlil qilishda statistik usullar — foizli taqsimot, o'rtacha qiymat, taqqoslash tahlili va korrelyatsiya usullaridan foydalanildi. Sifat ma'lumotlari esa mazmuniy tahlil (content analysis) yordamida qayta ishlanib, asosiy tendensiyalar va muammolar aniqlashtirildi. Tadqiqot davomida respondentlarning shaxsiy ma'lumotlari maxfiyligi ta'minlandi va natijalar faqat ilmiy maqsadlarda qo'llanildi.

Ushbu metodologiya menejerning rahbarlik usublari bilan tovar raqobatbardoshligi o'rtasidagi bog'liqlikni kompleks tarzda o'rganish, turli omillarning ta'sir darajasini aniqlash hamda amaliy xulosalar chiqarish imkonini berdi.

### **NATIJALAR**

Tadqiqot davomida 120 nafar respondent o'rtasida o'tkazilgan so'rovnoma natijalari menejerning rahbarlik uslubi tovar raqobatbardoshligiga bevosita va bilvosita ta'sir ko'rsatishini tasdiqladi. Respondentlarning 71 foizi rahbarning innovatsiyani qo'llab-quvvatlovchi va xodimlarni rag'batlantiruvchi uslubi mahsulot sifatini oshirishga xizmat qilishini ta'kidladi. 64 foiz respondent esa samarali boshqaruv ishlab

chiqarish samaradorligini oshirish orqali mahsulot tannarxini kamaytirishga yordam berishini bildirdi.

Transformatsion rahbarlik uslubi qo'llaniladigan korxonalarda ishlayotgan respondentlarning 76 foizi korxonada mahsulotlari bozorda raqobatbardosh ekanini qayd etdi. Ushbu korxonalarda innovatsion mahsulotlar ulushi ham yuqori bo'lib, xodimlarning 68 foizi yangi g'oyalar qo'llab-quvvatlanishini ta'kidladi. Tranzaksion rahbarlik ustun bo'lgan korxonalarda esa asosiy e'tibor ishlab chiqarish hajmi va tartib-intizomga qaratilgan bo'lib, respondentlarning 55 foizi mahsulot sifati barqaror, biroq innovatsion daraja past ekanini ma'lum qildi

Demokratik rahbarlik uslubi mavjud jamoalarda xodimlarning qaror qabul qilish jarayonida ishtiroki yuqori bo'lib, respondentlarning 62 foizi bu holat mahsulot sifatini yaxshilash va nuqsonlarni kamaytirishga yordam berishini ta'kidladi. Bundan tashqari, respondentlarning 70 foizi ochiq kommunikatsiya va jamoaviy muhokamalar marketing strategiyalarining samaradorligini oshirishga ijobiy ta'sir ko'rsatishini bildirdi.

So'rov natijalari shuningdek, raqobatbardoshlik faqat mahsulot sifati bilan emas, balki servis darajasi, brend imiji va iste'molchilar bilan aloqalar sifati bilan ham bog'liq ekanini ko'rsatdi. Respondentlarning 67 foizi rahbarning mijozlarga yo'naltirilgan strategiyasi bozor ulushini oshirishga yordam berishini qayd etdi. Bu esa marketing boshqaruvi va rahbarlik o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni tasdiqlaydi

## **MUHOKAMA**

Olingan natijalar menejerning rahbarlik uslubi tovar raqobatbardoshligining muhim determinantlaridan biri ekanini ko'rsatdi. Ayniqsa, transformatsion rahbarlik innovatsiyalarni joriy etish, xodimlarning ijodiy faolligini oshirish va uzoq muddatli strategik ustunlikni ta'minlashda eng samarali model sifatida namoyon bo'ldi. Bu natijalar Northouse hamda zamonaviy liderlik nazariyalarining asosiy xulosalari bilan mos keladi

Tranzaksion rahbarlik uslubi esa ishlab chiqarish jarayonining barqarorligini ta'minlashda muhim bo'lsa-da, bozorda differensial ustunlik yaratishda yetarli darajada samarali emasligi aniqlandi. Mukofot va jazoga asoslangan boshqaruv modeli xodimlarning qisqa muddatli samaradorligini oshirishi mumkin, biroq innovatsion rivojlanishni cheklashi ehtimoli mavjud

