

SCIENCE
PROBLEMS.UZ

ISSN: 2181-1342 (ONLINE)

№ 9 (3) - 2023

ИЖТИМОЙ-ГУМАНИТАР ФАНЛАРНИНГ
ДОЛЗАРЬ МУАММОЛАРИ

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES
AND SOCIAL SCIENCES



ЭЛЕКТРОН ЖУРНАЛ

ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ

ELECTRONIC JOURNAL



ISSN: 2181-1342 (Online)

Сайт: <https://scienceproblems.uz>

DOI: 10.47390/SCP1342V3I9Y2023

SCIENCEPROBLEMS.UZ

**ИЖТИМОЙ-ГУМАНИТАР ФАНЛАРНИНГ
ДОЛЗАРБ МУАММОЛАРИ**

№ 9 (3)-2023

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-
ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

ТОШКЕНТ-2023

БОШ МУҲАРРИР:

Исанова Феруза Тулқиновна

ТАҲРИР ҲАЙЪАТИ:

07.00.00-ТАРИХ ФАНЛАРИ:

Юлдашев Анвар Эргашевич – тарих фанлари доктори, сиёсий фанлар номзоди, профессор, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Мавланов Уктам Махмасабирович – тарих фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Хазраткулов Аброр – тарих фанлари доктори, доцент, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети.

08.00.00-ИҚТИСОДИЁТ ФАНЛАРИ:

Карлибаева Рая Хожабаевна – иқтисодиёт фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Худойқулов Садирдин Каримович – иқтисодиёт фанлари доктори, доцент, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Азизов Шерзод Ўктамович – иқтисодиёт фанлари доктори, доцент, Ўзбекистон Республикаси Божхона институти;

Арабов Нурали Уралович – иқтисодиёт фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат университети;

Холов Актам Хатамович – иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), доцент, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Шадиева Дилдора Хамидовна – иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), доцент в.б, Тошкент молия институти;

Шакаров Қулмат Аширович – иқтисодиёт фанлари номзоди, доцент, Тошкент ахборот технологиялари университети

09.00.00-ФАЛСАФА ФАНЛАРИ:

Ҳакимов Назар Ҳакимович – фалсафа фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Яхшиликков Жўрабой – фалсафа фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат университети;

Ғайбуллаев Отабек Мухаммадиевич – фалсафа фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат чет тиллар институти;

Ҳошимхонов Мўмин – фалсафа фанлари доктори, доцент, Жиззах педагогика институти;

Носирходжаева Гулнора Абдукаҳхаровна – фалсафа фанлари номзоди, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Турдиев Бехруз Собирович – фалсафа фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), доцент, Бухоро давлат университети.

10.00.00-ФИЛОЛОГИЯ ФАНЛАРИ:

Ахмедов Ойбек Сапорбаевич – филология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети;

Кўчимов Шухрат Норқизилович – филология фанлари доктори, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Салахутдинова Мушарраф Исамутдиновна – филология фанлари номзоди, доцент, Самарқанд давлат университети;

Кучкаров Раҳман Урманович – филология фанлари номзоди, доцент в/б, Тошкент давлат юридик университети;

Юнусов Мансур Абдуллаевич – филология фанлари номзоди, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Саидов Улугбек Арипович – филология фанлари номзоди, доцент, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси.

12.00.00-ЮРИДИК ФАНЛАРИ:

Ахмедшаева Мавлюда Ахатовна – юридик фанлар доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Мухитдинова Фирюза Абдурашидовна – юридик фанлар доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Эсанова Замира Нормуратовна – юридик фанлар доктори, профессор, Ўзбекистон Республикасида хизмат кўрсатган юрист, Тошкент давлат юридик университети;

Ҳамроқулов Баҳодир Мамашарифович – юридик фанлар доктори, профессор в.б., Жаҳон иқтисодиёти ва дипломатия университети;

Зулфиқоров Шерзод Хуррамович – юридик фанлар доктори, профессор, Ўзбекистон Республикаси Жамоат хавфсизлиги университети;

Хайитов Хушвақт Сапарбаевич – юридик фанлар доктори, профессор, Ўзбекистон Республикаси

Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Асадов Шавкат Ғайбуллаевич – юридик фанлар доктори, доцент, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Сайдуллаев Шахзод Алиханович – юридик фанлар номзоди, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Юсупов Сардорбек Баходирович – юридик фанлар доктори, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Амиров Зафар Ақтамович – юридик фанлар бўйича фалсафа доктори (PhD), Ўзбекистон Республикаси Судьялар олий кенгаши ҳузуридаги Судьялар олий мактаби;

Жўраев Шерзод Юлдашевич – юридик фанлар номзоди, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Бабаджанов Атабек Давронбекович – юридик фанлар номзоди, доцент, Тошкент давлат юридик университети.

13.00.00-ПЕДАГОГИКА ФАНЛАРИ:

Ҳашимова Дильдархон Уринбоевна – педагогика фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Ибрагимова Гулнора Хавазматовна – педагогика фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Закирова Феруза Махмудовна – педагогика фанлари доктори, Тошкент ахборот технологиялари университети ҳузуридаги педагогик кадрларни қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш тармоқ маркази;

Тайланова Шоҳида Зайниевна – педагогика фанлари доктори, доцент.

19.00.00-ПСИХОЛОГИЯ ФАНЛАРИ:

Каримова Василя Маманосировна – психология фанлари доктори, профессор, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети;

Ҳайитов Ойбек Эшбоевич – Жисмоний тарбия ва спорт бўйича мутахассисларни қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш институти, психология фанлари доктори, профессор

Умарова Навбаҳор Шокировна – психология фанлари доктори, доцент, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети, Амалий психологияси кафедраси мудири;

Атабаева Наргис Батировна – психология фанлари доктори, доцент, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети;

Қодиров Обид Сафарович – психология фанлари доктори (PhD), Самарканд вилоят ИИБ Тиббиёт бўлими психологик хизмат бошлиғи.

22.00.00-СОЦИОЛОГИЯ ФАНЛАРИ:

Латипова Нодира Мухтаржановна – социология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон миллий университети кафедра мудири;

Сеитов Азамат Пўлатович – социология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон миллий университети;

Содиқова Шоҳида Мархабоевна – социология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон халқаро ислом академияси

23.00.00-СИЁСИЙ ФАНЛАР

Назаров Насриддин Атакулович – сиёсий фанлар доктори, фалсафа фанлари доктори, профессор, Тошкент архитектура қурилиш институти;

Бўтаев Усмонжон Хайруллаевич – сиёсий фанлар доктори, доцент, Ўзбекистон миллий университети кафедра мудири.

ОАК Рўйхати

Мазкур журнал Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссияси Раёсатининг 2022 йил 30 ноябрдаги 327/5-сон қарори билан тарих, иқтисодиёт, фалсафа, филология, юридик ва педагогика фанлари бўйича илмий даражалар бўйича диссертациялар асосий натижаларини чоп этиш тавсия этилган илмий нашрлар рўйхати (Рўйхатга) киритилган.

Ижтимоий-гуманитар фанларнинг долзарб муаммолари электрон журнали 1368-сонли гувоҳнома билан давлат рўйхатига олинган.
Муассис: “SCIENCEPROBLEMS TEAM” масъулияти чекланган жамият.

