

РАҚОБАТ МУҲИТИДА ХУЛҚ - АТВОР СТРАТЕГИЯЛАРИ



<https://doi.org/10.5281/zenodo.11661032>

Алиматова Наргис Абдухалиловна

Тошкент давлат иқтисодийёт унiversитети

“Ижтимоий фанлар» кафедраси доценти, ф.ф.н.

E-mail: nargis2207@dmil.com

АННОТАЦИЯ

Мазкур мақолада рақобат муҳитида турли хулқ-атвор стратегиялари тавсифланган. Бу стратегиялар рақобат муҳитида лидер позициясини эгаллашга йўналтирилган. Тўғри танланган стратегия рақобатчилардан ўзиб, бозорда тегишли сегментда мўлжалдаги позицияни эгаллашга ёрдам беради.

Калим сўзлар: рақобат муҳити, хулқ-атвор, стратегия, лидерлик

СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ

Алиматова Наргис Абдухалиловна

К.ф.н., доцент кафедры “Социальные науки»

Ташкентского государственного экономического университета

E-mail: nargis2207@dmil.com

АННОТАЦИЯ

В данной статье изучены различные стратегии поведения в конкурентной среде. Эти стратегии направлены на завоевание позиции лидера в конкурентной среде. Правильно выбранная стратегия поможет превзойти конкурентов и занять целевую позицию в соответствующем сегменте рынка.

Ключевые слова: конкурентная среда, поведение, стратегия, лидерство

STRATEGIES OF BEHAVIOR IN A COMPETITIVE ENVIRONMENT

Alimatova Nargis Abdukhalilovna

Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor of the Department of Social Sciences

Tashkent State Economic University

E-mail: nargis2207@dmil.com

ABSTRACT

This article examines various strategies of behavior in a competitive environment. These strategies are aimed at gaining a leadership position in a

competitive environment. The right strategy will help you outperform your competitors and take a target position in the relevant market segment.

Key words: *competitive environment, behavior, strategy, leadership.*

КИРИШ

Ўзбекистон бошқа ривожланаётган давлатлар қатори глобаллашаётган дунёда ягона рақобат муҳитида ўзига муносиб ўринни эгаллашга ҳаракат қилмоқда. Халқаро индексларда юқори ўринларни эгаллаш мақсадида 2020 йил 3 июнда Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасининг халқаро рейтинг ва индекслардаги ўрнини яхшилаш ҳамда давлат органлари ва ташкилотларида улар билан тизимли ишлашнинг янги механизмини жорий қилиш тўғрисида” Фармони эълон қилинди. Ўзбекистон жаҳон рақобат муҳитида тегишли стратегияга асосан ҳаракат қилиши лозим бўлади.

Адабиётлар таҳлили: Рақобат муҳитидаги стратегия масалалари америкалик тадқиқотчи М.Портер асарларида, рус тадқиқотчиларидан Е.А. Максимова., Ю.В. Тарануха, А.Ю. Юданов, М.Ю. Козлова, лидерлик муаммолари эса Т.А. Кияшенко, И.К. Логинова, С.И. Холбаев Ўзбекистонда рақобат муҳитини ривожлантириш масалаларини ўз илмий мақолаларида ёритган.

Методлар. Мазкур илмий мақолада таҳлил ва синтез, дедукция ва индукция, мавҳумлаштириш илмий методларидан фойдаланилган.

Муҳокама. XX аср сўнгги ўн йиллигидан бошлаб рақобатнинг хулқ-атвор билан боғлиқ жиҳатида катта эътибор берилди. Рақобатчиларнинг ҳатти-ҳаракатларини қандай қилиб олдиндан билиш ва уларга мослаша билиш керак? Узоқ муддатли рақобат устунлигига эришиш учун қандай стратегияни танламоқ керак? Бундай саволларнинг вужудга келишига XX аср 70-йилларида япон фирмаларининг феноменал муваффақияти, яъни улар томонидан асосий бозорлардан жаҳон етакчиларининг сиқиб чиқарилиши сабаб бўлди ва янги рақобат устунликларини яратиш ҳамда уларни реализация қилиш методларини ўйлаб топиш устида бош қотиришга олиб келди. Вақт бўйича кейинги омил – бу ахборот технологияларининг ривожланиб, барча соҳаларга шиддат билан кириб келиши технологик, ташкилий ва бозордаги ўзгаришларнинг тезлашишига сабаб бўлди. Бизнеснинг келажаги порлоқ йўналишларини аниқлаш ва узлуксиз равишда инновацияларга сарфланаётган сарф-ҳаражатларни қоплаш рақобат беллашувининг асосий муаммоларига айланди. Ниҳоят, XX аср охиридаги бозорларнинг глобаллашуви реалликка айлангач, рақобат курашининг методларини излаш, бозорлардаги ўз жойини эгаллаш

