

**Raqobatbardoshlikning iqtisodiy mohiyati va unga ta'sir etuvchi omillar**

Toshkent axborot texnologiyalari universiteti mustaqil izlanuvchisi

Ismoilova Nodira

Annotatsiya. Maqolada XXI asr boshidan boshlab global miqyosda raqamli texnologiyalar kirib kelishi natijasida yuzaga kelgan iqtisodiy transformatsiya jarayonlari, raqobatning evolyutsiyasi va milliy iqtisodiyotlar uchun innovatsion rivojlanishning ustuvor omillari chuqur tahlil qilingan. Raqamli iqtisodiyotning shakllanishi, transaksion sektorning o'sishi, xizmat ko'rsatish bozorining offline va online segmentlardagi tarkibiy o'zgarishlar hamda texnologik yangilanishlar korxonalar faoliyatini raqobatbardosh qilishdagi rolga alohida e'tibor qaratilgan.

Kalit so'zlar. raqamli iqtisodiyot; raqobatbardoshlik; xizmatlar bozori; innovatsion rivojlanish; narxsiz raqobat; transaksion sektor; iqtisodiy transformatsiya; informatsion texnologiyalar; Porter nazariyasi; xizmat sifatini boshqarish; texnologik modernizatsiya; aloqa xizmati; iqtisodiy samaradorlik.

XXI asrning boshida G'arbiy Yevropa va Shimoliy Amerika qit'asi ijtimoiy – iqtisodiy xayotiga yangi innovatsiyalar raqamli (digital) ko'rinishda shiddat bilan kirib kela boshladi. Jahon mamlakatlari tajribasi innovatsiyani yangi ko'rinishi sifatida raqamli texnologiyalarni barcha sohalarida iqtisodiy o'sishni ta'minlovchi yangiliklarni uzluksiz tarzda amaliyotga joriy etish orqali, jamiyat va iqtisodiy rivojlanishning xarakatlantiruvchi kuchiga aylanganini ko'rsatmoqda. Raqamli texnologilarga bo'lgan qiziqish jamiyat va iqtisodiyotda ro'y bergan jiddiy o'zgarishlar tufayli sezilarli darajada o'sdi. Zamonaviy raqamli texnologiyalar va dasturlar, hamkorlar va davlat tashkilotlari bilan shaxsiy muloqotni minimallashtirish hisobiga korxonalar va jismoniy shaxslarga xarajatlarini qisqartirishga yordam berdi, shuningdek, o'zaro muloqotni yanada tez va oson yo'lga qo'yishga imkoniyat yaratdi. Natijada tarmoq resurslariga asoslangan, raqamli yoki elektron iqtisodiyot paydo bo'ldi. Iqtisodiyotning innovatsion segmentiga tegishli bosh manba – trakzaksion sektorning o'sishidir.

Mamlakatimiz iqtisodiy islohatining bugungi kunga kelib xizmat ko'rsatishni tashkil etish, raqobatbardosh xizmat xizmat ko'rsatishni rejalashtirish va xizmat sifat ko'rsatkichlariga ta'sir etayotgan masalalarni kompleks tizimidan bozor munosabatiga o'tishi bilan harakterlash mumkin.

Bunda nafaqat offline balki online bozorni xarakatga keltiruchi, uning taraqqiy etishiga katta ta'sir ko'rsatuvchi kuch - bu raqobatdir. Raqobatning iqtisodiy mazmunini tushinib olish, unga turli tomondan yondashishni talab qiladi. Raqobat korxonaning eng samarali texnologiyaga o'tish, ilg'or xizmat ko'rsatishni ta'minlab borishga undaydi. U past va kam samarali texnologiya asosida xizmat ko'rsatishni uyushtirilgan korxonalarni



qo‘llamaydi va ularning boshqa ilg‘or raqiblar tomonidan siqib chiqarilishiga olib keladi

Shuning uchun raqobat, aytganimizdek, texnik progress imkoniyatini qo‘llaydi va uni keng taraqqiyotga undaydi. Hamda korxonalar mehnat unumdorligini oshirish, xarajatlarni kamaytirish, xizmat ko‘rsatish va mehnatni oqilona tashkil etishga, binobarin xizmat ko‘rsatishni kengaytirish va samaradorligini oshirishga doim undab turadi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida xizmat ko‘rsatuvchilar o‘rtasidagi raqobatning ikkita asosiy - tarmoqlararo va tarmoq ichidagi shakli mavjud:

1) tarmoqlararo raqobat turli tarmoqdor korxonalari o‘rtasidagi eng yuqori foyda normasi olish uchun olib boriladigan kurashdan iborat. Bunday raqobat foyda normasi kam bo‘lgan tarmoqlardan foyda normasi yuqori tarmoqlarga kapitallarning oqib o‘tishiga sabab bo‘ladi.