Таҳририят манзили:
Тошкент шаҳри, Яккасарой тумани, Кичик Бешёғоч кўчаси, 70/10-уй. Электрон манзил: scienceproblems.uz@gmail.com
Телеграм канал: https://t.me/scienceproblems_uz

МУНДАРИЖА

07.00.00 – ТАРИХ ФАНЛАРИ

- Matajonov Rahimjon Akramovich*
“VII-VIII ASRLARDA ARAB XALIFALIGI ISTILOSIGA QARSHI KURASHDA MAHALLIY
HUKMDORLARNING O‘RNI VA ROLI” MAVZUSIGA OID INGLIZ TILLI TADQIQOTLAR
TAHLILI 10-16
- Облобердиев Жасурбек Косим угли*
МЕРЫ НАКАЗАНИЯ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ В БУХАРСКОМ ЭМИРАТЕ В КОНЦЕ XIX - НАЧАЛЕ XX
ВВ 17-22

08.00.00 – ИҚТИСОДИЁТ ФАНЛАРИ

- Турсунов Бекмухаммад Омонович*
МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ БАҲОЛАШНИНГ МЕЗОН ВА
КЎРСАТКИЧЛАРИ 23-34
- Курпаяниди Константин Иванович*
ИССЛЕДОВАНИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ: ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ЧЕРЕЗ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ РЕФОРМЫ 35-44
- Ahmedov Shohjaxon*
O‘ZBEKISTONDA CHAKANA SAVDONI RIVOJLANISH TENDENSIYALARI TAHLILI 45-51
- Кулибоев Азамат Шоназарович*
БЮДЖЕТ ТАШКИЛОТЛАРИДА БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИ 52-62
- Рўзиев Абдумалик Ортиғалиевич*
МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТНИ РАҚАМЛАШТИРИШНИ БАҲОЛАШДА МИҚДОРИЙ ВА
АХБОРОТ ТАҲЛИЛИ МЕТОДОЛОГИЯСИ 63-73
- Abduraxmanova Shoxida Ravshanovna*
TIBBIYOT MUASSASALARIDA RAQOBATBARDOSHLIKNI BOSHQARISHNI
TAKOMILLASHTIRISH 74-80
- Davronov Istamxo‘ja Olimovich*
МЕНМОНХОНА ХИЗМАТЛАРИ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИ ВА СИФАТИНИ ВАНОЛАШ
USULLARI 81-86
- Маматов Бахадир Сафаралиевич*
ҲУДУДЛАРДА ИНВЕСТИЦИЯВИЙ МУҲИТ ЖОЗИБАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ
МАСАЛАЛАРИ 87-96
- Шолдаров Дилшод Азимиддин ўғли*
КАМ ТАЪМИНЛАНГАН ОИЛАЛАР УЧУН НАФАҚА ВА МОДДИЙ ЁРДАМ ТАЙИНЛАШ ВА
ТЎЛАШ ТАРТИБИ 97-104
- Баратов Махсудали Назиралиевич*
МИКРОМОЛИЯВИЙ ТАШКИЛОТЛАР ФАОЛИЯТИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ –
ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШНИНГ МУҲИМ ОМИЛИ 105-116

<i>Ergashev Islom Ismoilovich</i> KESKIN RAQOBAT SHAROITIDA XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARI INVESTITSION JOZIBADORLIGINI OSHIRISHNING METODOLOGIK ASOSLARI	117-127
<i>Қодиров Азизжон Анварович</i> ЎТИШ ИҚТИСОДИЁТИ МАМЛАКАТЛАРИДА ЭКОТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШ АМАЛИЁТИ	128-136
<i>Эшонкулов Акмал Кудратович</i> ПРОБЛЕМЫ ПРОВЕДЕНИЯ АНАЛИЗА ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН	137-142
<i>Астанов Шерзод Рустамович</i> ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ИНВЕСТИЦИОН ЛОЙИХАЛАРНИ ЖАЛБ ҚИЛИШНИНГ ТАШКИЛИЙ МЕХАНИЗМИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ	143-150
09.00.00 - ФАЛСАФА ФАНЛАРИ	
<i>Abdullayev Ibodulla Abdullayevich</i> YOSHLARNI MILLIY G'URUR RUHIDA TARBIYALASHDA OILA VA OILAVIY QADRIYATLARDAN UNUMLI FOYDALANISH USULLARI	151-155
<i>Turabova Sevara Kattaqulovna</i> BAHS-MUNOZARALARDA QO'LLANILADIGAN TUZOQLAR VA MANIPULYATSION (SPEKULYATIV) USULLAR	156-164
<i>Alimatova Nargis Abduxalilovna</i> BARQAROR RAQOBAT USTUNLIGI-RAQOBATBARDOSHLIK OMILI	165-174
<i>Allayarova Marhabo Mavlonovna</i> UCHINCHI RENESSANS DAVRIDA YOSHLAR BADIY IJODINI RIVOJLANTIRISH ZARURIYATI	175-179
<i>Рахманов Баҳодир</i> СИНЕРГЕТИК ТАФАККУР: ФАЛСАФИЙ МЕРОСИМИЗНИ ТАДҚИҚ ЭТИШНИНГ АҲАМИЯТИ	180-186
<i>Abdiraxmanov Muzaffar Zaripbayevich</i> ABU ALI IBN SINONING XORAZM MA'MUN AKADEMISIDAGI FAOLIYATI	187-191
<i>Mirzaxalov Xojiakbar Tajibayevich</i> JAMIYATDA GENDER TENGLIGI MUAMMOSINING IJTIMOY-FALSAFIY TAHLILI	192-197
<i>Azimov Ashirali Mehmonboyevich</i> XOTIN-QIZLAR GENDER MA'RIFATINING IJTIMOY BARQARORLIKKA TA'SIRI	198-202
<i>Azimov Sherzod</i> PHILOSOPHICAL REFLECTION ON THE ROLE AND SIGNIFICANCE OF SPORT IN SOCIETY	203-207
<i>Абдурахмонович Хасан Иброхимович</i> ЎЗБЕКИСТОНДА ЁШЛАР ИННОВАЦИОН ТАФАККУРИНИ ЮКСАЛТИРИШНИНГ УСТУВОР ЎНАЛИШЛАРИ	208-216

10.00.00 - ФИЛОЛОГИЯ ФАНЛАРИ*Kuliyeva Dilshoda Alijon qizi*

QUMAN TOPISHMOQLARINING O'ZBEK FOLKLORIDAGI PARALLEL SHAKLLARI 217-223

Teshabaeva Dilfuza Muminovna, Abduxalilova Gulbaxor Karabaevna

ТУРИЗМ СОҲАСИГА ОИД СЎЗ ВА ИБОРАЛАРНИ ПРЕФИКСЛАР ЁРДАМИДА

ЯСАЛИШИ 224-230

Abdinazarov Uktam Qushoqovich

INGLIZ VA O'ZBEK TILLARIDA GIPPOLOGIK TERMINLARNING LINGVISTIK TADQIQI.. 231-236

Axmedova Shaxodat Maxmutovna

O'ZBEK XALQ PAREMALARIDA SHIFO KONSEPTINING IFODALANISHI..... 237-241

Ruziyev Xusniddin Baxritdinovich

JAHON TILSHUNOSLIGIDA PAREMALAR TADQIQI 242-246

Vositov Otabek Toxirjonovich

TABIATNING ATMOSFERA HODISASI UMUMIY MA'NOSI VA LEKSIK SEMANTIKA

GURUHLARNING STRUKTURAL XUSUSIYATLARI 247-253

Hodir Raхmatullaev

НАЗАР ЭШОНҚУЛ НАСРИДА ШАРПА АРХЕТИПИНИНГ ТАЛҚИНИ 254-260

12.00.00 - ЮРИДИК ФАНЛАР*Мамасобиров Давронбек Эрназарович*

ВАТАНДОШЛАР БИЛАН ИШЛАШ: ҚИЁСИЙ-ҲУҚУҚИЙ ТАҲЛИЛ 261-270

Urakov Djahongir Rajabovich, Sharipovasror Safar o'g'li

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI QONUN HUJJATLARIDA FUQAROLIK JAMIYATI

