

**Эрмаматов Ш.Ж. – ТошДШУ кафедра мудири,  
иқтисод фанлари номзоди**

## **РАҚОБАТБАРДОШЛИК АТАМАСИНИНГ ТАВСИФИГА ДОИР УСЛУБИЙ ЁНДАШУВЛАР**

**Аннотация.** Мақолада рақобатбардошлик атамасига берилган турли таърифлар ва назарий ёндашувлар таҳлил қилинган. Ушбу таърифлардаги умумий ва ўзига хос жиҳатлар асосланган, турли даражадаги рақобатбардошлик тушунчалари ўртасидаги ўзаро боғлиқлик ва фарқли жиҳатлар ёритиб берилган.

**Таянч сўзлар:** рақобат, рақобатбардошлик, товар рақобатбардошлиги, тармоқ рақобатбардошлиги, миллий иқтисодиёт рақобатбардошлиги, мамлакат рақобатбардошлиги.

**Аннотация.** В статье проанализированы различные трактовки и теоретические подходы к выявлению сущности категории “конкурентоспособность”, обоснованы общие и отличительные черты данных трактовок, раскрыты взаимосвязанность и взаимообусловленность понятия конкурентоспособности различных уровней.

**Ключевые слова:** конкуренция, конкурентоспособность, конкурентоспособность товара, конкурентоспособность отрасли, конкурентоспособность национальной экономики, конкурентоспособность страны.

**Annotation.** The article analyzes various interpretations and theoretical approaches to identifying the essence of the “competitiveness” category, substantiates the general and distinctive features of these interpretations, and reveals the interconnectedness and interdependence of the concept of competitiveness at various levels.

**Key words:** competition, competitiveness, competitiveness of goods, competitiveness of the industry, competitiveness of the national economy, competitiveness of the country.

Иқтисодий фаолиятнинг рақобат асосида ташкил этилиши бозор иқтисодиётининг энг муҳим хусусиятларидандир. Бозор муносабатларига асосланган иқтисодиёт тўртта муҳим устунга таянади: бозор таклифи, бозор талаби, нарх ва рақобат. Булар орасида иқтисодиётни рақобат асосида ташкил этиш алоҳида ўринга эга. Рақобат бозор муҳитининг ажралмас таркибий қисми ва тадбиркорлик фаолияти ривожланишининг зарурий шартидир. Умуман

олганда, бозор иқтисодиётининг юзага келиши ва унинг бошқа иқтисодий тизим турларидан афзаллиги ҳам рақобат курашининг натижасидир.

Рақобат бозор иқтисодиётининг асосий ҳаракатлантирувчи кучи сифатида иқтисодий ресурсларни тежаб-тергаб ишлатиш, харажатларини қисқартириш ҳисобига сифатли товар ва хизматлар ишлаб чиқаришга ундайди. У хўжалик юритишнинг энг самарали усуллари юзага келтиради, фан-техника ютуқларини ишлаб чиқаришга жорий қилишни жадаллаштиради, ишлаб чиқаришнинг ўсишига, иқтисодий муносабатларнинг такомиллашувига олиб келади.

Рақобат тушунчаси кўп қиррали, сермазмун бўлиб, у товарнинг бозор шартларига мос келишини тақозо этади, яъни рақобат шароитида товарлар ўзларининг техник, иқтисодий, эстетик хусусиятлари билан истеъмолчиларнинг аниқ талабларини қондиради. Айни вақтда у тижорат ва сотиш билан боғлиқ бошқа жараёнларни ҳам ҳисобга олади. Булар, нарх-наво, товарни етказиб бериш муддати, сотиш каналлари, сервис, реклама ва ҳоказолардан иборат. Шунингдек, рақобатда товардан фойдаланиш билан боғлиқ харажатлар ҳам ҳисобга олиниши лозим.

Бозор иқтисодиёти шароитида рақобат иқтисодий субъектлар фаолиятини тартибга солувчи асосий механизм ҳисобланиб, рақобатда ғолиб бўлишнинг асосий шarti рақобатбардошликка эришишдир. Бошқача қилиб айтганда, рақобат иқтисодий субъектларни рақобатбардош товарлар ишлаб чиқаришга, рақобатбардош хизматлар кўрсатишга ундайди. Рақобат ва рақобатбардошлик ўртасида диалектик боғлиқлик мавжуд, яъни уларнинг бири иккинчисидан келиб чиқади. Албатта “рақобат” ва “рақобатбардошлик” аниқ бир даврга ва аниқ бир бозорга тегишли бўлиши лозим.

