

## RAQOBATBARDOSHLIK TUSHUNCHALARINING MOHIYATI VA TAVSIFLANISHI

**Vaisov Dilshod Ibodullayevich,**

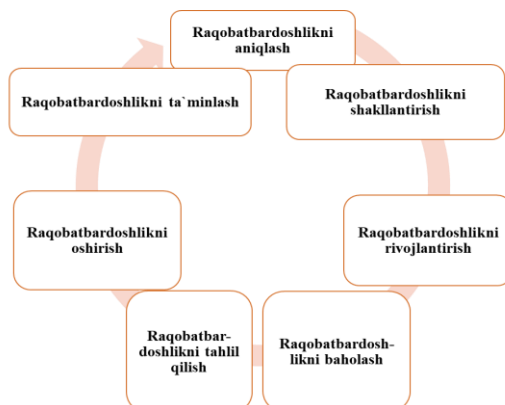
“Ma'mun” NTM, Buxgalteriya hisobi va biznes boshqaruvi kafedrası o'qituvchisi,  
URDU mustaqil tadqiqotchisi

**Annotatsiya.** Mazkur maqolada raqobatbardoshlikni boshqarish jarayoni, raqobatbardoshlik tushunchalarining mohiyati, tasniflanishi hamda yaxlit tizim sifatida bog'lanishi keltirilgan. Turli adabiyotlar tahlili asosida tushunchalarning tavsiflanishi amalga oshirilgan.

**Kalit so'zlar.** Raqobat, raqobatbardoshlik, raqobatbardoshlikni boshqarish, raqobatbardoshlik tushunchalari, raqobatbardoshlik ko'rsatkichlari, raqobatbardoshlik xususiyatlari.

Keyingi yillarda “raqobatbardoshlik” tushunchasi tobora keng sohalarda qo'llanila boshlandi. Jumladan, mazkur tushuncha va u bog'liq boshqa atamalar siyosat, sport, davlat boshqaruvi, psixologiya, tibbiyot va boshqa shu kabi ijtimoiy sohalarda yanada ko'proq ishlatilmoqda. Tushunchaning kelib chiqishi va rivojlanishi bevosita iqtisodiy bilimlar va adabiyotlar bilan bog'liq bo'lib hisoblanadi. Bugungi kunda har qanday iqtisodiy mavzuga oid adabiyotlar bilan tanishishda raqobat va raqobatbardoshlik bilan bog'liq tushunchalarga duch kelasiz. Chunki, bozor iqtisodiyotining asosi tadbirkorlik subyektlarining o'zaro musobaqasi asnosidagi erkin raqobat muhitiga bog'lanadi. Keyingi yillarda esa raqobatdan ham ko'proq raqobatbardoshlik, raqobatlashish tushunchalariga ko'proq urg'u qaratila boshlandi va u bilan bog'liq tushunchalarning qamrovi juda ham kengaydi. Iqtisodiy adabiyotlar hamda jarayonlarni to'g'ri va to'liq tushunish, undagi maxsus atama va tushunchalarning mazmun - mohiyatini anglash asosida kechadi. Mazkur ilmiy ishlanma raqobatbardoshlik va u bilan bog'liq ilmiy tushunchalarning iqtisodiy adabiyotlarda qo'llanilishi, ularning mohiyati va tasniflanishiga bag'ishlanadi.

Raqobat tabiiy jarayon u jamiyat hayotida ham, bozor munosabatlarida ham, tabiiy omillar ta'sirida shakllanadi. Iqtisodiyotning erkin rivojlanishining sharti sifatida raqobat bo'lishini asoslashdan kelib chiqqan holda raqobatning iqtisodiy kategoriya, atama ekanligi isbotlanadi. Raqobatbardoshlik tushunchasi esa bizning nazarimizda iqtisodiyotdan ko'proq boshqaruv va menejment bilan bog'liq bo'ladi, chunki raqobat muhiti va u bilan bog'liq omillarni hisobga olgan holda maxsus tashkiliy - iqtisodiy va boshqaruv usul, metodlarni qo'llash orqali raqobatbardoshlik shakllantiriladi. Yoki, raqobatbardoshlikni shakllantirilishi va uni keyinchalik ta'minlanishi, oshirilishi, yaxshilanishi yoxud barbod bo'lishi ham bevosita boshqaruv, menejment jarayonining mahsuli bo'lib hisoblanadi. Shu nuqtai nazardan, raqobatbardoshlik doimiy yoki takrorlanuvchi boshqaruv jarayoni bo'lib, ushbu jarayon avvalo boshqariladi. Bizningcha, raqobatbardoshlikni boshqarish jarayoni quyidagi bosqichlar asosida amalga oshiriladi.



