

ICHKI TARMOQ RAQOBATI: STRATEGIYALAR VA USULLAR

Maksimova Mavluda Xalimovna
Andijon shaxar 4-son politexnikumi
maxsus fan katta o'qituvchisi

Annotatsiya. Maqolada tarmoq ichidagi raqobatning ayrim jihatlari, uning mumkin bo'lgan strategiyalari va usullari tadqiq etilgan. Turli tarmoq bozorlarida qo'llaniladigan narx va narxsiz raqobat choralari bilan iste'molchilarni rag'batlantirish muammolari ko'rib chiqiladi.

Kalit so'zlar. Raqobat, narx, iste'molchi, rag'bat, bozor, monopoliya.

Kirish. Zamonaviy bozor iqtisodiyoti biznesning keng tarmoqli huquqiy me'yorlari tizimida o'zaro ta'sir ko'rsatadigan va yagona tushuncha - bozor bilan birlashtirilgan juda ko'p sonli turli xil ishlab chiqarish, tijorat, moliyaviy va axborot tuzilmalaridan iborat bo'lgan eng murakkab organizmdir.

Bozorning raqobatbardoshligi alohida firmalar bozorga, ya'ni o'z mahsulotlarini sotish shartlariga, birinchi navbatda narxlarga ta'sir ko'rsatishga qodir bo'lgan chegaralar bilan belgilanadi. Alohida firmalar o'z mahsulotlarini sotadigan bozorga qanchalik kam ta'sir ko'rsatsa, bozor shunchalik raqobatbardosh hisoblanadi.

Bozorning eng yuqori darajadagi raqobatbardoshligiga alohida firma unga umuman ta'sir ko'rsatmaganda erishiladi. Tovar bozorida shunday ko'p firmalar faoliyat ko'rsatadiki, ularning har biri, xususan, tovar bahosiga hech qanday ta'sir ko'rsata olmaydi va uni bozor talabi va taklifi bilan belgilanadigan baho deb biladi.

Bunday bozor to'liq raqobatli bozor deb ataladi. To'liq raqobatli bozor sharoitida faoliyat yurituvchi firmalar esa o'zaro raqobat kurashini olib bormaydilar. Agar alohida firmalar o'z mahsulotlarini sotish shartlariga (birinchi navbatda narxlarga) ta'sir ko'rsatish imkoniyatiga ega bo'lsalar, ular o'zaro raqobat kurashi olib boradilar, ammo bu imkoniyat amalga oshiriladigan bozor endi to'liq raqobatli hisoblanmaydi.[1]

Chunki xo'jalik hayotining monopollashuvi, tovar bozorlaridagi raqobat muammolari bugungi kunda nafaqat mutaxassislar, balki aholining keng qatlamlari diqqat-e'tiborini o'ziga tortmoqda.

Ushbu ishning maqsadi raqobatning iqtisodiy mohiyatini tadqiq etish, shuningdek, uning bozorga ta'sirini tahlil qilishdan iborat.

Qo'yilgan maqsad bir qator o'zaro bog'liq vazifalarni hal etish zaruratini keltirib chiqardi:

- iqtisodiy ma'noda raqobat tushunchasini aniqlash;
- raqobat turlarini o'rganish;
- raqobatning monopoliya turini ko'rib chiqish;
- monopoliyaning bozor iqtisodiyotiga ta'sirini tadqiq etish;
- monopollashuvning bozorga ta'siri va uni bartaraf etish choralarini o'rganish.

Raqobat iqtisodiy faoliyatni faollashtirishning eng kuchli rag'batlantiruvchilaridan biri, fan-texnika taraqqiyotini jadallashtirish va mehnatni tashkil etishning ilg'or shakllarini izlashning asosiy dastagi, ish samaradorligi va sifatini oshirishning asosiy shartidir. Raqobatning yo'qligini na direktivalar, na mehnatga haq to'lashni tabaqalashtirish va na boshqa iqtisodiy rag'batlantirishlar bilan almashtirish mumkin emas. Bozor iqtisodiyoti bo'lmagan sharoitda tabiiy iqtisodiy raqobatni amalda bartaraf etish unga bozor iqtisodiyoti samaradorligi darajasiga chiqish imkonini bermaydi.[2]

Raqobat keng ma'noda ikki yoki bir necha iqtisodiy subyektlar, xo'jalik faoliyati ishtirokchilari o'rtasidagi musobaqalashish, raqobatchilik munosabatlarini anglatib, ularning har birining yagona maqsadga erishish yo'lida boshqalardan o'zib ketishga, yuqoriroq natijaga erishishga, raqibni siqib chiqarishga intilishi tarzida namoyon bo'ladi.