масалалари стратегик менежментнинг ўзак унсурига айланди. Бунинг барчаси ташкилот олдида доимо ўзгариб туриб барқарор қолиш вазифасини қўйди.

Рақобат муҳити иштирокчилари мазкур муҳитда маълум хулқ-атворни танлайдилар. Бу хулқ-атвор рақобатбардошликни оширишга хизмат қилади.

Стратегик хулқ-атвор концепциялари рақобат муҳитида икки хил бирига қарама-қарши хулқ-атворни таклиф этишади¹. Бири – атроф-муҳитга мослашиш бўлса, иккинчиси фаол хулқ-атвор бўлиб, ўзгартирувчанлик, яъни рақобат устунликларини рақобатчилардан ўзган ҳолда яратишдир.

М.Портернинг “Рақобат кучлари” концепциясига кўра фаолият соҳасини (юқори даромад имконига эга бўлган) тўғри танлаш орқали узок муддатли рақобатбардошликка эришиш мумкин. Бунинг учун эса рақобат муҳитида мавжуд таъсир этувчи кучларни билиш лозим. Шунинг билан биргаликда рақобат устунлигининг ички манбаларини аниқлаш керак эди. У эса истеъмолчилар учун қўшимча қадрият яратувчи кетма-кет келувчи ҳатти-ҳаракатлар занжиридан иборат бўлади.

М.Портер таклиф этган концепция бир қатор афзалликларга эга. Биринчидан, у ташкилотнинг рақобат хулқ-атворини моделлаштиришнинг рақобат муҳитини таҳлил қилиш ва ўз позициясини эгаллашнинг содда воситаларини кўрсатган эди. Иккинчидан, у рақобат хулқ-атворини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш жараёнига режалаштириш унсурини киритган эди. Учинчидан, у рақобатни тушуниш чегараларини аниқ рақобатчилар билан мусабақалашини доирасидан кенгайтди. Шунга мувофиқ равишда рақобат кураши фақат аниқ рақобатчилар билангина эмас, балки яширин хавф-хатарларни ҳам ҳисобга олган ҳолда, келажакда юз бериш эҳтимоли бўлган ўзгаришларни ҳам ҳисобга олган ҳолда олиб борилиши керак.

“Рақобат ташкилий маданиятлар кураши сифатида” концепциясига кўра бозор шароитларининг доимо ўзгариб боришини ҳисобга олган ҳолда ҳақиқий рақобат устунлиги бозор талабларига мос равишда ўзгариб бориш қобилияти деб таърифланади. Бунга мувофиқ равишда ташкилотнинг ривожланишига тўсқинлик қилмайдиган ташкилий шароитни яратишга диққатни қаратиш керак бўлади. Бундай ёндашув келажакда “ташкилий ёки корпоратив маданият” мафкурасини яратилишига олиб келди ва у ташкилот рақобатбардошлигининг асосий, белгиловчи омили сифатида кўрилади бошланди.

Корпоратив маданият – бу ташкилот жамоаси аъзоларининг барчаси томонидан маъқулланадиган ахлоқий нормалар ва қарашлар, хулқ-атвор намуналари ва қадриятлар тизими. Бозор шароитларининг барқарор эмаслигини

¹ Тарануха Ю.В. Стратегия поведения в современной конкуренции//Маркетинг в России и за рубежом. 2014. № 2. С.2.