2) tarmoq ichidagi raqobat xizmat ko‘rsatish va sotishning qulayroq sharoitiga ega bo‘lish, qo‘shimcha foyda olish uchun bir tarmoq korxonalari o‘rtasida boradi.. Har bir tarmoqqa texnika bilan ta‘minlanish darajasi va mehnat unumdorligi darajasi turlicha bo‘lgan korxonalar borligi sababli shu korxonalarda ishlab chiqarilgan tovarlarning individual(alohida) qiymati bir xil bo‘lmaydi.

Tadqiqotlar ko‘rsatadiki, dastavval raqobatbardoshlik mazmunini ta‘riflashda uch: klassik, neoklassik va marjinal neoinstitutsional yo‘nalish namoyondalarining fikrlari farqlanadi. Mazkur yo‘nalishlar nazariyalari va zamonaviy yondashuvlarni tatqiq etish natijasida dissertatsiyada xorijiy va mahalliy olimlarning ilmiy ishlarida raqobatbardoshlik tushunchalariga berilgan ta‘riflar va yondashuvlarni qiyosiy o‘rganildi va tizimlashtirildi (1-jadval).

Michael Porter, - “Raqobatbardoshlikni korxona yoki milliy iqtisodiyotning boshqa ishtirokchilarga nisbatan ustunlikka erishish qobiliyati” deb ta‘riflaydi. Porterning fikricha, raqobatbardoshlik xizmat ko‘rsatish samaradorligi, innovatsion faoliyat va qiymat zanjiri orqali yaratiladi.

1-jadval

«Raqobatbardoshlik» atamasiga berilgan ta‘riflar¹

Mualliflar	Ta‘riflar
Michael Porter ²	Raqobatbardoshlikni korxona yoki milliy iqtisodiyotning boshqa ishtirokchilarga nisbatan ustunlikka erishish qobiliyati deb ta‘riflaydi. Porterning fikricha, raqobatbardoshlik xizmat ko‘rsatish samaradorligi, innovatsion faoliyat va qiymat zanjiri orqali yaratiladi.

¹ O‘rganilgan adabiyotlar asosida muallif yondashuvi.

² M.Porter. «Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors» (2000) [Volume 22, Issue 6-7](#) p. 493-520
www.innovativepublication.uz



“NAZARIY VA AMALIY FANLARDAGI USTUVOR ISLOHOTLAR VA ZAMONAVIY TA'LIMNING INNOVATSION YO'NALISHLARI”

<u>R. Richard va G.Sidney³</u>	Kompaniyaning muvaffaqiyati va raqobatbardoshligi uning doimiy ravishda o'z resurslarini yangilab borish va bozor sharoitlariga moslashish qobiliyatiga bog'liq.
Evgeny Yasin ⁴	Korxonaning raqobatbardoshligi uchun iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish, innovatsiyalarni qo'llab-quvvatlash, ta'lim va inson kapitalini rivojlantirish, hamda bozor mexanizmlarini mustahkamlashdir.
Marat Kudaibergenov ⁵	Raqobatbardoshlik bu texnologik modernizatsiya, eksport strategiyalari, resurslarni samarali boshqarish va davlat-xususiy sektor hamkorligiga qaratilgan bo'lib, global bozorlar bilan raqobatlashish imkoniyatlarini kuchaytirishga xizmat qiladi.
Farruh Qosimov ⁶	Raqobatbardoshligini oshirish, brending va marketing strategiyalarini rivojlantirish bilana bog'liq. Xalqaro bozorlar uchun raqobatbardosh xizmatlar xizmat ko'rsatish va xizmat sifatini rivojlantirish yo'llarini o'rgangan.
Qalmuratov B.S. ⁷	Raqobatbardoshlik shunchaki xizmat ko'rsatishga joriy qilingan ob'ekt emas, balki mavaffaqiyatli joriy qilingan va foyda keltiruvchi jarayon tushuniladi.

