

ИQTISODIYOTNING ERKINLASHTIRILISHI SHAROITIDA KORXONANING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI

Shavqiyev Erkin

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

Iqtisodiyot fakulteti

Raqamli Iqtisodiyot kafedrası professori.

Qahhorova Nargiza Qahramonovna

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

IK-122 guruh talabasi.

Annotatsiya. Ushbu maqolada iqtisodiyotning erkinlashtirilishi jarayoni korxonalar faoliyatiga qanday ta’sir ko’rsatayotgani, bozor iqtisodiyotida muvaffaqiyatga erishish uchun korxonalarning qanday strategiyalarni qo’llashi lozimligi tahlil qilingan. Raqobatbardoshlikni oshirish omillari, jumladan, innovatsiyalar, samarador boshqaruv, marketing strategiyalari va investitsiyalar muhim jihatlar sifatida ko’rib chiqilgan. Shuningdek, ilg’or xalqaro tajribalar ham tahlil qilinib, mahalliy korxonalar uchun tavsiyalar berilgan.

Kalit so‘zlar: Raqobatbardoshlik, iqtisodiy erkinlashtirish, innovatsiya, marketing strategiyalari, investitsiya, menejment, korxona samaradorligi.

Iqtisodiy erkinlashtirish jarayoni bozor munosabatlarining rivojlanishiga, investitsiyalar hajmining ortishiga va raqobat muhiti shakllanishiga olib keladi. Bunday sharoitda korxonalar raqobatbardoshligini oshirish muhim strategik vazifaga aylanadi. Ushbu maqolada korxonalarning raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan asosiy yo‘nalishlar tahlil qilinadi.

Iqtisodiyotning erkinlashtirilishi natijasida: bozorga kirish erkinlashadi va yangi raqobatchilar paydo bo‘ladi, moliyaviy va investitsion imkoniyatlar kengayadi va korxonalarning samaradorligini oshirish talabi ortadi.

Raqobat- ilmiy hamjamiyatning ijtimoiy tarmoqlarni rivojlantirishga yo'naltirilgan bo'limi bo'lib, ulardan foydalanish ijtimoiy maqsadlarga erishish vositasi va ulardan foydalanish ijtimoiy maqsadlarga erishish vositasidir.

Korxona raqobatbardoshligini oshirish uchun yangi texnologiyalarni joriy etish, ishlab chiqarish jarayonlarini avtomatlashtirish va mahsulot sifatini yaxshilash muhim ahamiyatga ega. Raqobat muhitida shuni aytishimiz mumkinki, biz yangi innovatsion mahsulotga erishishimiz va bozor iqtisodiyotida iste'molchilar talabini qondira oladigan darajada ishlab chiqarishni tashkil etishimiz mumkin. Korxonalarga esa yangi imkoniyatlarni izlab topish va yangi texnologiyalarni joriy etish va eksport salohiyatini oshirishga imkon beradi.

Raqobatni quydagi turlari mavjud. Bular:

Erkin raqobat sharoitida bir mahsulot ishlab chiqaruvchi tarmoqda juda ko'p sonli korxonalar mavjud bo'ladi. Yuqori darajada tashkil qilingan bozorda kunlab

sotuvchilar o'zlarini mahsulotlarini taklif qiladilar. Erkin raqobatli bozorda alohida korxonalar mahsulot narxi ustidan sezilarsiz nazorat amalga oshiradi. Chunki xar

bir korxonada umumiy ishlab chiqarish hajmi uncha katta bo'lmaydi. Shu sababli alohida korxonada ishlab chiqarishni ko'payishi yoki kamayishi taklifga, demak mahsulot bahosiga sezilarli ta'sir ko'rsatmaydi.

Monopolistik raqobat — bu ko'pgina sotuvchilar o'xshash bo'lgan, ammo bir xil bo'lmagan tovarlarni taklif qiluvchi bozor turi hisoblanadi. Monopolistik raqobat

va monopoliya nomlari o'xshash hisoblansa-da, amalda bu ikki raqobat turi keskin

farq qiladi. Bunday raqobat turi dastlabki qarashda sof raqobatlashgan elementlariga ega bo'lsa-da, nomukammal raqobatlashgan bozorlar (monopollashgan bozor) turiga kiradi. Monopolistik raqobatda ham faoliyat yurituvchi firmalar nisbatan ko'p, yangi firmalarni bozorga kirib kelishi yoki unda harakat qiluvchi firmalarning