ҳисобга олган ҳолда, корпоратив маданият уч талабга жавоб бериши керак. Биринчиси, ташкилот ходимлари хатти-ҳаракатларини ягона оқимга йўналтириши керак. Иккинчидан, ташкилот манфаатларига мос келувчи рақобат стратегияларининг шаклланиши ва амалга оширилишини таъминлаши, шунинг билан бир вақтда атроф-муҳит билан динамик мувозанатни қўллаб қувватлаши лозим. Учинчидан, ташкилотда махсус билимлар ва компетенцияларнинг тўпланиши ва ривожланишига имкон яратиши керак.

“Бозор макони учун кураш” концепциясига мувофиқ ким келажакни кўра билса, у рақобатда ғолиб бўлади. Г.Хамел ва К.К.Прахалад “Келажак учун рақобатлашиб” номли асарида ушбу концепцияни илгари сурган. Унга кўра рақобат хулқ-атвори мавжуд бозор улуши учун курш эмас, балки рақобатдан четлашишга қаратилган бўлиши керак.

Янги бозорни ташкил этиш - истеъмолчиларнинг эҳтиёжлари ва нимани афзал кўришларини олдиндан аниқлай олишдан иборат мураккаб вазифа. Бундай вазифани ҳал қилиш ташкилотнинг интеллектуал етакчиликини таъминлай олиш қобилияти билан боғлиқ. Бундай қобилият 10, 15 йилдан кейин истеъмолчиларнинг эҳтиёжлари қай тарзда ўзгариши ва бу эҳтиёжларни қондириш учун қандай компетенцияларга эга бўлиш кераклиги, харидорлар билан муносабатларда нимани ўзгартириб бориш лозимлиги тўғрисидаги саволларга жавоб топади.

Интеллектуал етакчиликка эришиш уч ташкил этувчини тақозо қилади. Биринчиси, ташкилотнинг асосий компетенциясини билиш ва мазкур компетенцияни ривожлантира олишдир. Ташкилотнинг асосий компетенцияси – бу унинг шундай малака, билимлар ва технологияларики, уларни бошқалар нусхалай олмайдилар. Иккинчиси, харидор ташкилотнинг маҳсулотини сотиб олганда кўрадиган фойда ёки истеъмол қадрияти. Шунинг учун маҳсулотнинг харидор учун қўшимча қандай фойда келтириши устида ҳам фикр юритиш лозим бўлади. Учинчи ташкил этувчи – стратегия архитектураси. Мазкур архитектура – бу асосий компетенция ва истеъмол қадриятларини аниқлаш имконини берувчи жамоа ичидаги алоқадорликларнинг шакли. Шунинг учун ушбу архитектурага бўлган асосий талаб – иштирокчиларнинг хилма-хиллиги ва уларнинг фаол ўзаро алоқадорликлари. Янги ишланмалар яратишда янги, ёш иштирокчиларни, амалиётчиларни жалб этишдир. Бошқа томондан, стратегик архитектуранинг функционал мақсади янги истеъмол қадриятларини, янги компетенциялар ва истеъмолчилар билан алоқадорликларнинг янги шакллари яратишдир.

Хамел ва Прахалад концепциясининг ютуқли томони унинг рақобат муҳитининг ўзгарувчанлиги ва келажакдаги рақобатга тайёр бўлиш

кераклигига эътиборини қаратганлигидир. Рақобат доимо давом этади ҳамда келажакка диққатни қаратиб, ҳозирги рақобатда мағлуб бўлиш эҳтимоли ҳам эътиборга олинishi керак.