Таъкидлаш лозимки, рақобатбардошлик атамаси, унинг моҳияти, турлари ва даражаларига бағишлаб кўплаб илмий тадқиқотлар амалга оширилган ва оширилаётган бўлса-да, рақобатбардошликнинг моҳиятини очиб берадиган ягона ёндошув мавжуд эмас. Рақобатбардошлик мураккаб ва зиддиятли атамасидир. Унга таъсир этувчи омиллар, шарт-шароитлар хилма-хил бўлиб, айнан ана шу ҳолат унинг иқтисодий мазмунини тўлиқ очиб берадиган ягона таъриф беришни қийинлаштиради..

Иқтисодий адабиётда кенг тарқалган ёндошувлардан бири рақобатбардошликка унинг этимологиясидан келиб чиқиб берилган таърифлардир: рақобатбардошлик муайян бозорда бир хил ва ўхшаш объектларга нисбатан рақобатга чидамлилиқ қобилятидир. Албатта, бундай таъриф умумий характерга эга бўлиб, ушбу атаманинг моҳиятини тўлиқ ёритиб бермайди.

Рақобатбардошлик бўйича самарали тадқиқотлар олиб борган М.Портер рақобатбардошликни товар, хизматлар, бозор муносабатлари субъектининг бозорда худди шундай товарлар, хизматлар ёки рақобатчи бозор муносабатлари субъектлари билан тенгма-тенг қатнаша олиш хусусияти сифатида аниқлайди<sup>1</sup>.

Р.А.Фатхутдинов учун эса объектнинг рақобатбардошлиги – бу унинг худди шундай объектлар билан рақобатлаша олиш, яъни муайян бозорда ўз рақобат афзалликларини бошқара олиш қobiliяти ҳисобланади. Шу билан бир қаторда муаллиф рақобатбардошлик атамасининг мураккаб эканлигини таъкидлайди, чунки у:

- объектни лойиҳалаштириш, яратиш, сотиш ва ундан фойдаланишнинг турли жиҳатларини бирлаштиради;

- объект ҳаёт циклининг барча босқичларида унинг сифат ва ресурс сифими кўрсаткичларини ўз ичига қамраб олади;

- ҳар бир босқичнинг барча функциялари, шу жумладан, режалаштириш, тартибга солиш, яратиш ва бошқа функциялари бошқарув билан таъминланади;

- объект ҳаётгийлик циклининг ҳар бир босқичида шаклланади<sup>2</sup>.

Бу таъриф кўп қирралиги ҳамда кенг қамровлиги билан ажралиб туришини таъкидлаш зарур. Ҳақиқатдан ҳам, рақобатбардошлик товарнинг ҳаёт цикли билан яқиндан боғлиқ бўлиб, унинг муайян босқичида юқори даражага чиқади.

Россиялик иқтисодчи-олимлар М.Гельвановский, В.Жуковская ва И.Трофимовалар рақобатбардошликка қуйидагича таъриф берадилар: рақобатбардошлик – бу иқтисодий мусобақалашув субъекти учун афзалликлар яратувчи хусусиятларга эга бўлиш<sup>3</sup>.

Н.С. Яньшин эса бу атамага бироз бошқачароқ таъриф беради. Унинг фикрича, “рақобатбардошлик” тушунчаси, бир томондан, ишлаб чиқариш, илмий-техник, маркетинг салоҳиятидан фойдаланиш даражаси билан тавсифланувчи ташкилотнинг ўзига хос хусусиятлари мажмуи, иккинчи томондан, корхонага рақобатчилар маҳсулотига нисбатан жозибалироқ маҳсулот яратишга имкон берадиган ташқи ижтимоий-иқтисодий ташкилий омилларни ўз ичига қамраб олади. Айни вақтда рақобатбардошликка ташкилот фаолияти самарадорлигининг асосий мезони сифатида қаралади<sup>4</sup>.