INSTITUTLARNING HUQUQIY ASOSLARI 271-276

13.00.00 - ПЕДАГОГИКА ФАНЛАРИ*Djamaldinova Shaxlo Obloberdiyevna*

OLIY TIBBIY TA'LIM MUASSASALARI TALABALARI HISSIY-KOMMUNIKATIV

KOMPETENSIYASINI RIVOJLANTIRISH 277-281

Umarova Zaxro Abduraxim qizi

TALABALAR MUSTAQIL TAYYORGARLIGINI RIVOJLANTIRISHDA NOSTANDART FIKRLASH

(THINKING OUTSIDE THE BOX) NING ROLI 282-287

Kadirov Ramz Turabovich

TALABA-AKTYORLARNING SAHNA NUTQIGA OID BILIM VA KO'NIKMALARINI

TAKOMILLASHTIRISHNING SPETSIFIK TEXNOLOGIYALARI (DARS JARAYONIDAGI

MASHG'ULOTLAR MISOLIDA) 288-295

Khabiba Madaminovna Jurabekova

THE ROLE AND SIGNIFICANCE OF LISTENING IN THE FORMATION OF COMMUNICATIVE

COMPETENCE OF STUDENTS IN RUSSIAN LESSONS 296-302

<i>Nishonov Akmal Obidovich, Xamrakulov Xamidullo Turgunboyevich</i> KLAUSTERLI O'ZARO TA'SIR SHAROITIDA INFORMATIKA O'QITUVCHILARINING MALAKASINI OSHIRISH JARAYONINI MODELASHTIRISH MASALALARI	303-310
<i>Ergashev Murodbek Ikromovich</i> MUSIQA TA'LIMIDA O'QUVCHILARNING KREATIV VA IJTIMOYIY KOMPETENSIYALARINI RIVOJLANTIRISHNING MAVJUD IMKONIYATLARI	311-316
<i>Utkirov Nusrat Kamilovich</i> BO'LAJAK JISMONIY TARBIYA MUTAXASSISLARINI TAYYORLASHNING KASBIY-PEDAGOGIK KOMPETENTLI TA'MINOTINI RIVOJLANTIRISH	317-322
<i>Yulbarsova Xurshida</i> BO'LAJAK SOTSIOLOGLARDA IJTIMOYIY KOMPETENTLIKNI RIVOJLANTIRISHNING TASHKILY-PEDAGOGIK JIHATLARI	323-329
<i>Baychayev Fazliddin Xusenovich</i> BO'LAJAK KON-METALLURGIYA SANOATI MUTAXASSISLARINING ELEKTROSTATIKAGA OID NAZARIY BILIMLARINI MUSTAHKAMLASH	330-335
<i>Muminov Ulmas Ravshanqulovich</i> O'ZBEKISTONDA "MAHALLA INSTITUTI" NING MAHALLIY O'Z-O'ZINI BOSHQARISH – ORGANI SIFATIDA SHAKLLANISHI, UNING HUQUQIY ASOSLARINI YARATILISHI	336-341
<i>Tajibayeva Ma'mura Tojidinovna</i> AJDODLARIMIZ PEDAGOGIK TA'LIMOTLARINI O'RGANISH ASOSIDA TALABALARDA G'OYAVIY DUNYOQARASHINI RIVOJLANTIRISH	342-346
<i>Askarova Zulayxo</i> BOSHLANG'ICH TA'LIM JARAYONIDA O'QUVCHILARNING FIKRLASH DARAJASINI ANIQLASHDA INNOVATSION METODLARDAN FOYDALANISH SAMARASI	347-352
<i>Akhmadjonova Diyora Dilshod qizi</i> EXPLORING THE EFFECTIVENESS OF TEACHING THROUGH ONLINE PLATFORMS	352-362
<i>Jumaniyazova Go'zal</i> OLY O'QUV YURTI TALABALARINI PIRLSGA YO'NALTIRILGAN TOPSHIRIQLARNI TAYYORLASHGA O'RGATISH METODIKASI	363-367
<i>Xusaiova Leyla Yunusova</i> СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ОБУЧЕНИИ ФОНЕТИКЕ: ТЕХНОЛОГИИ И МЕТОДЫ	368-373
<i>Xudayberganov G'ayrat Quranboyevich</i> МАТЕМАТИК КРЕАТИВ ТАВСИФДАГИ MASALALARNING BOSHLANG'ICH SINFI O'QUVCHILARIDA KREATIV FIKRLASHINI FANLARARO ABSSESSIAL VA ORDINATAL BOG'LAB SHAKLLANTIRISHDAGI O'RNI VA ROLI	374-379
<i>To'xtasinov Muhammadjon</i> PEDAGOGLAR KASBIY KOMPETENLIGINI OSHIRISHDA UZLUKSIZ METODIK XIZMATNING O'RNI	380-384

Eshnazarov Murod Karimovich

GERMENEVTIK YONDASHUV ASOSIDA TA'LIM MAZMUNINI RIVOJLANTIRISH

IMKONIYATLARI385-391

09.00.00 – Фалсафа фанлари

Alimatova Nargis Abduxalilovna
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
“Ijtimoiy-gumanitar fanlar” kafedrasi
dotsenti, falsafa fanlari nomzodi
E-mail: nargis2207@gmail.com

BARQAROR RAQOBAT USTUNLIGI-RAQOBATBARDOSHLIK OMILI

Annotatsiya. Ushbu maqolada raqobat ustunligi ta’rifi, uni shakllantirishda tayaniladigan tamoyillar ijtimoiy-falsafiy nuqtai-nazardan tahlil etilgan. “Raqobat ustunligi” tushunchasining “raqobatbardoshlik” bilan aloqadorligi o’rganilgan. Raqobat ustunligini shakllantirish yo’llari va uning turlari, raqobat kompetensiyalari tushunchasi, uning o’ziga xos jihatlari yoritilgan. Raqobat strategiyasining raqobat ustunligini shakllantirishdagi roli to’g’risida xulosa chiqarilgan.

Kalit so’zlar: raqobat ustunligi, raqobatbardoshlik, kompetensiyalar, raqobat strategiyasi, sifat.

Alimatova Nargis Abdukhalilovna
Tashkent State University of Economics
Department of Social and Humanitarian Sciences
Associate Professor, Candidate of Philosophical Sciences

THE SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE-THE FACTOR OF COMPETITIVENESS

Abstract. This article analyzes the concept of “competitive advantage”, the principles of its formation from a socio-philosophical point of view. The relationship between the concepts of “competitive advantage” and “competitiveness” has been studied. Also disclosed are the ways of formation and types of competitive advantages, the concept of competitive competencies and their specific aspects. Conclusions are drawn about the role of competitive strategy in the formation of competitive advantages.

Keywords: competitive advantage, competitiveness, competitive competencies, competitive strategy, quality

Алиматова Наргис Абдухалиловна
Ташкентский государственный экономический
университет, кафедра “Общественно-гуманитарных
наук” доцент, кандидат философских наук

УСТОЙЧИВОЕ КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО-ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Аннотация. В данной статье анализируются понятие “конкурентное преимущество», принципы его формирования с социально-философской точки зрения. Изучена взаимосвязь понятий «конкурентное преимущество» и «конкурентоспособность». Также раскрыты пути формирования и виды конкурентных

преимуществ, понятие конкурентных компетенций и их конкретные аспекты. Сделаны выводы о роли конкурентной стратегии в формировании конкурентных преимуществ.