Raqobat halol iqtisodiy kurashning o'ziga xos turi bo'lib, unda muvaffaqiyatga da'vogar tomonlarning har birida teng imkoniyatlar mavjud bo'lsa, o'z imkoniyatlaridan yaxshiroq foydalanadigan, raqibni ilgari ketish yoki orqaga surish,

siqib chiqarish yo'llarini topadigan uddaburon, tadbirkor, qobiliyatli tomon ustun keladi.

Tabiiyki, raqobatning asosiy sharti boshqalardan ko'ra yuqoriroq natijaga erishishga intiluvchi, raqobatlashuvchi, musobaqalashayotgan iqtisodiy subyektlarning mavjudligidir. Albatta, iqtisodiy raqobat boshqa har qanday raqobat kabi kurashdir. Biroq, bu o'ziga xos kurash turi. Raqib o'zining madaniyatli, ehtiroslar bilan buzilmagan variantida raqibni orqaga surishdan ko'ra ko'proq o'zi oldinga intilishga harakat qiladi.

Tadqiqot natijalari. Iqtisodiyotda hozirgi vaqtda tarmoq ichidagi raqobatning ham ijobiy, ham salbiy tomonlari aniqlangan. Raqobatning fan-texnika taraqqiyoti rivojlanishiga ta'sirini ijobiy samaralar qatoriga kiritish mumkin, chunki u tovar ishlab chiqaruvchini yuqori unumli texnologiyalarni qo'llashga, resurslardan oqilona foydalanishga rag'batlantiradi. Raqobat kurashi natijasida iqtisodiy jihatdan samarasiz ishlab chiqarishlar, eskirgan texnika, sifatsiz tovarlar yuvilib ketmoqda. Raqobat, shuningdek, tadbirkorni talabning o'zgarishiga sezgir munosabatda bo'lishga majbur qiladi, ishlab chiqarish xarajatlarining qisqarishiga olib keladi, narxlarning o'sishini sekinlashtiradi yoki ularning pasayishini rag'batlantiradi. Raqobat natijasida milliy iqtisodiyotning turli tarmoqlarida kapitalga to'g'ri keladigan foyda normasi va ish haqi darajasi ma'lum darajada tenglashadi. [1,2]

Raqobatning salbiy oqibatlariga ishbilarmonlik munosabatlaridagi ma'lum beqarorlik, ishsizlikning namoyon bo'lishi, inflyatsiya va bankrotlikni kiritish mumkin. Daromadlarning tabaqalanishi kuchayadi, ularning adolatsiz taqsimlanishiga sharoit yaratiladi. Raqobat kurashining oqibati ishlab chiqarishning pasayishi davrida tovarlarni ortiqcha ishlab chiqarish va quvvatlarni to'liq yuklamaslik va boshqalar bo'lishi mumkin.

Xulosa. Raqobat strategiyasini to'g'ri tanlash maqsadga erishishning hal qiluvchi omilidir. Firma narx strategiyasini tanlashda ma'lum bir tamoyillarga amal qilishi kerak, bunda mahsulot narxlari ma'lum bir davriylikda qayta ko'rib chiqiladi va har

doim ham past narx xaridorni o'ziga jalb qilavermaydi. Xaridorni jalb qilish maqsadidagi sotuvlar tovarlarning juda oz qismigagina taalluqli bo'lishi mumkin.

Adabiyotlar.

1. Коновалова Т. Л., Оберт Т. Б. Внутриотраслевая конкуренция: стратегии и методы //Аграрный научный журнал. – 2018. – №. 3. – С. 78-83.
2. Сёмин А. Н., Бутко Г. П. Конкуренция и ее виды в трансформационной экономике //Агропродовольственная политика России. – 2017. – №. 8. – С. 55-62.