

## «РАҚОБАТ» ВА «РАҚОБАТБАРДОШЛИК» ТУШУНЧАЛАРИНИНГ ТУЗИЛМАВИЙ ВА ФУНКЦИОНАЛ МОҲИЯТИ

**Аннотация:** Мақолада функционал ва тузилмавий ёндашув асосида “рақобат” ва “рақобатбардошлик” тушунчаларининг моҳияти ёритиб бқрилган. Бунда мазкур тушунчалар моҳиятининг илмий-назарий таҳлили амалга оширилган. Таҳлил натижасида рақобатбардошлик тушунчасини микро-, мезо-, макро-даражаларда кўриш лозимлиги илмий асосланган.

**Калим сўзлар:** рақобат, рақобатбардошлик, микро-, мезо-, макро-даража, корхона рақобатбардошлиги, маҳсулот рақобатбардошлиги, ҳудуд рақобатбардошлиги, функционал, тузилмавий.

**Аннотация:** В статье на основе функционального и структурного подхода раскрыта сущность понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность». Проведен научно-теоретический анализ природы этих понятий. В результате анализа научно обоснована необходимость рассмотрения понятия конкурентоспособности на микро-, мезо- и макроуровнях.

**Ключевые слова:** конкуренция, конкурентоспособность, микро-, мезо-, макроуровень, конкурентоспособность предприятия, конкурентоспособность продукции, региональная конкурентоспособность, функциональная, структурная.

### Кириш

Рақобат устунликларини шакллантириш ва ривожлантириш иқтисодий ўсишни жадаллаштиришга, аҳоли фаровонлигини оширишга, ҳудуднинг ресурс салоҳиятидан янада самарали ва оқилона фойдаланишга ҳисса қўшганлиги сабабли рақобатбардошлик ижтимоий-иқтисодий тизимларнинг, шу жумладан минтақавий тизимларнинг барқарорлигини таъминлашнинг асосий шартига айланган.

Мамлакатимизда амалга оширилаётган кенг қўламли ислохотлар туфайли одамларимизнинг онгу тафаккурида рўй бераётган туб ўзгаришлар мустақил ва янгича фикрлайдиган, замон талабига жавоб берадиган истиқлолнинг янги авлоди шаклланганлигини алоҳида таъкидлаб ўтишимиз керак. Тадбиркорликни ривожлантиришда уларнинг салоҳиятидан фойдаланишга жуда катта эътибор берилмоқда. Шу боис улар учун рақобат кундалик турмуш жараёнига айланиб қолган. Рақобат улар учун тадбиркорлик, иқтисодиётни ҳаракатга келтирувчи кучдир. Бугунги авлод бизнес юритишда олдинги авлодларига нисбатан бой билимга эга ва рақиблардан ўзиб кетишга интилиш асосий мақсадларига айланиб улгурган.

Ҳудудий ривожланишнинг юқори даражасига икки йўл билан: ташқи қўллаб-қувватлаш ва марказлашган маблағларни ҳудудлар ўртасида қайта тақсимлаш ва ички захира ва имкониятларни тўлалигича сафарбар қилиш асосида эришиш мумкин. Рақобат қўйилган мақсадларга эришиш борасида қўшимча ички кучларни сафарбар қилиш ва фаоллаштиришнинг энг муҳим омили ҳисобланади.

Бугунги кунда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг куйидаги энг муҳим устувор вазифа ва йўналишларидан бири сифатида иқтисодиётимизнинг рақобатдошлигини ошириш бўйича дастур тайёрлаш ва уни амалга ошириш, иқтисодиётимизда юқори ва барқарор ўсиш суръатларини сақлаб қолишни, макроиқтисодий барқарорликни янада мустаҳкамлашни, шунингдек, иқтисодиётни изчил ислоҳ қилиш, таркибий ўзгартириш ва диверсификация жараёнларини чуқурлаштириш, янги, юқори технологияларга асосланган ишлаб чиқаришни жадал ривожлантириш, мавжуд қувватларни модернизация қилиш ва технологик жиҳатдан янгилаш жараёнини

жадаллаштириш ҳисобидан мамлакатимиз иқтисодиётининг рақобатдошлилигини оширишни таъминлайдиган комплекс чора-тадбирлар ишлаб чиқиш ва амалга ошириш вазифаси қўйилган.