Ключевые слова: конкурентное преимущество, конкурентоспособность, конкурентные компетенции, конкурентная стратегия, качество

DOI: <https://doi.org/10.47390/SP1342V3I9Y2023N19>

Kirish. Globallashuv sharoitida milliy davlatlar raqobat muhitiga kirib bormoqdalar. Buning uchun ular o'z raqobatbardoshligini oshirishga, dunyo reytinglarida yuqori o'rinlarni egallashga harakat qilmoqdalar. Raqobatbardoshlik esa raqobat ustunligi bilan chambarchas bog'liq. Raqobat ustunligi esa mamlakatning takrorlab, nusxa ko'chirib bo'lmaydigan, yetishish qiyin bo'lgan xususiyati bo'lishi lozim. Bunday xususiyatga hozirgi kunda ko'proq eng yangi texnologiyalarni yaratish, ya'ni innovatsiyalarni joriy etish orqali erishilmoqda. O'zbekiston Prezidenti: "Endi asosiy e'tiborni narxlarni belgilashga emas, balki korxonalar o'rtasida sog'lom raqobatni ta'minlash orqali, narxlarni pasaytirishga va sifatni oshirishga qaratishimiz kerak. Xalqaro tajribani o'rganib, raqobatni olib kirish mumkin bo'lgan monopoliya sohaslariga xususiy sektor uchun yo'l ochish va shu orqali raqobat muhitini shakllantirish lozim[9]",-dedilar. Sifatni oshirish raqobat ustunligini shakllantirishga olib keladi.

Adabiyotlar tahlili. Ushbu muammoga oid adabiyotlar tahlili raqobat ustunligi muammolari asosan iqtisodiy nuqtai-nazardan o'rganilganligini ko'rish mumkin. Xorijiy tadqiqotchilardan M.Porter raqobat ustunligi tushunchasini iqtisodga kiritgan, Ansoff I. raqobat ustunliklarini boshqarish usullari to'g'risida ilmiy izlanishlar qilganlar. Rossiyalik tadqiqotchilardan E.Ye.Zenina yuqori darajadagi raqobat ustunliklari, N.A.Kuxarskaya, Saxnovich S.A., Seregina M.V. raqobat ustunliklari raqobatbardoshlikni oshirish vositasi sifatida, Axmiyeva G.R., Dautxadjiyeva M.X., Sarakayeva Z.X. korxonalar raqobat ustunligi tushunchasi, turlari va shakllanishining o'ziga xosligi, Savelyeva N.O. raqobat ustunligiga erishishda innovatsiyalarning roli mavzularida ilmiy tadqiqot olib borganlar. O'zbekistonlik olimlardan Ahmedov I.A., Primova N.I. mahsulot raqobatbardoshligini oshirishda uning sifati, diversifikatsiyaning ahamiyati haqida maqola chop etganlar.

Tadqiqot metodlari. Tadqiqot jarayonida analiz va sintez, deduksiya, umumlashtirish va mavhumlashtirish kabi umumfalsafiy ilmiy metodlardan foydalanildi.

Tahlillar va natijalar. Raqobat muhitining dinamikligi bilan, raqobatchilar hatti-harakatlarini oldindan bilib bo'lmashligi, mamlakat prioritetlarining o'zgarishi bilan xarakterlanadigan zamonaviy sharoitlardagi korxonalardan doimiy ravishda oldiga qo'yilgan maqsadlarga erishishni va uzoq muddatga raqobatbardoshlikni ta'minlaydigan raqobat ustunliklarini yaratishni va realizatsiya qilishini talab qiladi. Korxonalar muvaffaqiyatli faoliyatining eng muhim mezonini uning raqobatbardoshligi hisoblanadi. N.A.Kuxarskayaning fikricha, korxonalar raqobatbardoshligi deganda ushbu korxonalar raqobatchilarga nisbatan tovarlarni samaraliroq yaratish, ishlab chiqarishi va sotishi tushuniladi[7;13-b.].

Korxonalar raqobat ustunligini shakllantirishda qator tamoyillarga tayanish muhim hisoblanadi. Ularga quyidagilarni kiritish mumkin: qadriyatlilik, ko'pqirralilik, orqaga qaytmaslik, aktualashtirish, axboriy ta'minlanganlik. Qadriyatlilik tamoyiliga ko'ra korxonalar raqobatbardoshligiga eng ko'p ta'sir qiladigan raqobat ustunligi iqtisodiy jihatdan ko'proq qiziqish tug'diradi.

Ko'pqirralilik tamoyiliga ko'ra iqtisodiy jihatdan muhim bo'lgan ustunliklarni tanlash va realizatsiya qilish ko'pmezoni yondashuvga asoslanishi kerak.

Orqaga qaytmaslik tamoyili korxonalar raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan muvaffaqiyatsiz qabul qilingan va amalga oshirilayotgan boshqaruv qarorlarining salbiy natijalarini operativ ravishda tez bartaraf etish imkonini mavjud emasligini ifodalaydi.

Aktuallashtirish tamoyili makro va mikromuhitdagi tez ro'y berayotgan o'zgarishlarga muvofiq ravishda afzal hisoblanuvchi raqobat ustunliklari tizimiga o'z vaqtida zarur o'zgartirishlarni kiritish kerakligini anglatadi.

Axboriy ta'minlanganlik tamoyiliga ko'ra ma'lum raqobat ustunliklari haqida zaruriy va ishonchli ma'lumotlarga ega bo'lmagan holda shakllantirilayotgan afzal raqobat ustunliklari tizimiga kirmaslik kerak. Strategik raqobat ustunliklarini egallash manbai bo'lib korxonadagi mavjud resurslar, rezervlar hamda axborot xizmat qilishi kerak.

Zamonaviy xaridor bozor mexanizmi yordamida mahsulot sifatiga yangi talablar qo'yimoqda. Shuning uchun xaridor uchun bo'ladigan raqobat kurashida g'olib bo'lish yoki yashab qolish uchun korxonalar raqobatdoshliklarining mahsulotiga nisbatan nafaqat ma'lum ustunlikka ega bo'lgan tovar ishlab chiqarishi, balki turli xarakterdagi qator ustunliklarga ega bo'lgan mahsulot yaratishi kerak. Aynan shu talab raqobat ustunligiga bo'lgan munosabatni o'zgarishiga olib keldi. Shunday qilib yangi nazariyalar-ilgarilab ketuvchi raqobat ustunliklari, jamiyat taraqqiyoti imperativlari asosidagi ustunlik nazariyasi vujudga keldi[15; 52-b.]. Boshqa so'zlar bilan aytganda, iqtisodiyot taraqqiyotini harakatlantiruvchi kuchlarda o'zgarish va global raqobatdan intellektual liderlikka asoslangan raqobatga o'tish sodir bo'ldi. Ilgari moddiy bo'lmagan aktivlarga va axborot texnologiyalari rivojlanishiga ustunlik berilgan bo'lsa, hozirgi davrda yuqori qo'shimcha qiymatga ega qarorlarning sotilishi va xizmatlar rolining oshishiga ko'proq ahamiyat berilmoqda.

"Raqobat ustunligi" tushunchasini "raqobatbardoshlik" tushunchasi bilan aloqadorligini ko'rib chiqsak. Iqtisodiy maqolalarda raqobatbardoshlikni korxonaning o'zining hamda ijaraga olingan manbalardan samarador foydalanish imkoniyati deb qaralib, ko'p hollarda raqobat ustunligi bilan bir narsa, deb qaraladi[1; 62-b.]. Ta'kidlash mumkinki, bunday o'xshatish asoslarga ega, chunki raqobatbardoshlikning tabiati ko'p hollarda raqobat bellashuvi vaqtida mo'ljallangan maqsadlarga yetishda musobaqalashuvchilardan ilgarilab ketish qobiliyati, deb tavsiflanadi. Ammo bu kategoriyalar orasida sabab-oqibat munosabati kuzatiladi. Raqobatbardoshlik raqobat ustunligi borligini ifodalovchi oqibat hisoblanadi. Raqobat ustunligisiz raqobatbardoshlik bo'lishi mumkin emas. Shu bilan birga alohida raqobat ustunliklarining bo'lishi afzallikni ta'minlamasligi ham mumkin. Faqat kompleks holda eng yaxshining tanloviga hal qiluvchi ta'sir etishi mumkin. Shuningdek, raqobatbardoshlikka korxonalar faoliyatiga aloqador bo'lmagan bozor muhitidagi o'zgarishlar, misol uchun, tovarga talabning o'zgarishi, demografik o'sish yoki kamayishlar, fors-major hodisalar va hokazolar ta'sir ko'rsatishi mumkin.

