

## RAQOBAT STRATEGIYASINI SHAKLLANTIRISHDA RAQOBATNI BAHOLASH USULLARIDAN SAMARALI FOYDALANISH YO'LLARI

**Qudratova Gulzoda Mahmudovna**

*Osiyo Xalqaro Universiteti*

### ARTICLE INFO.

**Kalit so'zlar:** raqobat, raqobatbardoshlik, strategiya, 4 P metodi, raqobatbardoshlik omillari, raqobatchilarning kuchli va zaif tomonlari.

### Annotatsiya

Ushbu maqolada raqobatbardoshlik strategiyasini ishlab chiqishda raqobatchilarning kuchli va zaif tomonlarini aniqlash metodlari keltirilgan, shuningdek raqobat va raqobatbardoshlik tushunchalari yoritib berilgan.

<http://www.gospodarkainnowacje.pl/> © 2024 LWAB.

Raqobat muhitini tahlil qilishda raqobatchilarning kuchli va zaif tomonlarini tahlil qilish muhimdir. Masalaga yuzaki yondashilganda, bu xuddi oson ishdek tuyuladi. Aslida esa, raqobat muhiti tahlilini o'tkazishda juda ko'p omillarni aniqlash kerakki, ular haqida ma'lumot olish ba'zan juda murakkab jarayon hisoblanadi. Xo'sh, raqobatchilarning kuchli va zaif tomonlarini qanday aniqlash mumkin?

Ko'plab biznes egalari o'zlarining marketing strategiyalarini aniqlashda "4 P" usulidan foydalanishadi. Mazkur usul raqobatchilarning ustunliklari va kamchiliklarini aniqlashga yordam berish bilan birga, raqobatbardoshlik tahlili uchun muhim hisoblangan bir qator ma'lumotlarni ham aniqlash imkonini beradi.

Turli darajadagi (mamlakat, mintaqa, sanoat, individual) innovatsion salohiyat orqali innovatsion imkoniyatlarni o'rganish masalalariga MDH iqtisodchilaridan E.G.Kapreyeva, V.Y.Tyurina kabilar o'z asarlarini bag'ishlashgan.

B. Santo makroiqtisodiy strategiyani markaziy deb ataydi va o'z navbatida, butun milliy iqtisodiyot darajasida strategik ko'rsatmalarni amalga oshirish bilan bog'liq ekanligini keltirib o'tadi.

Makroiqtisodiy daraja milliy chegaralar doirasida shakllanadigan iqtisodiyot bo'lganligi uchun, ushbu darajada shakllangan barcha makroiqtisodiy strategiyalar davlatning ilmiy texnik ustuvorliklarini aniqlash va amalga oshirish zaruriy shart-sharoitlar yaratishni o'z ichiga qamrab oladi. Makroiqtisodiy darajadagi vazifalar nazorat qiluvchi strategic ta'sirni hududlar darajasiga ya'ni mezoiqtisodiy darajaga o'tkazishga qaratilgan. Mintaqaviy iqtisodiyot darajasida innovatsion strategiyalar O'zbekiston Respublikasining ma'muriy birliklari, sanoat tarmoqlari, sanoat ishlab chiqarish tizimlari miqyosida shakllantiriladi. Mezoiqtisodiy darajadagi vazifalarga to'xtaladigan bo'lsak, shuni ta'kidlash kerakki, makroiqtisodiy daraja muammolari bu holda mezoiqtisodiy daraja muammolariga aylanadi. Mintaqaning iqtisodiy rivojlanish darajasi, uning maqsadlari, rivojlanish ustuvorliklari mintaqaviy strategiya turini belgilaydi. Viloyat hududida joylashgan korxonalar o'z siyosatini e'tiborsiz qoldira olmaydi va o'zining innovatsion strategiyasini shakllantirishda mintaqalar manfaatlarini hisobga olishga majburdir.

Mikrodaraja – korxonani boshqarish darajasidagi strategiyalar yuqori darajadagi innovatsion strategiyalarga bo‘ysunadi. Davlat darajasida innovatsion rivojlanishning jahon tendensiyalariga mos keladigan ilmiy-texnikaviy sohalardagi korxonalar uchun ish sharoitlari belgilanadi. Ushbu tendensiyalar tufayli korxonaning innovatsion strategiyasi bevosita yoki bilvosita shakllanadi.