R. Richard va G.Sidney – “Kompaniyaning muvaffaqiyati va raqobatbardoshligi uning doimiy ravishda o'z resurslarini yangilab borish va bozor sharoitlariga moslashish qobiliyatiga bog'liq” deb ta'riflaydi.

Evgeny Yasin Korxonaning raqobatbardoshligi uchun iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish, innovatsiyalarni qo'llab-quvvatlash, ta'lim va inson kapitalini rivojlantirish, hamda bozor mexanizmlarini mustahkamlashdir.

Marat Kudaibergenov – “Raqobatbardoshlik bu texnologik modernizatsiya, eksport strategiyalari, resurslarni samarali boshqarish va davlat-xususiy sektor hamkorligiga qaratilgan bo'lib, global bozorlar bilan raqobatlashish imkoniyatlarini kuchaytirishga xizmat qiladi”.

Farruh Qosimov – “Raqobatbardoshligini oshirish, brending va marketing

³ Richard R. Nelson va Sidney G. Winter (2003) An Evolutionary Theory of Economic Change, Elsevier, Nyu-York.

⁴ Evgeny Yasin «Rossiya iqtisodiyoti: islohotlar va taraqqiyot» (Economic Reforms and Development in Russia).-M.:Экономика, 1996, 35с.

⁵Marat Kudaibergenov., Qozog'istonning aloqa va telekommunikatsiya sohasiga yo'naltirilgan strategiyalarni rivojlantirish Moodle / – Электрон. текстовые и граф. дан. (4,8 Мбайт). – Astana, 2025, С 6-7

⁶ Qosimov, F. (2024). Marketing strategiyalari asosida tikuv-trikotaj mahsulotlariga talabni shakllantirish. Journal of Fundamental Studies, 2(3), 67-71.

⁷ Qalmuratov B.S. «Aloqa sohasida boshqaruvning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini rivojlantirish strategiyasi (Qoraqalpog'iston Respublikasi misolida)». 08.00.13-Menejment. I.f.d. ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertatsiya. 2019 y. 22 bet.



strategiyalarini rivojlantirish bilana bog'liq. Xalqaro bozorlar uchun raqobatbardosh xizmatlar xizmat ko'rsatish sifatini oshirish yo'llarini o'rgangan”.

Qalmuratov B.S. – “Raqobatbardoshlik shunchaki xizmat ko'rsatishga joriy qilingan ob'ekt emas, balki mavaffaqiyatli joriy qilingan va foyda keltiruvchi jarayon tushuniladi”.

Fikrimizcha, zamonaviy iqtisodiy nazariyalarning deyarli barchasida iqtisodiy rivojlanish omili bu raqobatbardoshlikni sifatida tan olingan. Shunga ko'ra, iqtisodiy rivojlanish nafaqat biror iqtisodiy subyekt yoki korxonaning, balki butun bir tizimning ham rivojlanishini ta'minlovchi alohida asosiy o'sish manbai hisoblanadi.

Erkin raqobat sharoitida yangi korxonalar tarmoqqa erkin kirishi, tarmoqda mavjud bo'lgan korxonalar esa uni erkin tashlab chiqishi mumkin. Xususan yangi korxonalarning paydo bo'lishi va ularning raqobatli bozorda xizmatlarini sotishga hukuqiy, texnologii, moliyaviy va boshqa jiddiy to'siqlar bo'lmaydi.

Raqobat kurashining ikki usuli farqlanadi: narx vositasidagi va narxsiz raqobat. Narx vositasidagi raqobatlashuvda kurashning asosiy usuli o'z xizmatlari yoki xizmat narxlarini boshqa ishlab chiqaruvchilarning shunday xizmatlarinikiga nisbatan pasaytirishi hisoblanadi. Uning asosiy va eng ko'p ko'llaniladigan ko'rinishi - "narxlar jangi" deb ataladiki, bunda yirik ishlab chiqaruvchilar rakiblarini 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 kiritish, malakaliroq xodimlarni yollashi va xizmat ko'rsatishni yaxshiroq tashkil qilishi kerak bo'ladi. Faqat shundagina uning tovarining individual qiymati bozor qiymatidan past bo'lib, mazkur tovar narxini tushirish imkoniyatini beradi.