Tovarlar raqobatbardoshligi mahsulotlarning raqobat bozorining shunga o'xshash tovarlarga bo'lgan talablariga, iste'molchilarning xohishlariga javob bera olish qobiliyatidir[6; 73-b.]. Raqobatbardoshlik bir tomondan, tovar sifati, uning texnik darajasi, iste'mol xususiyatlari bilan, boshqa tomondan, tovar sotuvchilari tomonidan o'rnatiladigan taklif baholari bilan belgilanadi. Bundan tashqari, raqobatbardoshlikka moda, sotish vaqtidagi va sotishdan keyingi servis, reklama, korxonalar imidji, bellashayotgan tovar taklif etuvchilarning

soni, bozordagi muhit, iste'molchilar talabining o'zgarishga moyilligi ta'sir etadi[14]. Raqobatbardoshlikning eng baland darajasi mahsulot yaratishning maqsadga muvofiqligini, foyda bilan birgalikda sotish imkoniyatini ham ifoda etadi. Lekin mahsulotning raqobatbardoshligi-faqat yuqori sifat va texnik darajagina emas, balki bozor muhiti va zamondagi ustalik bilan moslasha olish, xaridorlarning konkret bir yig'indisining talab hamda imkoniyatlarini yuqori darajada hisobga olib bilishdir. Bunda raqobatbardoshlik darajasining obyektiv bahosi faqat shu tovar yo'naltirilgan iste'molchi foydalanadigan mezonlar asosida amalga oshirilishi mumkin. Shuning uchun tovar raqobatbardoshligining sabablarini taklif etilayotgan mahsulotni ishlab chiqish, realizatsiya va ekspluatatsiya qilish jarayonini samarali boshqarish jarayonining oqibati bo'lgan tovarning alohida xususiyatlaridagi raqobat ustunligidan qidirish kerak.

Raqobatbardosh tovarlarni ishlab chiqarish va realizatsiya qilish firma raqobatbardoshligining zaruriy sharti hisoblanadi. Raqobatbardoshlikni ta'minlash uchun ilmiy izlanishlar, tajribaviy o'rganish, konstruktorlik ishlari, ishlab chiqarish, boshqaruv, moliya, marketing va h.k. sohalaridagi raqobat ustunligiga olib keluvchi butun ishlab chiqarish-xo'jalik sikli bo'yicha doimiy faoliyat zarur. Firmaning raqobatbardoshligi-bu kompaniyani boshqarishning barcha muammolari bo'yicha raqobat ustunliklarining natijasi hisoblanadi.

Bir qator tadqiqotchilarning fikricha[3; 30-33-b.], "raqobat ustunligi" tushunchasini ilmga kiritgan tadqiqotchi amerikalik M.Porter hisoblanadi. U raqobat ustunligini firmaga raqobat kuchlarini yengish va xaridorlarni jalb etishga imkon beradigan uning bozordagi o'rni, deb ta'riflagan. Uning fikricha, tashkilotning raqobat ustunligini ikki turga: kichik harajatlar, ya'ni raqobatchilarga nisbatan kam harajatlar sarflab, mahsulot chiqara bilish imkoniyati hamda tovarlar differentsiatsiyasi, ya'ni iste'molchilarni unikal va yuqoriroq qadriyat bilan ta'minlay bilish qobiliyatiga bo'lish mumkin[10].

G.L.Azoyev va A.P.Chelenkov fikricha, raqobat ustunligi-iqtisodiy ko'rsatkichlar yordamida o'lchash mumkin bo'lgan (qo'shimcha daromad, rentabellikning nisbatan yuqori ko'rsatkichlari, bozordagi ulush, sotuv hajmi va h.k.), korxonalar faoliyatining iqtisodiy, texnik, tashkiliy sohalarida raqobatchilardan ustunligining namoyon bo'lishi[1;87-b]. Boshqa so'zlar bilan aytganda, raqobat ustunligi bu firmaning uzoq muddatli mavjudligini ta'minlovchi omildir, ya'ni firma doimo xaridoriga ega bo'lgan mahsulot ishlab chiqarishi kerak. Bu esa, birinchidan, ushbu tovar xaridor manfaatlariga shu darajada mos bo'lishi kerakki, u shu mahsulot uchun pul to'lashga tayyor bo'lishi, ikkinchidan, raqobatchi ishlab chiqarayotgan o'xshash tovardan ko'ra ko'proq xaridor qiziqishlariga mos kelishi lozim. Agar mahsulot shu ikki xususiyatga ega bo'lsa, unday holda mahsulot sifati va uning o'xshash mahsulotlardan raqobat ustunligiga egaligi haqida gapirish mumkin.

L.N.Safiullin raqobat ustunligi deganda atrof-muhit ta'sirida amalga oshgan raqobat bozorida bellashuvchilardan ustunlikda namoyon bo'luvchi xo'jalik yurituvchi subyektlar munosabatlarini tushunadi[11].

P.V.Starsevning fikricha, raqobat ustunligi korxonaning raqobatchilar ustidan ilmiy izlanishlar, tajribaviy o'rganish, konstruktorlik ishlari, mahsulot ishlab chiqarish va sotish, servis xizmat ko'rsatish bilan bog'liq bo'lgan iqtisodiy, boshqaruv hamda texnik faoliyatdagi ustunlikdir[12].

I.S.Yemelyanenko: “korxonaning raqobat ustunligi korxonaning raqobatchilardan o‘zib ketish va raqobatbardoshlikka erishish imkoniyatini belgilovchi raqobat munosabatlari tizimining tashkil etuvchisidir[4]”, -deb hisoblaydi.

Ko‘pchilik tadqiqotchilarning ta’kidlashicha, tashkilotning raqobat ustunligi-bu uning boshqa raqobatchilardan afzalliklarini namoyon qilish imoniyatidir.

Ta’kidlash lozimki, raqobat ustunligi nafaqat tovarga, balki tashkilotga ham tegishli. Ular juda ham xilma-xil bo‘lib, quyidagi xususiyatlarga qarab tasniflanadi:

1. Barqarorlik darajasi-quyi, o‘rta va yuqori barqarorlikka ega ustunliklar.

2. Raqobat sohasi va faoliyat masshtabi-lokal, milliy va global raqobat ustunliklari.

3. Ta’sir kuchining davomiyligi-bir yil muddatgacha saqlanib qoladigan taktik raqobat ustunliklari hamda ikki-uch yildan kam bo‘lmagan muddat saqlanib qoladigan strategik raqobat ustunliklari.

4. Shakllanish manbai-raqobatchilar tomonidan tez nusxa olinishi mumkin bo‘lgan quyi darajadagi ustunliklar va ko‘p harajatlar bilan bog‘liq bo‘lgan va raqobatchilar tomonidan nusxa olinishi qiyin bo‘lgan yuqori darajadagi ustunliklar.

