



## RAQOBAT STRATEGIYASI, BOSQICHLARI, RAQOBATNING ASOSIY VAZIFALARI, TURLARI VA USULLARI

**A.N.Xoliqulov** – SamISI “Iqtisodiy tahlil va statistika” kafedrasini mudiri, i.f.n., professor,  
“Ipak yo‘li” Turizm va madaniy meros xalqaro universiteti “Xalqaro biznes va kreativ  
iqtisodiyot” kafedrasini professori

Raqobatning mazmuni uning vazifalarini ko‘rib chiqish orqali yanada kengroq namoyon bo‘ladi. Hozirgi bozor iqtisodiyotida raqobatning quyidagi asosiy vazifalarini ajratib ko‘rsatish mumkin:

### ***Raqobatning vazifalari:***

1. Tartibga solish vazifasi
2. Resurslarni joylashtirish vazifasi
3. Innovatsion vazifa
4. Moslashtirish vazifasi
5. Taqsimlash vazifasi
6. Nazorat qilish vazifasi

Raqobat kurashining mazmuni to‘g‘risida to‘laroq tushunchaga ega bo‘lish uchun uning asosiy shakllari va belgilarini ko‘rib chiqish zarur. O‘z miqyosiga ko‘ra raqobat ikki turga – tarmoq ichidagi va tarmoqlararo raqobatga bo‘linadi.

Tarmoq ichidagi raqobat tovar ishlab chiqarish va sotishning qulayroq sharoitiga ega bo‘lish, qo‘shimcha foyda olish uchun bir tarmoq korxonalari o‘rtasida boradi. Har bir tarmoqdagi mavjud korxonalarining texnika bilan ta‘minlanish va mehnat unumdorligi darajalari turlicha bo‘lganligi sababli, ushbu korxonalarda ishlab chiqarilgan tovarlarning individual (alohida) qiymati bir xil bo‘lmaydi.

Raqobat kurashining ikki usuli farqlanadi: narx vositasidagi raqobat va narxsiz raqobat.

Narx vositasida raqobatlashuvda kurashning asosiy usuli bo‘lib ishlab chiqaruvchilarning o‘z tovarlari narxini boshqa ishlab chiqaruvchilarning shunday mahsulotlari narxiga nisbatan pasaytirishi hisoblanadi. Uning asosiy va eng ko‘p qo‘llaniladigan ko‘rinishi – «narxlar jangi» deb ataladiki, bunda yirik ishlab chiqaruvchilar raqiblarini tarmoqdan siqib chiqarish uchun narxni vaqti-vaqti bilan yoki uzoq muddat pasaytirib turadi. Bu usulni qo‘llash uchun ishlab chiqaruvchi boshqa raqiblariga qaraganda unumliroq texnologiyani kiritishi, malakaliroq ishchilarni yollashi va ishlab chiqarishni yaxshiroq tashkil qilishi kerak bo‘ladi. Faqat shundagina uning tovarining individual qiymati bozor qiymatidan past bo‘lib, mazkur tovar narxini pasaytirish imkonini beradi. Narx vositasida raqobatlashish usullaridan biri – demping



narxlarni qo'llashdir. Bunda milliy ishlab chiqaruvchilar o'zlarining tovarlarini boshqa mamlakatlarga ichki bozordagi narxlardan, ayrim hollarda tannarxidan ham past bo'lgan narxlarda sotadi. Shu orqali ular ichki bozorda narxlarning barqarorligiga erishish mamlakatdagi ortiqcha mahsulotni yo'qotish, yangi bozorlarga kirib olish va unda o'zlarining iqtisodiy mavqeini mustahkamlashga harakat qiladi.

Ayrim hollarda narx yordamida raqobatlashishning belgilangan narxlardan chegirma qilish, asosiy xarid qilingan tovarlarga boshqa tovarlarini qo'shib berish, muayyan hollarda imtiyozli narxlarni belgilash kabi usullaridan ham foydalaniladi.

Hozirgi davrda bozor iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda narx yordamida raqobat qilish o'z o'rniga ega emas, chunki ishlab chiqaruvchilardan birining o'z mahsuloti narxini pasaytirishi uning raqobatchilarining ham shunday harakat qilishiga olib keladi. Natijada firmalarning bozordagi mavqei o'zgarmay, faqat tarmoq bo'yicha foyda hajmini kamaytiradi.

Narxsiz raqobat shu bilan tavsiflanadiki, bunda raqobat kurashining asosiy omili tovarlarning narxi emas, balki uning sifati, servis xizmat ko'rsatish, ishlab chiqaruvchi firmaning obro'-e'tibori hisoblanadi

Bozor iqtisodiyotining ilk belgilari paydo bulishi bilan unga xos raqobat xam yuzaga keladi. Iqtisodiyot rivojiga mos xolda raqobatchilik munosabatlari xam takomillashib boradi. Bozor raqobati tarixan 4 bosqichdan utadi.