### 1-chizma. Raqobatbardoshlikni boshqarish jarayoni [6]

Dastlabki bosqichda raqobat muhiti va undagi korxonaning, yoki korxonaga taklif qilayotgan tovar, ish, xizmatning raqobatbardoshligi aniqlanadi. Aniqlovchi yoki belgilovchi mezonlar asosida raqobatbardoshlik shakllantiriladi. Bizningcha shu joyda ahamiyat qaratish lozim bo'lgan jihat mavjud bo'lib, u ham raqobatbardoshlik (korxonaga, tovar yoki xizmat) shakllantirilishi ichki muhit tomonidan ya'ni, boshqaruvchilar tomonidan amalga oshiriladi. Ya'ni raqobatbardoshlikni shakllantirishda tashqi ta'sir deyarli bo'lmaydi. Bu bosqichda asosan xususiy, o'ziga xos raqobat ustunliklari yaratiladi va ajratib, belgilab olinadi. Keyingi bosqich, raqobatbardoshlikni rivojlantirish bo'lib, bunda reklama, hamkorlik aloqalari vositasida oldin shakllantirilgan raqobatbardoshlik tashqi muhit, raqobat muhitiga moslashtiriladi. Raqobatbardoshlikni boshqarishning keyingi bosqichida shakllangan, rivojlantirilgan raqobatbardoshlik raqobatchilarga taqqoslanadi va maxsus metodlar asosida baholanadi. Raqobatbardoshlikni baholash natijalari chuqur tahlil qilinadi. Tahlil qilishdan maqsad uni yanada yaxshilash, raqobatbardoshlikni oshirish uchun imkoniyatlar, zahiralarni topish yoki raqobatbardoshlikga xavf solayotgan risk hamda omillarni bartaraf etish bo'ladi. Keyingi bosqichda tahlil bergan yo'nalishlar asosida korxonaning yoki tovar, xizmatning raqobatbardoshligi oshiriladi. Mavjud aloqa va ta'sir mexanizmlaridan, raqobat muhiti imkoniyatlardan foydalanib, raqobatbardoshlik ta'minlanishi lozim. Boshqaruvning oltin tamoyili, ya'ni doimiy yaxshilashdan kelib chiqib, yuqorida izohlangan bosqichlar doimiy takrorlanib boriladi.

Yuqorida keltirilgan chizma va unga izohlardan foydalanib asosiy bosqichlarga nisbatan ta'riflarni shakllantirib olamiz:

Raqobatbardoshlikni boshqarish – bu doimiy va takrorlanish xususiyatlariga ega bo'lgan bir nechta bosqichni o'z ichiga olgan boshqaruv jarayoni bo'lib, jarayonni amalga oshirishdan pirovard maqsad raqobatbardoshlikni ta'minlashdan iborat.

Raqobatbardoshlikni aniqlash – bu raqobatbardoshlikni shakllantirish uchun zaruriy mezonlar va ularning ko'rsatkichlarini belgilab olishdan iborat jarayondir.

Raqobatbardoshlikni shakllantirish – bu oldindan aniqlangan mezonlar asosida muayyan va o'ziga xos raqobat ustunliklarini yaratishdan iborat.

Raqobatbardoshlikni rivojlantirish – shakllangan raqobat ustunliklarini raqobat muhiti talablariga moslashtirishdan iborat jarayondir.

Raqobatbardoshlikni baholash – mavjud raqobatbardoshlik darajasini raqobatchilar yoki aniq bir etalonlarga nisbatan taqqoslash, raqobat ustunliklariga baho berish jarayonidir.