Kuchli raqobat va tez o‘zgaruvchan bozor sharoitida tashkilotlar strategik va yuqori barqarorlik darajasiga ega bo‘lgan ustunliklarni shakllantirish hamda ushlab turishga alohida ahamiyat berishlari kerak. Raqobat ustunliklarini yaratish uchun esa avvalambor:

-tashkilotning raqobat mavqeyini baholash zarur;

- bozorning raqobat kuchlarini hisobga olgan holda tashkilotning raqobat potensialini shakllantirish kerak;

- tavakkalchilik va barqaror bo‘lmagan sharoitda korxonaning saqlanib qolishi, rivojlanishi uchun kerakli insonga bog‘liq bo‘lmagan sabablarni vujudga keltirish;

- korxonaning yangi texnologiyalar, yechimlar, yangi yondashuvlar orqali rivojlanishining asosiy maqsadlari hamda uzoq muddatlarga mo‘ljallangan yo‘lini yaratish kerak. Asosan, tashkilotning raqobat ustunligini shakllantirishga ta’sir etuvchi ikki guruh omillarni ajratib ko‘rsatishadi:

- yuqori sifat va past bahoda ifoda etiluvchi resurslardagi afzallik;

- barcha turdagi ishlarning bajarilishidagi yuqori sifat va samaradorlikni ta’minlovchi eng yaxshi qobiliyat, mohirlik, ustalik.

Shu bilan birga, ikkinchi guruh omillarni takomillashtirish hisobiga erishiladigan raqobat ustunliklari, ularni shakllantirilishi hamda taraqqiyoti uchun sa’y-harakatlarning kompleks tashkil qilinishi hamda sezilarli intellektual xatti-harakatlar talab etilsa ham, korxonaga uchun ko‘proq darajada ahamiyatlidir. Bu shu bilan bog‘liqki, ushbu ustunliklar raqobatchilar tomonidan qaytarilishi juda qiyin hisoblanadi. Shuni ta’kidlash kerakki, agar tashkilotning ustunliklari raqobat kurashida realizatsiya qilinmay qolib ketgan bo‘lsa, ular raqobat ustunligi bo‘lmay qoladi. Raqobat ustunligi sifatida namoyon bo‘lishi uchun ular, albatta, tashkilot faoliyatining yangi natijalarida namoyon bo‘lishi kerak. Raqobat ustunliklarini shakllantirish va realizatsiya qilish jarayonida ularning ba’zi xususiyatlarini e’tiborga olish lozim bo‘ladi. Ularga quyidagilarni kiritish mumkin:

-raqobat ustunliklari raqobatchilar mavjud bo‘lgan sharoitda namoyon bo‘ladi;

-raqobat ustunliklari, ularni to‘liq yoki qisman yo‘qolishiga olib keluvchi konkret sharoitlar bilan shartlangan, nisbiy xarakterga ega;

-raqobat ustunliklari dinamikligi bilan xarakterlanadi;

-raqobat ustunliklari raqobatchilar tomonidan juda qiyinchilik bilan nusxalanadi[8; 114-b.].

Raqobat ustunliklari tarkibiga tashkilot kiradigan soha o'z ta'sirini ko'rsatadi. Agar tashkilot yuqori texnologik bo'lsa, uning raqobat ustunliklari texnologik innovatsiyalarga asoslangan bo'ladi. Agar tashkilot ishlab chiqarishning ommaviy xarakteriga ega bo'lsa, ustunlik sifatida xarajatlarning kamligi, territorial joylashuv, savdo belgisining taniqli ekanligi va boshqalar namoyon bo'ladi.

Zamonaviy tashkilotlarning bozordagi pozitsiyalari nafaqat ularda mavjud ustunliklar, balki bu ustunliklarning ahamiyatliligi va davomiyligiga ham bog'liq. Tashkilotning raqobat ustunligi, agar ularning raqobatchilari ma'lum vaqtdan keyin foydalibroq raqobat ustunligini yaratish ehtimoli baland bo'lsa, kamayib borishi yoki umuman yo'qolib ketishi ham mumkin. Shu bilan birga tashkilot raqobat ustunligining vaqtdagi davomiyligiga ta'sir etuvchi xaridorlarning didi, tovar hamda xizmatlarni tanlashdagi ustuvorliklari ham o'zgarib borishini e'tiborga olish kerak bo'ladi. Demak, tashkilot o'zining bozordagi pozitsiyasini saqlab qolishi uchun ilgari yaratilgan ustunliklarni qo'llab-quvvatlab turishi zarurdir. Ayni damda tashkilotning raqobat ustunliklari omadning strategik omili sifatida namoyon bo'lishi va quyidagi talablarga javob berishi kerak:

- xaridorning maxsus talablarini e'tiborga olishi;
- o'ziga nisbatan raqobatchi bo'lgan savdo belgilariga nisbatan uzoq muddat davomida o'z markasining unikalligini ta'minlashi;
- tashkilotning qiyin yoki umuman takrorlash mumkin bo'lmagan maxsus qobiliyatlar va resurslarini hisobga olishi.

Raqobat ustunligini shakllantirish va rivojlantirish jarayoni tashkilotning barcha faoliyatini qamrab olishi lozim. Buning natijasida tashkilot faoliyatining barcha aspektlarida raqobat ustunliklari manbalarining ko'payishiga olib keluvchi o'zgarishlar amalga oshiriladi. Raqobat ustunliklarini shakllantirish hamda bozordagi pozitsiyani mustahkamlash uchun har bir tashkilot ustuvorliklarni va raqobat strategiyasini to'g'ri tanlash zarur. Har qanday raqobat strategiyasi tashkilot uchun bozorda shunday pozitsiyani ta'minlashni maqsad qiladiki, bunda tashkilot bozordagi raqobat kuchlari ta'siridan ishonchli himoya qilingan yoki o'zi shu kuchlarga ta'sir o'tkaza oladi. Raqobat strategiyasi ko'p darajada bozor sharoitlari rivojlanishining tendensiyalariga mos kelishi, tashkilot faoliyatining eng kuchli tomonlaridan samarali ravishda foydalanishi, uning raqobat ustunligini uzoq vaqt davomida mavjudligini ta'minlashi, ham himoya, ham hujumkor xatti-harakatlarni nazarda tutishi kerak. Tashkilotning qanday raqobat strategiyasini tanlashi uning qanday raqobat ustunliklari bilan o'zini ta'minlashi va ularni qanday muddatga saqlab qolishni istashi bilan bog'liq.

Shuni aytish lozimki, tashkilotning raqobat ustunliklari, I.Ansoffning ta'kidlashicha[2], uning bozordagi pozitsiyasining xarakteristikasi bo'lgan raqobat mavqeyi bilan chambarchas bog'liq. Tashkilotning raqobat mavqeyi qanchalik yuqori bo'lsa, shunchalik unda raqobat ustunliklari ko'p va aksincha. Tashkilotning raqobat mavqeyini tashqi va ichki muhit omillari ta'sirini hisobga olgan holda uning faoliyat yuritishi va taraqqiy etishi optimal parametrlarini ta'minlovchi sharoitlarni yaratish hisobiga oshirish mumkin.

Mahsulotni sotish bozori uchun kurashning muvaffaqiyatini baho bilan bog'liq bo'lmagan omillar, mahsulotlar va qoplama dizayni, brendni tanitish siyosati, korxonaning imiji va tadbirkorlikdagi obro'yi orqali ta'minlash ham muhim rolga ega. Zamonaviy iqtisodiy

sharoitlarda tashkilotning raqobat ustunliklarini shakllantirish va har doim amalga oshiriluvchi yangiliklarni joriy etib borish, mablag'larni jalb etish, tovar marketingi, tashkiliy-boshqaruv hamda ishlayotgan kadrlarga bog'liq bo'lgan, jamoaviy tadbirlarni qamrab oluvchi qo'llab-quvvatlashning murakkab tizimini yaratish zaruriyati bor. Bunday tizim aniq qo'yilgan maqsadga ega bo'lishi, bozor konyunkturasi o'zgarishini hisobga olishi, moslashuvchan bo'lishi va tez hamda egiluvchan samarali boshqaruv qarorlarini qabul qilish imkonini ta'minlashi lozim.