Кўриниб турибдики, мазкур таърифда асосий эътибор рақобатбардошликни таъминловчи ички ва ташқи омилларга қаратилган. Худди

---

<sup>1</sup> Портер М. Конкуренция. – М.: Вильямс, 2005. – 608 с.

<sup>2</sup> Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность – категория комплексная. – М.: Мэйлер, 2009. – 172 с.

<sup>3</sup> Гельвановский М., Жуковская В., Трофимова И. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях // Российский экономический журнал. – 2008. – № 3. – С. 68.

<sup>4</sup> Яньшин Н.С. Конкурентоспособность промышленного предприятия: методология, оценка, регулирование. – Саратов: СГЭА, 2004. – 248 с.

шу таърифга яқин таъриф рус олими П.Завьялов томонидан келтирилган. У рақобатбардошликка мамлакатнинг иқтисодий, илмий-техник, ишлаб чиқариш, ташкилий-бошқарув, маркетинг ва бошқа имкониятларининг мужассамлашган ифодаси сифатида таъриф бериб, бу имкониятлар ички ва ташқи бозорда рақобатчи аналогларига нисбатан муваффақиятли қарши тура оладиган товар ва хизматларда ўз аксини топади, деб ҳисоблайди<sup>5</sup>. Бу олимлар нуқтаи назарига кўра, рақобатбардошликни белгилаб берувчи асосий унсур – бу товар ва хизматлардир. Товар ва хизматларнинг рақобатбардош бўлиши корхона, тармоқ, мамлакат рақобатбардошлигини белгилаб беради.

В.Е. Хруцкий ва И.В.Корнеевалар рақобатбардошликка қуйидагича таъриф берадилар: рақобатбардошлик – бу рақобатбардош товар ва хизматлар ишлаб чиқариш ва сотиш йўли билан аниқ вақтда ва аниқ бозорда муваффақиятли фаолият юрита олиш қобилиятидир.

Кўриниб турибдики, рақобатбардошлик атамасига берилган таърифларда умумий жиҳатлар мавжуд бўлса-да, унда муайян даражада тафовутлар кузатилади. Рақобатбардошликнинг моҳиятини ёритиб беришга қаратилган ёндошувлардаги будай тафовутлар унинг иқтисодий мазмуни хусусиятлари билан аниқланади. Чунончи, И.П.Фаминский ушбу муаммо таҳлиliga ёндошувнинг турли-туманлиги рақобатбардошликнинг қуйидаги хусусиятлари билан изоҳланишини таъкидлайди:

1) кўп вариантлилиги. Бу ҳолат шунга олиб келмоқдаки, кўплаб тадқиқотчилар рақобатбардошлик деганда маҳсулот, ташкилот ёки тармоқнинг фақат баъзи техник тавсифларини тушунмоқдалар;

2) нисбийлиги. Бу бир бозорда рақобатлашаётган товар бошқаларида мутлақо рақобатбардош бўлмай қолаётганлигида намоён бўлмоқда;

3) рақобатбардошликнинг турли даражалари: товар, корхона, тармоқ ва ниҳоят, умуман миллий иқтисодиёт даражасида унга баҳо бериш ва уни таҳлил қилишга бўлган ёндошувнинг турлича эканлиги<sup>6</sup>.

Рақобатбардошликнинг турли таърифларини таҳлил қилган ҳолда Л.Н.Чайникова ва В.Н.Чайников унинг асосий хусусиятлари қуйидагилардан иборат, деган хулосага келдилар:

1) рақобатбардошлик – бу маҳсулотнинг истеъмолчи учун жозибадорлиги, сотилиш учун имкониятлар чораси;

2) рақобатбардошлик – янги маҳсулотни яратишда бериладиган ўзгарувчи;

3) рақобатбардошлик истеъмолчи талабининг қондирилганлик даражасини ифодалайди, айтилиши вақтда талаб характери маҳсулот турига боғлиқ;

<sup>5</sup> Завьялов П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 228 с.

<sup>6</sup> Фаминский И.П. Экономика зарубежных стран. – М.: 1980. – 367 с.