O‘z mazmunida strategiya korxonadagi va uning tashqi muhitidagi asosiy jarayonlarni, iqtisodiy salohiyatni oshirish imkoniyatlarini hisobga oladi. Strategiyalarni mikrodarajadagi innovatsion ishlab chiqish va uni amaliyotga joriy etish quyidagi strategic boshqaruv qarorlariga asoslanadi:

- muhit va korxonada ichidagi kelajak va doimiy o‘zgarishlarga yo‘naltirilgan;
- muhim moddiy resurslarni jalb qilish, intellektual salohiyat va uzluksiz rivojlanayotgan texnologiyalardan keng foydalanish bilan bog‘liq;
- korxonada nazorati ostida bo‘lmagan tashqi omillarni hisobga olishlari kerak;
- o‘zgaruvchan bozor sharoitlariga moslashish qobiliyati bilan tavsiflanadi.

Korxonaning tashqi va ichki muhitiga reaksiyaga ko‘ra, Z.P. Rumyanseva texnologiya yetakchisining strategiyasini va yetakchiga ergashish strategiyasini ta’kidlaydi. Korxonada “yetakchilik” strategiyasini tanlaganda bozorga mutlaqo yangi mahsulot chiqariladi. Shu sababli, ushbu strategiyani tanlashda texnik, ishlab chiqarish, marketing nuqtai nazaridan o‘xshashi bo‘lmagan mahsulotni yaratish va bozorga olib chiqish muhimdir. "Yetakchiga ergashish" strategiyasi bilan kompaniya raqobatbardosh kompaniya tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlarga o‘xshash mahsulotlarni ishlab chiqaradi va sotadi.

Innovatsion strategiya yangi bozor sharoitlariga mos keladigan korxonada rivojlanishining ma’lum bir modelini anglatadi, L.M. Gelman innovatsion strategiyalarning ikki turini ajratadi: faol va passiv. Strategiyaning faol turi, shuningdek, texnologik deb ataladi, bu korxonaning tashqi va ichki o‘zgarishlarga faol munosabati bo‘lib, u tegishli javob yangiliklarini amalga oshirishdan iborat. Innovatsion strategiyalarning faol turi ikkita qarama-qarshi strategiyaga bo‘linadi:

Yetakchilik va taqlid bozorga mutlaqo yangi mahsulotlar kiritilgan taqdirda korxonada tomonidan amalga oshiriladi. Taqlid strategiyasi allaqachon ma’lum bo‘lgan texnologik g‘oyadan foydalanishni nazarda tutadi, lekin birinchi marta ushbu korxonada qo‘llaniladi.

Passiv yoki marketing innovatsion strategiyalari marketingdagi doimiy innovatsiyalardir. Korxonada mahsulotni differentsiatsiya sohasida innovatsion strategiyani tanlashi mumkin, bu uning raqobatbardosh afzalliklarini tobora ko‘proq ta’kidlaydi.

Bozordagi raqobatbardosh mavqega qarab, A.Y. Yudanov innovatsion strategiyalarning quyidagi turlarini aniqladi: binafsha, sabrli, yeksplerent va kommutativ. O‘z navbatida, B.Tviss innovatsion strategiya hujumkor, mudofaa, litsenziyalangan, oraliq, yirtqich yoki yangi bozor yaratish strategiyasi bo‘lishi mumkin, deb hisoblaydi.

Hujum strategiyasini belgilab, B.Tviss ta’kidlaydiki, uni tanlaydigan asosiy ishlab chiqaruvchilar innovatsion strategiyaning bir qismi sifatida faqat bir yoki bir nechta innovatsion loyihalarni tanlaydigan juda kichik korxonalardir. Bunday vaziyatda muvaffaqiyatning asosiy omillari innovatsiyalarda yuqori darajadagi professionallik, iqtisodiy muvaffaqiyatni bashorat qilish qobiliyati, shuningdek, o‘zgaruvchan ish sharoitlariga tez moslashishdir. Shu munosabat bilan, yuqori xavf ostida, ushbu strategiya xarajatlar va foydani tezda qoplash bilan belgilanadi. B.Tviss bo‘yicha himoya strategiyasi korxonada raqobatbardosh tomonidan egallamaydigan katta bozor ulushini egallab turganda va nisbatan past darajadagi xarajatlar tufayli foyda olish imkoniyati mavjud bo‘lganda qo‘llaniladi.