“Рақобат”, “рақобатбардошлик”, “рақобат афзаллиги”, “рақобатлашув салоҳияти”, “рақобат мавқеи” каби сўзлар илмий-тадқиқот лексиконидан кундалик баҳс мунозаралар мавзусига айланиб улгурди.

### **Адабиётлар таҳлили**

“Рақобатбардошлик” (“competitiveness”) тушунчасининг келиб чиқиш илдизлари латин тилига бориб тақалади. Италияча “competizione” (“ўзаро беллашиш”) – илотинча “cunpetere” сўзидан келиб чиққан бўлиб, у “биргаликда излаш” маъносини англатади.

Илмий адабиётларда рақобат тушунчасининг мазмун ва моҳиятини аниқлаштириш борасида турли ёндашув ва қарашлар мавжуд. Турли муаллифлар ҳақли равишда рақобат бозор иқтисодиётининг ажралмас қисми, “бозорнинг мавжуд бўлиши ва фаолият кўрсатишининг асоси”, “капиталнинг мавжуд бўлиш шакли” [1], “рақобат – замонавий иқтисодиётни ривож-лантиришнинг бош ҳаракатлантирувчи кучи” эканлигини таъкидлайдилар [2].

Рақобат назарияси Адам Смит томонидан ишлаб чиқилган бўлиб, бу ҳақда унинг машҳур “Халқлар бойлигининг табиати ва сабаблари тўғрисида тадқиқот” асарида (1776 й.) кенг фикр юритилган [3]. А.Смитнинг рақобат назариясининг ўзига хослиги шундан иборат эдики, у илк бор рақобат тушунчасини ўзаро кураш сифатида тушунтириб берди, рақобат механизмини ёритиб берди, самарали рақобатнинг асосий шартларини аниқлаштириб бергани ҳолда, рақобатни ривожлантириш ва кучайтириш моделини ишлаб чиқди.

Иқтисодиёт бўйича 1974 йилда Нобель мукофотининг лауреати австриялик олим Ф. Хайек рақобат – унинг ёрдамида инсонлар билимларни эгаллайдиган ва бир-бирларига мазкур билимларни узатадиган жараён эканлигини таъкидлайди. Унинг фикрича, фақатгина рақобат туфайли бозорда мавҳум бўлган барча нарсалар ошкоралик касб этади [4].

Рақобатбардошлик тушунчаси тадқиқотчилар томонидан турлича талқин қилинади. М.Портер рақобатбардошликни товар, хизмат, бозор муносабатлари субъектининг бозорда мавжуд ўхшаш товарлар, хизматлар ва рақобатлашувчи бозор муносабатлари субъектлари билан тенг иштирок эта олиш хусусияти сифатида таърифлайди [5]. М.Портер ўз ўрнида таъкидлаб ўтганидек, рақобатбардошлик тушунчасининг умумқабул қилинган таърифи ҳозирча мавжуд эмас. Фирмалар учун рақобатбардошлик глобал стратегияларнинг мавжудлиги шароитида жаҳон бозорида рақобатлашиш имкониятини билдиради. Сиёсатчилар учун рақобатбардошлик – ижобий ташқи савдо балансини англатса, иқтисодчилар учун эса у маҳсулот бирлигига тўғри келувчи энг паст харажатларни ифода этади. Худуд учун рақобатбардошлик – бу унинг худуди бошқа худудларга нисбатан аҳоли ва бизнес учун жозибадор эканлигидадир. М. Портернинг фикрича, мамлакат миқёсида рақобатбардошлик концепцияси асосланиши мумкин бўлган биргина жиҳат бор, у ҳам бўлса ресурслардан фойдаланиш маҳсулдорлигидир [6].