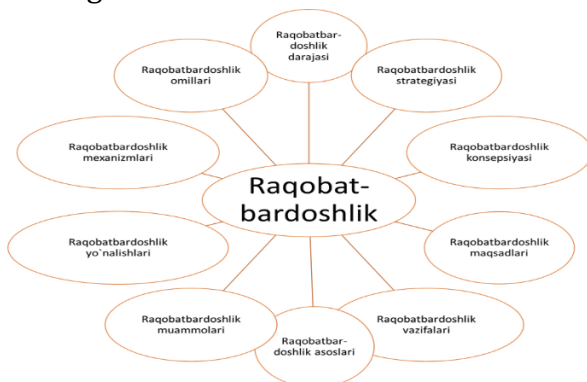
Raqobatbardoshlikni tahlil qilish – raqobatbardoshlikni baholash natijalari asosida foydalanilmagan imkoniyatlar va aniqlangan kamchilik, xavflarni belgilash, raqobatbardoshlikni oshirish yo`nalish hamda omillarini belgilab olishdan iborat.

Raqobatbardoshlikni oshirish – oldindan aniqlangan yo`nalishlar asosida qo`shimcha raqobat ustunliklarini yaratish, raqobatbardoshlik omillarini shakllantirishdan iborat jarayondir.

Raqobatbardoshlikni ta`minlash – bu mavjud raqobat ustunliklari hamda raqobatbardoshlik omillarini kuchaytirish, tashqi raqobat muhiti imkoniyatlaridan foydalanib raqobatbardoshlikni mustahkamlash jarayonidir [1]. Raqobatbardoshlikni ta`minlash faqat tashkilot tomonidan amalga oshirilmaydi. U barcha manfaatdor tomonlar, hamkorlar, komissionerlar, mahalliy hokimiyat va hukumat, iqtisodiy tarmoq boshqaruvi mansabdorlari ishtiroki hamda harakati asosida ta`minlanadi. Raqobatbardoshlikni boshqarish jarayonining pirovard maqsadi “raqobatli ustunlik” yaratish bo`lib, “raqobatli ustunlik” – deganda tovar yoki xizmatning, korxonaga yoki tadbirkorlik subyektining bevosita raqobatchilariga nisbatan ma`lum bir ustunlik beradigan xarakteristikasi va xususiyatlarini tushunish lozim. [2]

Raqobatbardoshlikni boshqarish hamda u bilan bog`liq ilmiy adabiyot va ishlanmalarni to`liq tushunish hamda tadqiq etish uchun bir qator ilmiy, amaliy manba hamda nashrlarda ishlatilgan raqobatbardoshlik bilan bog`liq tushuncha va atamalar belgilab olindi. Mazkur atamalarni mazmun - mohiyati va ishlatilish o`rni, o`zaro bog`liqligi xususiyatlaridan kelib chiqib, quyidagi 2- chizmadagi ko`rinishda tasniflashni lozim topdik.

Raqobatbardoshlik bilan bog`liq bo`lgan ilmiy - amaliy tushunchalar ko`p bo`lib, ularni o`zaro bog`lanish xususiyatlari raqobatbardoshlikni boshqarish jarayoniga aloqadorligidan kelib chiqib, mazkur tushunchalarni tanladik. Ularni tasniflashda keying tushuncha bevosita oldingi atamaning mazmuni va ishlatilishidan kelib chiqqan holda tasniflanadi. Quyida ushbu raqobatbardoshlik tushunchalarining tavsiflanishi ham keltirildi.



### 2-chizma. Raqobatbardoshlik tushunchalarining taniflanishi [6]

Raqobatbardoshlik darajasi – raqobatbardoshlik obyektining (korxonaga, tovar va xizmat) muayyan vaqt oralig`ida ma`lum bozorlarda (alohida segmentlarda) raqobatbardosh hujumga qarshi turish qobiliyatining xususiyatlarini aks ettiruvchi nisbiy ko`rsatkich.

Raqobatbardoshlik strategiyasi – bu tashkilotning eng muhim xususiyati bo'lib, uning faoliyat davomidagi har xil, uzoq muddatli, noqulay o'zgarishlarga nisbatan chidamliligini tavsiflaydi.