Litsenziyalash strategiyasini tanlashda korxonada o‘z tadqiqot va ishlanmalarini olib borishi, sotib olish uchun litsenziyalarni oqilona tanlashni amalga oshirishi kerak.

Korxonada oraliq strategiyani tanlash erkin joyni izlashda raqobatchilar to'qnashuvidan qochish imkonini beradi. Tivissning fikriga ko'ra, oraliq strategiya puxta marketing tadqiqotlarini, shuningdek, marketing bo'limining professionalligini talab qiladi.

B.Tivissning fikricha, talonchilik strategiyasini tanlagan korxonada o'zini bozorga tez kirib borishni ta'minlaydi. Bunday holda, foyda yangi mahsulotni tanlagan iste'molchilar tomonidan ta'minlanadi.

Yangi bozorni yaratish strategiyasi yangi mahsulotning yagona ishlab chiqaruvchisi mavjudligini nazarda tutadi.

#### Adabiyotlar:

1. Alimova, S. (2024). THE ROLE OF UZBEK PEDAGOGY IN DEVELOPING THE SPIRITUALITY OF FUTURE TEACHERS. *Modern Science and Research*, 3(5), 386-392.
2. Alimova, S. (2024). THE MAJOR FACTORS INFLUENCING ON CAREER DEVELOPMENT AND ON ADVANCE OF A CAREER LADDER. *Modern Science and Research*, 3(5), 417-425.
3. Alimova, S. (2024). THE ROLE OF INFORMATION TECHNOLOGY IN THE PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM. *Modern Science and Research*, 3(2), 385-390.
4. Shamsiya, A. (2023). HR MANAGEMENT AND COACHING IN THE INNOVATIVE ECONOMY AS A METHOD OF BUSINESS MANAGEMENT. *Modern Science and Research*, 2(10), 712-717.
5. Alimova, S. O. FEATURES OF THE STRATEGIC MANAGEMENT SYSTEM OF INDUSTRIAL ENTERPRISES.
6. Shadiyev, A. K. (2023). FUNCTIONS, METHODS, MANAGEMENT DECISIONS AND SOCIAL FACTORS OF EDUCATIONAL MANAGEMENT. *American Journal of Public Diplomacy and International Studies (2993-2157)*, 1(9), 87-93.
7. Шадиев, А. Х. (2020). Факторы, влияющие на развитие экотуризма. *Достижения науки и образования*, (5 (59)), 31-32.
8. Shadiyev, A. (2022). O 'QUV EKSKURSIYASI-TURIZMNI O 'QITISHNING INNOVATSION USULI SIFATIDA. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.uz)*, 13(13).
9. Davronov, I. O., & Shadiyev, A. K. (2020). The cost-effectiveness of improving the quality of hotel services. *Academy*, (4), 40-42.
10. Khalilov, B. B. (2024). ROLE OF INTERNAL AUDITING IN INTERNATIONAL COMPANIES. *Gospodarka i Innowacje*. 47, 413-419.
11. Bahromjon, X., & Nargiza, N. (2023). THE PROCEDURE FOR DRAWING UP FINANCIAL STATEMENTS IN JOINT-STOCK COMPANIES ON THE BASIS OF INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS. *Modern Science and Research*, 2(10), 805-811.
12. Bahodirovich, K. B. (2024). RISK-BASED FINANCIAL INSTRUMENTS: THEORIES AND CONCEPTS. *Gospodarka i Innowacje*., 46, 373-378.
13. Supiyevna, B. M. (2024). DISTINCTIVE FEATURES OF PERSONAL MANAGEMENT IN THE ACTIVITIES OF COMMERCIAL BANKS. *Gospodarka i Innowacje*., 47, 134-139.
14. Базарова, М. С., Шарипова, М., & Нуруллоев, О. (2021). "РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ" ДА АҲОЛИНИНГ ИШ БИЛАН БАНДЛИГИ ХУСУСИЯТЛАРИ. САМАРҚАНД ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ, 482.
15. Бобоев, А. Ч., & Базарова, М. С. (2019). Хорижий инвестицияларнинг жозибадорлигини ошириш. *Интернаука*, (22-3), 88-90.