“Лидерлик учун кураш” концепциясига кўра рақобат курашидаги ғолиблик белгиси бозордаги етакчиликка эришишдир. Майкл Трейси ва Фред Вирсема ўзининг «The Discipline of Market Leaders» асарида ташкилот бозорда лидер бўлиш учун доимо изчиллик билан у ердаги ўз позициясини мустаҳкамлаб бориш керак, деб ҳисоблайдилар. Бозор лидери бўлиш ва у ердаги позицияни ушлаб туришнинг энг мақбул усули истеъмолчига қадриятларни самарали етказиб беришдир. Бунинг учун эса қадриятий интизомга риоя этиш лозим. Қадриятий интизомлар ҳаммаси бўлиб учта. Биринчиси, ҳеч қайси рақобатчи бера олмайдиган ишлаб чиқариш мукамаллиги, яъни нарх, сифат ва харид қилиш оддийлигининг уйғунлигидир. Иккинчиси эса, маҳсулот бўйича етакчилик. Мавжуд маҳсулотларни такомиллаштириш ва янги маҳсулотларни жорий этиш ўртасидаги уйғунлик. Учинчи қадриятий интизом – бу истеъмолчига яқинлик. Ташкилот бозор учун эмас, балки маълум истеъмолчи учун ишлаши, яъни истеъмолчи қадриятларига содиқ бўлиши керак. Бунинг учун эса ташкилот ўз истеъмолчилари билан узоқ муддатли муносабат ўрнатиши ва ўз маҳсулотини истеъмолчиларнинг ўзгариб бораётган эҳтиёжларига мувофиқлаштириб бориши лозим.

“Ҳамкорликка йўналтирилган рақобат” концепциясини Жеймс Мур ўзининг “Рақобатнинг ўлими” номли асарида илгари сурган. Мазкур концепцияда Ж.Мур рақобатдаги муваффақиятни рақобатчилар билан курашда эмас, балки ҳамкорликда, рақобатнинг бошқа иштирокчилари билан барқарор алоқаларни яратишда деб билади. Бундай ёндашувнинг ўзига хослиги амал қилиши рақобатни иштирокчиларининг муҳит билан ва ўзаро конструктив алоқадорлигининг мавжудлиги билан шартланган ягона тизим сифатида кўрилишидир. Шунинг учун рақобат биологик экотизимларга ўхшаш бўлган ҳамжамият сифатида қаралиши керак.

“Рақобат устунлигига эришиш” концепциясига кўра рақобатнинг ҳозирги ҳолати гиперрақобат деб ҳисобланади. Унга 1) ўзгаришлар динамикаси, 2) беллашувчилар томонидан кўзланаётган мақсадларнинг хилма-хиллиги, 3) кураш агрессивлигининг кучайиши хосдир.

Хулоса. Талаб структурасидаги ўзгаришлар шу даражада рўй бермоқдаки, мавжуд рақобат устунлигидан фойдаланишга жуда кам вақт қоляпти ҳамда илмий тадқиқот ишларига кетган ҳаражатларни қоплаш имкони камайиб кетмоқда. Рақобат муҳитидаги ўзгаришларни башорат қилиш жуда катта қийинчилик туғдирмоқда. Мавжуд рақобат устунлигининг барқарорлиги

пасайиб кетмоқда ва рақобатчилар эски рақобат устунликларини доимо янгилаб боришларига тўғри келмоқда. Шунинг учун ҳозирги даврда хулқ-атвор стратегияларига қуйидаги талабалар қўйилмоқда: 1) тезлик, 2) фарқ қилувчи қобилиятларни ривожлантириш, 3) доимий асосда тизимли инновацияларни яратиш.

Юқорида келтирилган рақобат муҳитидаги хулқ-атвор тўғрисидаги концепциялар рақобат муносабатларида рақобатбардошликни оширишга хизмат қилади.

Фойдаланилган адабиётлар (REFERENCES):

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасининг халқаро рейтинг ва индекслардаги ўрнини яхшилаш ҳамда давлат органлари ва ташкилотларида улар билан тизимли ишлашнинг янги механизмини жорий қилиш тўғрисида” Фармони, 2020 йил 3 июнь <https://lex.uz/docs/4838762?ONDATE=18.03.2022>
2. Тарануха Ю.В. Стратегия поведения в современной конкуренции//Маркетинг в России и за рубежом. 2014. № 2. С.2.
3. Козлова М.Ю. Добросовестная конкуренция: условия и принципы//Advances in law studies. 2017. Том 5. № 1.
4. Alimatova N.A. Public Opinion about the Competitiveness of a Higher Education Institution in Uzbekistan //NATURALISTA CAMPANO. 2024. 28 (1), 1579-1583