Ta'kidlash kerakki, raqobat ustunligini firmaning potensial imkoniyatlari bilan aynanlashtirmaslik kerak. Chunki ustunliklar imkoniyatlardan farqli ravishda xaridorlarning real va ochiq-oydin afzal ko'rishi natijasida aniqlanadigan faktdir. Buning natijasida biznes yuritish amaliyotida raqobat ustunliklari xo'jalik yuritish faoliyatining asosiy maqsadi va natijasidir.

Tashkilot raqobat ustunliklarining barcha turlarini ularga erishish nuqtai-nazaridan uch guruhga bo'lish mumkin:

- quyi darajadagi ustunliklar;
- o'rta holatni egallovchi ustunliklar;
- yuqori darajadagi ustunliklar.

Quyi darajadagi ustunliklar arzon resurslardan, masalan, arzon ishchi kuchi, materiallar (xom ashyo), energiya, ishlab chiqarish masshtablaridan foydalanish imkoniyati bilan bog'liq. Quyi darajadagi raqobat ustunliklari judayam beqaror, baho va ish uchun to'lanadigan haqning o'sishi oqibatida yo'qotilishi, narxi pastroq ishlab chiqarish manbalari bellashuvchilar tomonidan ishlatilishi yoki xarid qilib olinishi mumkin. Shunday qilib, quyi darajadagi ustunliklar raqobatchilar ustidan liderlikni qisqa muddatga ta'minlashi mumkin. Ochiq-oydinki, quyi darajadagi ustunliklarga ega bo'la turib, firma sifatli mahsulot ishlab chiqarishi mumkin emas, balki xuddi shunday tovarni raqobatchilar ham ishlab chiqarishi mumkin.

O'rta holatni egallovchi ustunliklar: bular mijozlar bilan aloqalar, investorni ma'lum sohaga investitsiya qilishga olib keladigan firmaning investitsion jozibadorligi. Firma egalari, menejerlar va xodimlarning motivatsiyasi va maqsadlari ham muhim raqobat ustunligi bo'lishi mumkin. Raqobat ustunligiga ega bo'lishning regional aspekti ham mavjud bo'ladi. Shunday qilib, tezroq maxsus malakalar va resurslarni tezroq to'plash imkonini beruvchi mamlakatlarda faoliyat yuritayotgan korxonalar raqobat ustunligiga ega bo'ladi. Raqobat ustunligini yaratishda muvaffaqiyatli ishlayotgan marketing bo'linmalari ham katta rol o'ynaydi. Shu bilan birga, bozor, raqobatchilar, tovar va texnologiyalar to'g'risida keng va aniq axborotga ega firmalar afzallikka ega bo'ladi. Shunday qilib, o'rta holatni egallovchi afzalliklar bilan ishlab, firma o'z mahsulotining sifati o'sishini hamda buning oqibatida iste'molchining ehtiyojlari qondirilishini ta'minlaydi. Bundan tashqari, xaridor firmaning mahsulotini afzal ko'radi, chunki mahsulot sifatining yaxshiligi to'g'risida axborotga ega bo'ladi.

Yuqori darajadagi ustunliklarga unikal tovar va xizmatlarga asoslangan differentsiatsiya, unikal patentlangan texnologiya, nou-xau va mutaxassislarning yuqori professionalizmini kiritish mumkin. Bunday afzalliklarni ko'chirib olish qiyin. O'ta qimmatli ustunlik-bu firmaning bozordagi yaxshi reputatsiyasi. Bu narsaga erishish birmuncha qiyinchilik tug'diradi, juda sekinlik bilan amalga oshadi va uzoq vaqt talab qiladi hamda bir me'yorda ushlab turish yuqori harajatlarni talab qiladi. Shu sababli mahsulotda kichik bir kamchilik uchratilganda mashhur kompaniyalar iste'molchi uchun uni tekinga tuzatib yoki yangisiga almashtirib beradilar. Shu

bilan ular iste'molchining da'vosi natijasida to'lanadigan mablag' haqida emas, balki mahsulot bozorida o'zining ijobiy nomini saqlab qolish haqida qayg'uradilar. Shunday qilib, agar raqobat ustunligiga o'z konstruktorlik ishlanmalariga asoslangan unikal mahsulotni bozorga chiqarish orqali erishilgan bo'lsa, bunday ustunlikka erishish uchun raqobatchilar uch yo'ldan birini tanlashlari kerak. Birinchidan, shunga o'xshash o'ziga xos mahsulotni yaratishlari, ikkinchidan undan ham sifatli va jozibadorroq tovarni ishlab chiqishi, uchinchidan, ozroq xarajatlar sarflab bunday tovar sirini egallashlari kerak. Bu barcha yo'llar raqobatchidan katta xarajat, sa'y-harakatlar va vaqt talab qiladi. Bu esa lider firmaning ancha muddat yetakchilik qilishi, yetib bo'lmas holatda bo'lishi, ya'ni barqaror raqobatbardosh ekanligini anglatadi.

Aytish mumkinki, yuqori darajadagi ustunliklar firma faoliyatidagi tubdan o'zgarishlar bilan, raqobat kurashidagi pozitsiyalarni belgilovchi strategik omillar bilan bog'liq. Demak, raqobat ustunligini yaratish va ushlab turishning muhim manbasi-bu ishlab chiqarishni doimo yangilanishi va innovatsion taraqqiyotidir. Ko'rish qiyin emaski, yuqori darajadagi ustunliklar sifatning yuqori darajasini ta'minlab, iste'molchilarning tovarga moyilligini rivojlantiradi.

Korxonaning "asosiy kompetensiyasi" tushunchasini ko'rib chiqib, uning "yuqori darajadagi ustunliklar" tushunchasi bilan bog'liqligini aniqlaymiz. Kompetensiya bozordagi barqaror raqobat pozitsiyasini ta'minlaydigan, bozor talablariga mos keluvchi, biznes jarayonlarni amalga oshirish uchun korxonada ixtiyorida bo'lgan resurslarni shunday kombinatsiyasiga asoslangan jamoa o'zaro aloqadorliklarining qaytariluvchi, yaxshilab rejalashtirilgan imkoniyatini xarakterlaydi[13;63-b.]. Firma kompetensiyalarning turli xillariga-moliyaviy, marketing, ma'muriy, innovatsion va h.k.ga ega bo'lishi mumkin. Bunday malakalar har xil sharoitlarda kerakli bo'lishi, ammo bellashuvchilarga nisbatan samarali qarama-qarshi turish uchun va uzoq muddatli raqobat ustunligini vujudga keltirish uchun "odatiy", "yetakchi" hamda "asosiy" malaka (kompetensiyalar)ni bir-biridan farq qilish kerak.

Praalad va Xemel strategik boshqaruv maktabining rivojlanishini belgilab bergan mashhur asarida "asosiy kompetensiya" terminini muvaffaqiyatli raqobatning asosini tashkil etuvchi, tashkilot tomonidan tizimsiz to'plangan bilim va tajriba massasi, malaka va texnologiyalarning yig'indisini belgilash uchun kiritgan[5; 25-29-b.]. Boshqa so'zlar bilan aytganda, asosiy kompetensiya (farq qiluvchi, bazaviy, unikal, ildiz, biznes kompetensiya)-bu shunday qobiliyatlar yig'indisiki, bozor munosabatlarining ko'pchilik ishtirokchilari uchun tipik bo'lmagan va kuchi yetmaydigan vazifalarni hal qilish imkonini beradi. Ushbu kompetensiya sohada sifatning yangi standartini o'rnatadi va uning egasiga raqobat ustunligini ta'minlaydi. Asosiy kompetensiyaning va natijada raqobat ustunligining mavjudligi kompaniyani bozor lideri darajasiga olib chiqadi va raqobatning kuchayishi sharoitida ham uni barqaror qiladi. Asosiy kompetensiya-bu kompaniyaning strategik potentsiali.