16. Supiyevna, B. M. (2022). Innovatsioniqtisodiyotdainsion kapitalini boshqarish tiziminita komillashtirish.
17. Bazarova, M. S., &Shahboz, K. (2022). Ways to increase the efficiency of available tourist facilities in Uzbekistan. Scientific approach to the modern education system, 1(10), 16-18.
18. Bazarova, M. (2024). DISTINCTIVE FEATURES OF PERSONAL MANAGEMENT IN THE ACTIVITIES OF COMMERCIAL BANKS. Modern Science and Research, 3(1), 563-567.
19. Жумаева, З. К. (2023). ПУТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНОВ УЗБЕКИСТАНА. Gospodarka i Innowacje. 42, 530-533.
20. Jumayeva, Z. (2024). DEVELOPMENT OF CREATIVE INDUSTRIES AS A FACTOR OF GROWTH OF NATIONAL ECONOMY: REVIEW OF FOREIGN EXPERIENCE AND PROSPECTS FOR THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN. Modern Science and Research, 3(2), 241-246.
21. Jumayeva, Z. Q. (2017). THEORIES OF ENSURE STABILITY IN LABOUR MARKETS OF DEVELOPED COUNTRIES. Инновационноеразвитие, (4), 64-66.
22. Nafisa, R. (2024). Organization of Management in Small Business and Private Entrepreneurship. MiastoPrzyszłości, 48, 503-509.
23. Junaydulloevich, A. A., Bakhriddinova, A. N., &Olimovna, R. N. Business and Product Delivery in the Context of Covid-19. JournalNX, 1305-1307.
24. Қизи Рахмонқулова, Н. О. (2023). КИЧИК САНОАТ ЗОНАЛАРИНИНГ ҲУДУДЛАР ИҚТИСОДИЁТИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДАГИ ЎРНИ. “Экономика и туризм” международныйнаучно-инновационнойжурнал, 6(14).
25. Таирова, М. М., Аминова, Н. Б., &Рахманқулова, Н. О. (2020). Стратегия развития управления цепями поставок в обрабатывающей промышленности. International scientific review, (LXXI), 56-58.
26. Ibdulloyevich, I. E. (2024). XIZMAT KO ‘RSATISH KORXONALARINING O ‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI VA AFZALLIKLARI.
27. Ibdulloyevich, I. E. (2024). XIZMAT KO‘RSATISH KORXONALARI FAOLIYATI SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING ILMIY-NAZARIY ASOSLARI.
28. Ibdulloyevich, I. E. (2024). ZAMONAVIY MENEJMENT VA UNING USULLARINI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY YONDASHUVLARI.
29. Ibdulloyevich, I. E. (2024). Xizmat Ko ‘Rsatish Korxonalari Faoliyatlarining Samaradorligini Oshirishning Tashkiliy Mexanizmini Takomillashtirish. Gospodarka i innowacje. 46, 608-615.
30. Ikromov, E. (2024). A METHODOICAL APPROACH TO EVALUATING THE EFFICIENCY OF SERVICE ENTERPRISES. Modern Science and Research, 3(5), 180-188.
31. Ikromov, E. (2024). THE IMPORTANCE OF ETHICS AND CULTURE IN THE INTRODUCTION OF MODERN METHODS OF MANAGEMENT. Modern Science and Research, 3(5), 171-179.
32. Ibdulloyevich, I. E. (2024). MENEJMENTNING ZAMONAVIY USLUBLARINI JORIY ETISHDA ETIKA VA MADANIYATNING AHAMIYATI.
33. Ibdulloyevich, I. E. (2024). XIZMAT KO ‘RSATISH KORXONALARI FAOLIYATI SAMARADORLIGINI BAHOLASHGA USLUBIY YONDASHUV.