Raqobatbardoshlik konsepsiyasi – bu har qanday tashkilotning raqobatdosh tashkilotlarning tovarlariga qaraganda o'z missiyasiga yanada muvaffaqiyatli erishish xususiyati yoki qobiliyatini yaratish, shakllantirishda iboratdir.

Raqobatbardoshlik maqsadlari – bozorda ma'lum bir mahsulotning doimiy jozibadorligini ta'minlash, unga raqobatchilarning o'xshash mahsulotiga nisbatan ustunlik berish, tashkilot faoliyatining doimiy, uzluksiz va barqarorligini ta'minlash.

Raqobatbardoshlik vazifalari – raqobat ustunliklarini yaratish bilan bog'liq masalalarni hal qilish xususiyatlarini tavsiflaydi. Raqobatbardoshlikning umumiy vazifalari sifatida quyidagilar keltirish mumkin: [3]

- Rag'batlantiruvchi. Raqobatbardoshlikning ushbu funktsiyasi uning natijaviyligi bilan izohlanadi, ya'ni, raqobatbardoshlik ta'minlandimi u moddiy, ijtimoiy yoki boshqa ko`rinishlarda o`zining mevasini beradi. Innovatsion – raqobatbardoshlikni ushlab turish yoki shakllantirish novatorlik asosida, yangiliklarni amalga oshirish evaziga amalga oshiriladi. Samarali – raqobatbardoshlikni oshirish bevosita samarali boshqaruv jarayoni hisobiga amalga oshiriladi. Samaradorlik bo`lmasa, raqobat ustunligi ham bo`lmaydi. Farqlanish – differentsiallashtirish raqobat kurashida yutib chiqishning muhim jihatidir, raqobat jarayonida doimiy tarzda taqqoslash, solishtirish qilinadi. Ijobiy farqli jihatni yaratish bu raqobat ustunligi demakdir. Transformatsion – raqobatbardoshlikni shakllantirish, rivojlantirish, oshirish va ta'minlash o`zgarish, o`zgartirishlar, takomillashishlar asosida amalga oshiriladi. Raqobatbardoshlik obyekti (korxonalar, tovar va xizmat) doimo qarshi tomonlar kuzatuv ostida bo`ladi. Shu sababli raqobatda qolish dinamik transformatsiyani talab qiladi.

Raqobatbardoshlik asoslari – raqobatlashishda ichki va tashqi imkoniyatlar, moddiy va nomoddiy baza, boshqaruv va kadrlar salohiyati, turli iqtisodiy va ijtimoiy aloqalarga bog'lanib, tayanib harakat qilishdan iborat. Asoslar yetarli bo`lmasa, shakllanish ham bo`lmaydi.

Raqobatbardoshlik muammolari – bu raqobatbardoshlikni shakllantirish, ta'minlash hamda oshirishga halaqit berayotgan hamda hal qiluvchi ta'sirga ega masala hamda kamchilik majmuidir. Alohida ravishda raqobatbardoshlik muammolarini aniqlash uning yechimini hamda bajaruvchisini topishga yordam beradi. Korxonaning raqobatbardoshligiga ta'sir ko'rsatadigan asosiy muammolar sifatida asosiy vositalarning eskirishi, malakali xodimlarning yetishmasligi, ilmiy ishlanmalardan foydalanish, shuningdek mamlakatdagi iqtisodiy va siyosiy vaziyatni ko'rsatish mumkin. Raqobatbardoshlikni boshqarishda doimiy ravishda muammolarni aniqlash va ularni o`z vaqtida katta urg'u berilishi lozim bo`ladi.

Raqobatbardoshlik yo`nalishlari – bu raqobatbardoshlik bilan ko'proq bog'langan jarayon va ko'rsatkichlar bo'lib, asosiy raqobatbardoshlik yo`nalishlari sifatida quyidagilarni doimiy yaxshilashni keltirish mumkin: – korxonaning ishlab chiqarish va xo'jalik faoliyati;

- korxonaning moliyaviy holati; - ishlab chiqarish rentabelligi, sotish rentabelligi; - mahsulotning raqobatbardoshligi; - marketing faoliyati samaradorligi; - boshqaruv samaradorligi; - korxonalar imidji.