Demokratik rahbarlik uslubi jamoada ijobiy psixologik muhitni shakllantirish, xodimlarning tashkilot maqsadlariga sodiqligini oshirish va mahsulot sifatini yaxshilashda muhim rol o'ynashi aniqlandi. Qaror qabul qilish jarayoniga xodimlarni jalb etish ularning mas'uliyat hissini kuchaytiradi hamda ishlab chiqarishdagi xatoliklarni kamaytiradi. Bu esa umumiy sifat menejmenti tamoyillariga mos keladi

Natijalar shuni ham ko'rsatdiki, raqobatbardosh mahsulot yaratish uchun menejer strategik fikrlash, marketing tahlili va inson resurslarini boshqarish ko'nikmalariga ega bo'lishi zarur. Bozor talablariga moslashuvchanlik, innovatsion yondashuv va sifatni doimiy takomillashtirish rahbar faoliyatining ustuvor yo'nalishlari bo'lishi kerak

## **XULOSA**

Mazkur tadqiqot tovar raqobatbardoshligini oshirishda menejering rahbarlik uslublari hal qiluvchi ahamiyatga ega ekanini ilmiy jihatdan asoslab berdi. Tadqiqot natijalariga ko'ra, samarali rahbarlik mahsulot sifati, innovatsion faollik, marketing samaradorligi va ishlab chiqarish unumdorligini oshirish orqali korxonaning bozordagi mavqeini mustahkamlaydi. Transformatsion rahbarlik uslubi eng yuqori samaradorlikni ta'minlab, korxonaga uzoq muddatli raqobat ustunligini yaratish imkonini beradi. Demokratik boshqaruv elementlari esa jamoaviy hamkorlikni kuchaytirib, sifatni oshirishga xizmat qiladi. Tranzaksion rahbarlik esa tartib-intizom va barqaror ishlab chiqarishni ta'minlashda muhim, biroq innovatsion rivojlanish uchun yetarli emas.

Shuningdek, raqobatbardoshlikni oshirish faqat texnik va iqtisodiy omillar bilan emas, balki inson omili bilan ham chambarchas bog'liq ekani aniqlandi. Shu sababli

korxonalarda zamonaviy menejment yondashuvlarini joriy etish, xodimlarni rivojlantirish va innovatsiyalarni qo‘llab-quvvatlash strategik ustuvor vazifa bo‘lib qoladi.

Tadqiqot natijalari korxonalar rahbarlari, menejerlar hamda iqtisodiy siyosat ishlab chiquvchilar uchun amaliy ahamiyatga ega bo‘lib, mahsulot raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan samarali boshqaruv qarorlarini qabul qilishda qo‘llanishi mumkin.

### **ADABIYOTLAR RO‘YXATI**

1. Kotler, P., Keller, K. L. Marketing Management. — 15th ed. — Boston: Pearson Education, 2016. — 714 p.
2. Robbins, S. P., Coulter, M. Management. — 14th ed. — Boston: Pearson, 2018. — 720 p.
3. Porter, M. E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. — New York: Free Press, 1985. — 592 p
4. Northouse, P. G. Leadership: Theory and Practice. — Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2019. — 608 p
5. Armstrong, M. Armstrong’s Handbook of Human Resource Management Practice. — London: Kogan Page, 2020. — 824 p
6. Grant, R. M. Contemporary Strategy Analysis. — 9th ed. — Oxford: Wiley-Blackwell, 2016. — 544
7. Oakland, J. S. Total Quality Management and Operational Excellence. — London: Routledge, 2014. — 520 p.
8. Axmadaliyevna, D. S. (2024). O ‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI BANKLARIDA KREDIT SIYOSATI VA KREDIT RISKLARINI BOSHQARISH. Worldwide Cross-Disciplinary Research, 1(1).
9. Tursunov, D. (2025). THE ROLE OF INTERNATIONAL HOTEL BUSINESS IN GLOBAL ECONOMY AND FEATURES OF DEVELOPMENT. TADDIQOTLAR, 76(6), 301-308.