34. Zamira, J. (2024). ENSURING ECONOMIC SECURITY IN THE BANKING SECTOR. *Gospodarka i Innowacje*. 47, 343-348.
35. Jumayeva, Z. (2024). IQTISODIYOT RIVOJIDA INNOVATSIYANING AHAMIYATI. *Modern Science and Research*, 3(5), 504-511.
36. Jumayeva, Z. (2024). MOLIVAVIY RESURSLARDAN SAMARALI FOYDALANISH ORQALI MILLIY IQTISODIYOT BARQARORLIGINI TA'MINLASHNING USTUVOR YO 'NALISHLARI. *Modern Science and Research*, 3(5), 512-518.
37. Bustonovna, D. Z. (2024). CREATIVE THINKING AND ITS APPLICATION IN ECONOMICS.[Data set]. Zenodo.
38. To'rayevna, S. N. (2024). KORXONANING MOLIVAVIY BAQARORLIGI: OMILLARI VA KO 'RSATKICHALARI. *Gospodarka i Innowacje*. 47, 140-146.
39. To'rayevna, S. N. (2023). YETAKCHILIK USLUBI SIFATIDA MURABIYOTDAN FOYDALANISH MENEJERLARNI TAYYORLASH. *Gospodarka i Innowacje*. 42, 399-408.
40. To'rayevna, S. N. (2023). DEMOKRATIYA VA IQTISODIYOT O'RTASIDAGI MUNOSABAT" SIYOSIY SHAXS" NAZARIDAN. *Gospodarka i Innowacje*. 42, 387-394.
41. Sodiqova, N. (2023). A POLITICAL ECONOMY ANALYSIS OF ECONOMIC SECURITY. *Modern Science and Research*, 2(12), 559-568.
42. Sodiqova, N. (2024). TECHNOLOGY DISCOURSE AND THE POLITICAL ECONOMY OF NEW MEDIA. *Modern Science and Research*, 3(2), 376-384.
43. Akbarovna, N. N. (2024). RAQAMLI IQTISODIYOT SOHALARDA VA ELEKTRON TIJORAT RIVOJLANISHIDA MAMLAKATNING IQTISODIY SALOHİYATI.
44. Akbarovna, N. N. (2024). DAVLAT SOLIQ QO 'MITASINING AXBOROT-KOMMUNIKATSIYA TEXNOLOGIYALARINI RAQAMLASHTIRISH STRATEGIYASI.
45. Naimova, N. (2024). STRATEGY OF MARKETING RESEARCH. *Modern Science and Research*, 3(5), 306-312.
46. Akbarovna, N. N. (2024). DAVLAT BOSHQARUV ORGANLARI-MA'MURIY HUQUQ OBYEKTI SIFATIDA. *Gospodarka i Innowacje*. 47, 371-377.
47. Hakimovich, T. M. (2023). HR BOSHQARMASIDA KPI TIZIMI.
48. Toshov, M. (2024). MODERN MANAGEMENT AND DIGITALIZATION. *Modern Science and Research*, 3(5), 728-734.
49. Hakimovich, T. M. (2024). THE SYSTEM OF KEY PERFORMANCE INDICATORS AS A TOOL IMPROVEMENTS MANAGEMENT OF THE ORGANIZATION. *Gospodarka i Innowacje*. 47, 353-358.
50. Toshov, M. (2023). HR BOSHQARMASIDA KPI TIZIMI. *Modern Science and Research*, 2(12), 470-476.
51. Toshov, M. (2023). CREATIVE ECONOMY: ESSENCE AND STRUCTURE. *Modern Science and Research*, 2(12), 499-505.
52. Toshov, M. (2023). FORMATION OF PRINCIPLES HR (HUMAN RESOURCE) BASED ON KEY INDICATORS (KPI). *Modern Science and Research*, 2(12), 477-482.
53. Mahmudovna, Q. G. (2024). Oliyta'limmuass asalariraqobatbardoshligini oshirish hda innovatsion faoliyatning ahamiyati.

54. Mahmudovna, Q. G. (2024). Oliyta'limmuassasalariraqobatbardoshliginitavsiflovchiomillar. *GospodarkaiInnowacje*. 46, 620-627.
55. Mahmudovna, G. G. (2024). Competitive strategies, the importance of using innovation in their implementation. *Iqtisodiyotvazamonaviytexnologiyajurnali| journal of economy and modern technology*, 3(5), 8-14.
56. Mahmudovna, Q. G. (2024). Raqobatstrategiyalari, ularni amalga oshirishdai innovatsiyalardan foydalanishning ahamiyati. *Iqtisodiyotvazamona viytexnologiyajurnali| journal of economy and modern technology*, 3(5), 15-21.