4) рақобатбардошлик – нисбий миқдор бўлиб, маҳсулотнинг асосий рақобатчиларнинг худди шундай маҳсулотлари билан солиштиришда муайян вақт оралиғида аниқланади.

5) рақобатбардошлик – прогнозлаштириладиган математик миқдор<sup>7</sup>.

Юқоридагилардан шундай хулоса чиқариш мумкинки, “рақобатбардошлик” турли даражаларда талқин қилинади:

- товар ва хизматлар рақобатбардошлиги;
- корхона рақобатбардошлиги;
- тармоқ рақобатбардошлиги;
- мамлакат ёки миллий иқтисодиёт рақобатбардошлиги.

Турли даражадаги рақобатбардошлик тушунчалари ўртасида кескин фарқлар мавжудлигини алоҳида таъкидлаш лозим. Масалан, “мамлакат рақобатбардошлиги” ва “корхона рақобатбардошлиги” бир-биридан, биринчидан, ушбу объектларнинг мақсадли функциялари билан фарқ қиладилар. Иккинчидан, мамлакатлар ривожланишининг мақсадлари унда истиқомат қилаётган кишиларнинг тарихий шаклланган анъаналарига боғлиқ равишда турлича бўлиши мумкин. Кўплаб мамлакатларда ўз таркиби ва ривожланиш моделига эга ўзига хос укладлар шаклланган ва ривожланиб келмоқда. Учинчидан, жаҳон мамлакатлари миқёси, жаҳон тарихидаги роли, иқтисодий ва геосиёсий салоҳиести билан бир-биридан фарқ қилади. Миллий-давлат манфаатлари, иқтисодий стратегиялар, бу стратегиялардаги ташқи иқтисодий сегмент айнан шу туфайли бир-бирига ўхшамайди.

Айни вақтда рақобатбардошликнинг юқорида келтирилган даражалари ўртасида чуқур ички ва ташқи ўзаро боғланишлар мавжуд. Бир томондан, мамлакатнинг рақобатбардошлиги биринчи навбатда миллий ишлаб чиқариш базасининг мустаҳкамлигига боғлиқ. Иккинчи томондан, корхона рақобатбардошлигига корхона фаолият кўрсатаётган ижтимоий-иқтисодий муҳит қандай ташкил этилганлиги таъсир кўрсатади. Корхона фаолиятининг муваффақияти нафақат корхонанинг ўз саъй-ҳаракатларига, балки мамлакатда мавжуд тадбиркорлар ва ҳукумат ўртасидаги ўзаро муносабатлар тизимига, тадбиркорларнинг ўзаро алоқаларига, тадбиркорлар ва ёлланма ишчилар ўртасидаги ўзаро алоқаларга боғлиқ. Мамлакат ва тармоқ рақобатбардошлиги пировард натижада аниқ товар ишлаб чиқарувчининг рақобатбардош маҳсулотлар ишлаб чиқариш имкониятларидан келиб чиқади.

---

<sup>7</sup> Чайникова Л.Н., Чайников В.Н. Конкурентоспособность предприятия: учеб. пособие. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 192 с.

## **ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ**

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ-4047-сон фармони. //”Халқ сўзи”, 2017 йил 8 февраль
2. Портер М. Конкуренция. – М.: Вильямс, 2005. – 608 с.
3. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность – категория комплексная. – М.: Мэйлер, 2009. – 172 с.
4. Гельвановский М., Жуковская В., Трофимова И. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях //Российский экономический журнал. – 2008. – № 3. – С. 68.
5. Яньшин Н.С. Конкурентоспособность промышленного предприятия: методология, оценка, регулирование. – Саратов: СГЭА, 2004. – 248 с.
6. Завьялов П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 228 с.
7. Фаминский И.П. Экономика зарубежных стран. – М.: 1980. – 367 с.
8. Чайникова Л.Н., Чайников В.Н. Конкурентоспособность предприятия: учеб. пособие. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 192 с.
9. Теория конкуренции: учебное пособие для студентов экономических специальностей. – Саратов: Изд-во «Саратовского государственного университета им Н.Г.Чернышевского», 2014. – 80с.
10. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учеб. пособие для академического бакалавриата / И. М. Лифиц. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 392 с.
11. Мокроносов, А. Г. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. – Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2014. – 194 с.