Raqobatbardoshlik mexanizmlari – ta'sir kuchi mavjud bo'lgan hamda amalga oshirilishi raqobatbardoshlik ko'rsatkichlarining o'zgarishiga olib keluvchi boshqaruv jarayoni yoki boshqaruv bo'g'ini, boshqaruv organining bo'limlarining yig'indisidan iborat. [4] Raqobatbardoshlik mexanizmlari sifatida esa: - boshqaruv tizimini muntazam ravishda baholash;

- umumiy sifat menejmenti tamoyillariga asoslanish; - raqobatbardoshligini oshirishning murakkabligini hisobga olib boshqaruvning barcha funktsiyalarini doimiy tahlil qilish; - tashkilotda sodir bo'ladigan barcha jarayonlarni ikki tomonlama (strategik va operatsion) tahlil qilish imkoniyatini shakllantirish; - baholangan funktsiyalar va jarayonlarni tartiblab borish; - tahlil qilingan va takomillashtirilgan xususiyatlar asosida raqobatbardoshlik mexanizmlarini mahalliy iqtisodiyot va eksport bozorlari xususiyatlari hamda talablariga moslashtirish.

Raqobatbardoshlik omillari – bu firmani raqobatchilardan ajratib turadigan ko'nikma va imkoniyatlardir. Boshqacha aytganda raqobatbardoshlik omillari zaruriy shart sifatida raqobatbardoshlik maqsadlariga erishish uchun inobatga olinishi hamda baholanishi lozim jihat hamda xususiyatlardir. M.Porter nazariyasi asosida raqobatbardoshlikning quyidagi beshta omili: sifat, narx, reklama, tadqiqot va rivojlanish, servis (xizmat) ajratib ko'rsatiladi. Shuningdek, Porter raqobatbardoshlikning barcha omillarini bir necha guruhga ajratgan bo'lib, ular quyidagilardan iborat [5]: - asosiy va rivojlantirilgan; umumiy va ixtisoslashgan; tabiiy va sun'iy ravishda yaratilgan; tashqi va ichki.

Bundan tashqari tadbirkorlik va biznesdagi raqobatga ta'sir qiluvchi to'g'ridan-to'g'ri va bilvosita bir qator omillar mavjud; bularga davlat siyosati, bozor hajmi tuzilishi, unga kirish va chiqish to'siqlari, biznesning joylashuvi, mahsulot sifati va xususiyatlari, mijozlarning mavjudligi va ularning moliyaviy imkoniyatlari, potentsial sonini ham kiritish mumkin.

Xulosa sifatida yuqorida keltirilgan raqobatbardoshlik tushunchalarining tavsiflanishi ham ilmiy, ham amaliy jihatdan boshqaruv jarayoni hamda ilmiy taqiqot ishlarida qo'llanilishi uchun xizmat qilishi bilan ahamiyatlidir. Shuningdek, mazkur raqobatbardoshlik tushunchalarini amaliy masalalar hamda keyslar asosida yoritish hamda tushuntirish ham ularni yanada yaxshiroq anglashga hamda iqtisodiyotda, ishlab chiqarishda qo'llanilishiga ijobiy turtki bo'ladi deb hisoblaymiz.

### Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Матвеева.Криворотов.Машкова.Корсунов., Повышение конкурентоспособности промышленных предприятий на основе развития инновационной деятельности., Екатеринбург.,2018 г
2. М.Умарходжайева., S. Mahmudov., Raqobatbardoshlik., Darslik. Toshkent., 2021 yil
3. R.Fatxutdinov., Raqobatbardoshlik: iqtisodiyot, strategiya, boshqaruv., M. Infra 2000.,312 b
4. А.Мокроносов., И. Маврина., Конкуренция и конкурентоспособность. уч.пособие.,Екатеринбург. 2014 г
5. М.Портер. Конкурентное преимущество: как достичь реезультата и обеспечить его устойчивость., М. Альбина бизнес букс.2005. 715 с.
6. Muallif ishlanmasi.