Birinci bosqich - bu natural xo'jalikdan bozor iqtisodiyotining dastlabki shakllariga o'tish bo'lib, bu davrda raqobat mayda tovar ishlab chiqaruvchilar o'rtasida boradi. Bu bosqichda raqobat maxalliy bozorlar doirasida borasida, u bir turdagi tovar ishlab chiqaruvchilar o'rtasida bo'ladi. Raqobatda golib chiqish vositasi tajriba to'plab, mehnat mahoratini oshirish hisoblanadi.

Ikkinchi bosqich - bu kapitalistik erkin raqobat bosqichidir. Bu bosqich tovar xo'jaligining ommaviy tus olishi bilan, mayda tovar ishlab chiqarish o'rniga yirik mashinalar tizimiga va yollangan mehnatga tayangan tovar ishlab chiqarishning kelishi bilan harakterlanadi. Raqobatni cheklashlar bo'lmaydi, u erkin kurashga aylanadi, bu kurash mahalliy bozorlar doirasidan chiqib, milliy bozor miqyosida yuz beradi. Raqobat shiddatli boradi, uning ishtirokchilari ko'pchilikdan iborat bo'ladi. Raqobatda golib chiqishning sharti yangi texnikani joriy etib, mehnat unumdorligini ustirish, yangi tovarlarni ishlab chiqarish bo'ladi.

Uchinchi bosqich - bu monopol raqobat bosqichi bo'lib, u yakka xokimlikka intiluvchi yirik korxonalarining kurashidir. Raqobat iqtisodni monopollashgan va monopollashmagan sohalarida alohida boradi, ammo bu sohalar o'rtasida ham kurash ketadi. Raqobatda yengib chiqish shartlari ikkinchi bosqichdagidek bo'ladi, ammo o'zaro kurashda bozorni egallab olish, siyosiy xokimiyatdan foydalanish kabilar keng qo'llanadi. Bu bosqichda monopol raqobat



yetakchi bo'lsa-da, erkin raqobat yo'qolib ketmaydi, u ikkinchi qatorga suriladi. Iqtisodiyotda monopol raqobat sohasi va erkin raqobat sohaslariga ajralish bo'ladi.

To'rtinchi bosqich - yangicha erkin raqobat bosqichi bo'lib, u aralash iqtisodiyotga xosdir. Bu bosqichda raqobatchilar g'oyat ko'pchilik bo'lib, ular yirik korporatsiyalar, o'rtacha, mayda va o'ta mayda korxonalaridan iborat bo'ladi. Raqobat doirasi kengayib, u ishlab chiqarishdan tashqari, xizmat ko'rsatish sohasida ham faollashadi, u moliya bozoriga shiddat bilan kirib boradi, hatto sayohat biznesi, shou (tomosha) biznes, sport biznesi, harbiy biznes kabilarni xam o'z domiga tortadi. Raqobatlashuv baynalmilallashib, xalqaro bozor doirasida ham yuz beradi. Eng yangi texnika-texnologiyani qo'llash, boshqarishni kompyuterlashtirish, tovar tarkibini zudlik bilan yangilash, eng malakali ish kuchiga ega bo'lish, informatsiyadan foydalanish va, nihoyat, zamonaviy marketing xizmatini uyushtirish raqobatda yengib chiqish shartiga aylanadi.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YHATI**

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. «O'zbekiston — 2030» strategiyasi to'g'risida. –Toshkent. 12.09.2023 yil.
2. Sh.M. Mirziyoev. Tanqidiy taxlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik- xar bir raxbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak. -Toshkent: O'zbekiston, 2022. - 104 b.
3. Pardaev M.Q., Xoliqulov A.N., Yahyoyev T.I. Iqtisodiy tahlil. Darslik, Samarqand.: Fan bulog'i nashriyoti uyi, 2024, 410 bet bet. T.:
4. Xoliqulov A.N. Birlashish va qo'shib olish. O'quv qo'llanma Samarqand.: Fan bulog'i nashriyoti uyi, 2022, 216 bet
5. Xoliqulov A.N., Maxmudova D.P. Iqtisodiyotni strategik rivojlantirish sharoitida kichik biznesni boshqarishni takomillashtirish. Monogpafiya. Samapqand, SamDCHTI nashr-matbaa markazi, 2020 yil – 126 bet
6. Xoliqulov A.N., Ibodov K.B. Monopoliyaga qarshi boshqaruv nazariyasi. Darslik, Samarqand.: Fan bulog'i nashriyoti uyi, 2024, 360 bet
7. Xoliqulov A.N. Xizmat ko'rsatish korxonalari samaradorligini tahlil qilishning metodologiyasini takomillashtirish yo'nalishlari. Monografiya. Samarqand iqtisodiyot va servis instituti – Samarqand.: “STEP-SEL” MCHJ. Nashriyoti, 2023 - 276 bet
8. Xoliqulov A.N., Usmanova D.Q., Raximov X.A. Korxonalar raqobatbardoshligini baholash. O'quv qo'llanma. Samarqand, Turonnashr nashriyoti, 2021 y. – 210 bet.