Shuningdek narx bilan raqobatlashuvga qo'yidagilarni kiritish mumkin:

- muayyan toifadagi iste'molchilar uchun imtiyozli narxlarda (masalan, ulgurji savdoda doimiy xaridorlarga ma'lum bir foiz(%) li chegirmalar berish berish) sotish;
- vaqt va joyiga qarab narxlarni tushirish yoki ko'tarish;
- xizmatlar sifati yaxshilangan sharoitlarda ham amaldagi narxlarni saqlab turish;
- xaridorlar uchun kredit muddatlarini uzaytirish va boshqalar.

Narx bilan raqobatlashuvga kirmaydigan raqobat usullarini "narxsiz raqobat" deb ataladi. Bu atama garchi noaniq bo'lsada amaliyot va ilmiy adabiyotda keng qo'llaniladi, raqobat kurashidagi turli usullarga yagona nom berishga imkoniyat yaratadi. Narxsiz raqobat shu bilan tavsiflanadiki, bunda raqobat kurashining asosiy omili xizmatlarning narxi emas, balki uning sifati, sotilgandan keyingi xizmat ko'rsatilishi va ishlab chiqaruvchi korxonaning obro'-e'tibori hisoblanadi. Narxsiz raqobat bilan bir vaqtda yashirin narx yordamidagi raqobat ham bo'lishi mumkin. Buning uchun yangi



xizmatlarning sifati oshishi va iste'mol xususiyatlarining yaxshilanishi ular narxlarining oshishiga qaraganda tez ro'y berishi kerak. Hozirgi davrda bir turdagi xizmatlarning ko'payishi ularning sotilishini rag'batlantiruvchi reklama, tovar belgilari va korxona muxrlaridan foydalanishni keltirib chiqarmoqda. Iste'molchilik bozorida qo'shimcha xizmat ko'rsatish orqali xaridorlarni o'ziga jalb qilish keng tarqalmoqda. Aloqa va kommunikatsion soha rivojlanishi xizmatlarning o'sishi, iqtisodiy va mavjud texnik resurslardan samarali foydalanish, aholi turmush darajasini oshirish, barqaror va muvozanatli ekologik vaziyatni hisobga olish bilan uzviy bog'liqdir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Shokirovna B. Z. THE ECONOMIC ROLE OF OIL PRODUCTION IN THE BUKHARA-KHIVA REGION AND ITS SIGNIFICANCE FOR THE COUNTRY //GWALIOR MANAGEMENT ACADEMY. – С. 55.
2. Shokirovna B. Z., Xurram o'g'li X. S. INNOVATIVE FOUNDATIONS OF A UNIFIED ECONOMY IN THE FIELD OF RELIGIOUS EDUCATION //Western European Journal of Modern Experiments and Scientific Methods. – 2024. – Т. 2. – №. 5. – С. 110-113.
3. ЮЛДАШЕВ, Қ., Ўзбекистонда давлат-хусусий, А. Ш., ТОЖИБОЕВА, Ш., ТОШПЎЛАТОВА, Г., ТАРАХТИЕВА, Г., & БОБОЖОНОВА, З. Бизнес-Эксперт.
4. Shokirovna B. Z., Muxayyo Y. Xurram o'g'li XS TOPIC: DIRECTIONS FOR THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN UZBEKISTAN //Scientific Impulse. – 2023. – Т. 2. – №. 16. – С. 42-45.
5. Худайназарова Д. МЕТОДЫ ОЦЕНКИ РИСКОВ ВНЕДРЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕНДЕНЦИЙ В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ //Экономическое развитие и анализ. – 2024. – Т. 2. – №. 11. – С. 682-687.
6. Худайназарова Д. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ДЕРЕВЕНЬ //Экономическое развитие и анализ. – 2024. – Т. 2. – №. 12. – С. 435-448.
7. Xudaynazarova D. Theoretical Basis for the Formation of Tourist Villages //Economic Development and Analysis. – Т. 2. – №. 12. – С. 435-448.
8. Bobojonova Z. S. Analysis of economic efficiency of oil recovery from fields in Bukhara-Khivinsky region and ways of its implementation. – 2021.
9. БОБОЖОНОВА З. Жамият ва инновациялар—Общество и инновации—. – 2021.
10. Бобожонова З. Ш., Абдуллаева Д. Innovative development of industrial production based on the principle of synergy Bobojonova Z., Abdullayeva D. 2 Инновационное развитие промышленного производства, основанного на синергетическом принципе //PROBLEMS OF MODERN SCIENCE AND EDUCATION. – С. 64.