Asosiy kompetensiyaning mezonlari:

1. Iste'molchilar uchun ahamiyatlilik (iste'molchilar kompetensiya uchun haq to'lashga tayyor, demak, u iste'molchilar uchun ahamiyatli qadriyatning asosiy qismini vujudga keltiradi, ya'ni xaridorlar mahsulot sifatining yuqori bo'lganligi uchun pul to'laydilar).
2. Takrorlanmaslik (qaytarib bo'lmaslik, o'ziga xoslik, malakani nusxasini vujudga keltirish qiyinchilik tug'diradi).
3. Takomillashtirish imkoniyatining borligi (xaridorlarning mahsulot sifatiga qo'yadigan talablarining o'zgarishga uchrashi bilan malaka ham ozroq o'zgartiriladi).

4. Hamkorlik (kompaniya bir nechta sheriklar-tashkilot va iste'molchilar o'ziga xos hamkorligining natijasi bo'lishi mumkin va shu bilan o'z iste'molchilarini qoniqtiradigan sifat darajasini ta'minlash orqali ularning tovarga moyilligiga erishiladi).

5. Kompetensiyalar shart-sharoitlarning, voqealarning ehtimoliy kechishiga emas, balki bilimga asoslanadi.

Asosiy kompetensiyalar quyidagilardan iborat bo'lishi mumkin:

- unikal texnologiyalar;
- nou-xau;
- marketing malakalari (bozor talablarini bilish va bunday bilimni muttasil olish imkoniyati);

- bozor uchun zarur bo'lgan takliflarni amalga oshirish qobiliyati;

- o'z asosiy kompetensiyasini doimo rivojlantirib, takomillashtirib borish qobiliyati.

Asosiy kompetensiyalar yuqori darajadagi raqobat ustunliklariga mos kelishini va mahsulot sifatining eng yuqori standartini ta'minlashini sezish qiyin emas.

Xulosa va tavsiyalar. Xulosa sifatida aytish mumkinki, mahsulot sifati-bu doimo qayta ko'rib chiqiladigan mezon hisoblanadi. Kecha sifatli, deb hisoblangan mahsulot bugun bozordagi iste'molchilar tomonidan talabga ega bo'lmasligi mumkin. Korxonalar yoki firma mahsulot sifatiga bo'lgan iste'molchilarning mavjud talablariga moslashishgina emas, balki xaridorlarning endi vujudga kelish ehtimoli bo'lgan ehtiyojlarini ham hisobga olib borib ilgari faoliyat olib borishi kerak.

Shunday qilib, korxonaning raqobat ustunliklari uning qobiliyatlari va potensialining tizimi bo'lib, uni aniq sharoitlarda amalga oshirish raqobatga dosh berish, bellashuvchilarga nisbatan ko'proq xaridorlarni jalb etish imkonini beradi.

Tashkilotning raqobat ustunliklarini shakllantirish yetarlicha murakkab va mehnat talab qiluvchi jarayon bo'lib, raqobat ustunliklarini yaratuvchi barcha manbalar va ularni shakllanishiga ta'sir etuvchi barcha omillarni hisobga olishni talab etadi. Shu bilan birgalikda tashkilot faoliyatining barcha jabhalarida raqobat ustunliklari manbalari miqdorining o'sishiga olib keluvchi o'zgarishlar amalga oshirilishi darkor. Raqobat strategiyasini ishlab chiqish asosida yotuvchi barqaror raqobat ustunligini qidirish muhim ahamiyat kasb etadi. Uzoq muddatga mo'ljallangan raqobat strategiyasining asosiy qismi bozor muhiti taraqqiyoti yo'nalishlariga mos kelib, korxonalar faoliyatining eng ahamiyatli tomonlaridan eng takomillashgan vositalar orqali foydalanish imkonini va barqaror raqobat ustunliklarini ta'minlab berishi kerak.

Адабиётлар/Литература/References:

1. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. М.: ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2000. – 252с.
2. Ансофф И. Стратегический менеджмент. Классическое издание./И.Ансофф; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2009. – 344с.
3. Ахмиева Г.Р., Даутхаджиева М.Х., Саракаева З.Х. Конкурентные преимущества организации: понятие, виды, формирование.//Кант № 1(34), март 2020. С. 30-33.
4. Емельяненко И.С. Конкурентные преимущества в системе конкурентных отношений розничной торговой сети//Экономика и предпринимательство.-2013.-№ 11.
5. Ефремов В.С., Ханыков И.А. Ключевая компетенция организации как объект стратегического анализа // Менеджмент в России и за рубежом. 2002. № 2. С. 25–29.

6. Зенина Э.Е. Конкурентные преимущества высокого порядка и ключевые компетенции компании как основа качества продукции в современных условиях.//Вестник Томского государственного университета. 2011. № 1(13). С.73.
7. Кухарская Н.А. Конкурентные преимущества как важнейший инструмент повышения конкурентоспособности предприятия.// Економічний аналіз. 2015 рік. Том 21. № 2. С.13.
8. Лукьяненко В.Н. Соотнесение понятий “конкурентоспособность” и “конкурентные преимущества”//Вестник ЗабГУ.- 2014. -№ 06(109). – С.114-120.
9. Мирзиев Ш.М. Макроиқтисодий барқарорликни таъминлаш ва инфляцияни жиловлаш – иқтисодий ислохотлар жараёнидаги бош вазиламиздир//<https://president.uz/uz/lists/view/3317>
10. Портер М. Конкуренция.-М.: Вильямс, -2010. -790 с.
11. Сафиуллин Н.З., Сафиуллин Л.Н. Управление конкурентоспособностью предприятий.-Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2008. -189 с.
12. Старцев П.В. Анализ подходов к сущности понятий “конкурентоспособность предприятия” и “конкурентное преимущество”. [Электронный ресурс]. -Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-podhodoov-k-suschnosti-ponyatiy-konkurentosposobnost-predpriyatiya-i-konkurentnoye-preimuschestvo>.
13. Сепиашвили Д.С. Нам умные тоже нужны // Российское предпринимательство. 2006. № 9. С. 63–65.
14. Современный экономический словарь [Электронный ресурс]. URL: [www.//yandex.ru/](http://yandex.ru/)
15. Шершнева Е.Г. Современная парадигма управления конкурентными преимуществами предприятия в условиях глобализации экономики// Вестник УГТУ-УПИ. 2006. № 9 (80). С. 50–57.

SCIENCEPROBLEMS.UZ

ИЖТИМОЙ-ГУМАНИТАР ФАНЛАРНИНГ ДОЛЗАРБ МУАММОЛАРИ

№ 9 (3) – 2023

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО- ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

Ижтимоий-гуманитар фанларнинг долзарб муаммолари” электрон журнали 2020 йил 6 август куни 1368-сонли гувоҳнома билан давлат рўйхатига олинган.

Муассис: “SCIENCEPROBLEMS TEAM” масъулияти чекланган жамияти

Таҳририят манзили:

100070. Тошкент шаҳри, Яккасарой тумани, Кичик Бешёғоч кўчаси, 70/10-уй. Электрон манзил:

scienceproblems.uz@gmail.com

Боғланиш учун телефонлар:

(99) 602-09-84 (telegram).