undan chiqib ketishida kichik cheklovlar mavjud. Lekin bu raqobat turi baribir erkin

bozordan farq qiladi. Farqi shundaki, monopol raqobatlashgan bozordagi mahsulot tabaqalashgan, ya'ni bir xil ehtiyojni qondiruvchi tovarni har bir firma o'ziga xos ravishda ishlab chiqarib sotadi va uning mahsuloti boshqa firmalarning mahsulotidan sifati, ko'rinishi, xizmat ko'rsatish turi, uslubi, foydalanilgan materiallari va brendi bilan farq qilishi mumkin. Tovarning differensiallashuvi deganda bozorda sotiladigan tovarni turli xilligi, yagona qolipda emasligi tushuniladi. Har bir firma o'z mahsulot markasiga ega bo'lganligi sababli ma'lum darajada bozor hokimiyatiga ega bo'ladi.¹

Bundan tashqari, samarali menejment va boshqaruv tizimini tashkil etish kerak. Menejmentning holati ishlab chiqarish samaradorligiga, texnika va texnologiya darajasi hamda ishchi kuchining sifatiga ta'sir ko'rsatadi. Menejment fanining mazmuni boshqaruv tizimi va boshqaruv ob'yekti orasidagi o'zaro munosabat bo'lib, uning asosiy vazifasi boshqaruvning zamonaviy usullarini, rahbarlik san'ati sirlarini o'rganishdan iborat. Boshqaruv -tanlov, qaror qabul qilish va uning bajarilishini nazorat etish jarayonidir. Misol uchun:

- Korxona ichki resurslarini optimallashtirish.
- Xodimlarning malakasini oshirish.
- Yangi biznes-modellarni joriy etish.

Bundan so'ng, marketing strategiyalarini takomillashtirish ishlari olib boriladi. Marketing strategiyasi - bu kompaniya maqsadli auditoriyaga qanday erishishi, o'z mahsuloti yoki xizmatlarini targ'ib qilish va umumiy biznes maqsadlariga erishishni tavsiflovchi batafsil rejadir. Bu barcha marketing sa'y-harakatlarini boshqaradigan va ularning kompaniyaning kengroq qarashlariga mos kelishini ta'minlaydigan yo'l xaritasi. Marketing strategiyalari ko'pincha o'zlariga munosib e'tiborni jalb qila olmaydi, bu esa ko'plab quyi oqim muammolarini keltirib chiqaradi.

Yaxshi ishlab chiqilgan marketing strategiyasi kompaniyaning marketing harakatlariga aniqlik va e'tiborni qaratadigan kuchli vositadir. Bu yo'l xaritasi bo'lib

¹ Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Pearson Education.

xizmat qiladi, resurslar eng ta'sirli faoliyatga yo'naltirilishini ta'minlaydi, isrofgarchilikning oldini oladi va samaradorlikni oshiradi.

Bular:

- Brendni rivojlantirish.
- Mahsulotni bozorda targ'ib qilishning zamonaviy usullaridan foydalanish.
- Xaridorlarning talab va istaklarini tahlil qilish orqali mahsulot taklifini moslashtirish.

Investitsiyalarni jalb qilish va moliyaviy barqarorlikni ta'minlash uchun esa quydagilar amalga oshiriladi.

1. Mahalliy va xorijiy investitsiyalarni jalb qilish.
2. Samarali moliyaviy boshqaruv tizimini shakllantirish.
3. Davlat tomonidan taqdim etiladigan iqtisodiy erkinlashtirish imkoniyatlaridan unumli foydalanish.

Ushbu tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, iqtisodiyotning erkinlashtirilishi korxonalar uchun yangi imkoniyatlar va qiyinchiliklarni keltirib chiqaradi. Korxonalarning raqobatbardoshligini oshirish uchun innovatsiyalar, samarali menejment, marketing strategiyalari va investitsiyalarni to'g'ri yo'naltirish kabi omillar muhim ahamiyat kasb etadi. Shu sababli, har bir korxona o'z strategiyasini to'g'ri ishlab chiqishi va joriy etishi lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Porter, M. E. (1985). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York: Free Press.
2. Schumpeter, J. A. (1942). Capitalism, Socialism and Democracy. Harper & Brothers.
3. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Pearson Education.
4. Sobirovna, D. K., & O'rinboyevich, A. A. (2019). Directions for increasing product competitiveness in industrial enterprises. Asian Journal of Multidimensional Research (AJMR), 8(7), 29-35.