Бизнинг фикримизча, рақобатбардошликнинг ўзига хос жиҳатлари атрофлича баён қилинган илк илмий изланишлар сирасига М.Г. Долинская ва И.Н. Соловьевларнинг тадқиқотларини киритиш мумкин [7].

Юқорида номлари зикр этилган муаллифларнинг ишида рақобатбар-дошликнинг қуйидаги:

- маҳсулот хусусиятлари ва истеъмолчи эҳтиёжларининг ўзаро мослиги (рақобатбардошлик ва сифат хусусиятларининг айнияти);
- рақобатбардошликнинг уч унсури – истеъмолчи, маҳсулот ва рақобатчи маҳсулотнинг мавжудлиги (рақобатбардошлик ва сифат хусусиятларининг фарки);
- рақобатбардошлик борасида турли маҳсулотларнинг ўзаро мос келиши (сифат категориясини ривожлантириш) каби белгилари ажратиб кўрсатилади.

П. Завьяловнинг фикрича [8], иқтисодий категория сифатида рақобатбардошликни тадқиқ қилиш жараёнида қуйидагиларни аниқлаштириш талаб этилади:

– рақобатбардошлик хусусиятларининг ташувчиси бўлган иқтисодий субъектларни миқдорий баҳолаш, зеро бусиз рақобатбардошлик даражасини сақлаб қолиш, уни ошириш субъектив тавсияга эга бўлиб қолади;

– рақобатбардошлик даражасини баҳолаш асосида ётувчи нисбийлик ва аниқлик;

– корхоналар ва шу билан бир қаторда уларнинг маҳсулотларини таққослаш натижалари.

Биз Н. Яшинанинг [9] рақобатбардошлик борасидаги қарашларини қўллаб-қувватлаймиз. Унга кўра, хўжалик юритувчи субъектнинг рақобатбардошлиги товар ишлаб чиқарувчиларнинг бозордаги ўзгарувчан рақобат шароитларига мослашиш имкониятлари ва динамикаси сифатида талқин қилинади. Биз шунингдек, хўжалик юритувчи субъектнинг рақобатбардошлигини корхонанинг муайян ички тузилмаси ҳолати (потенциал рақобатбардошлик) ва унинг рақобат муҳитининг ташқи таъсирларига жавоби (реал рақобатбардошлик)ни тавсифловчи корхонанинг рақобат салоҳиятини белгилаб берувчи умумлаштирувчи, комплекс кўрсаткич сифатида баҳолаймиз.

Н.З. Сафиуллин, Л.Н. Сафиуллин рақобатбардошликни ишлаб чиқариш муносабатлари тизими элементлари ўртасидаги хўжалик фаолиятининг мақбуллиги ва фойдалилигини таққослаш борасида, уларнинг бозор муносабатлари тизимида рақобатга бардош бериш қобилияти сифатида ифодаланган алоқалар сифатида таърифлайди. Кенг маънода иқтисодий соҳада рақобатбардошлик иқтисодий беллашувда иштирок этаётган субъектнинг устунлигини таъмин этувчи жиҳатларга эга бўлишини англатади, зеро мазкур жиҳатлар рақобат курашининг турли субъектлари-маҳсулот турлари, корхоналар (товар ишлаб чиқарувчилар), тармоқлар ва ниҳоят мамлакатга хос бўлиши мумкин [10].

Р. Фатхутдинов ўз ишларида рақобатбардошликни “бозорда таклиф этилаётган ўхшаш объектларга нисбатан таққослаганда муайян бир эҳтиёжни қондириш даражасини тавсифловчи объектнинг хусусияти” [11] сифатида таърифлайди. Рақобатбардошлик хусусиятига эга бўлган объектлар тўпламига муаллиф маҳсулотлар билан бир қаторда ҳуқуқий-меъёрий, илмий-услубий, лойиҳа-конструкторлик ҳужжатлари, технология, ишлаб чиқариш, персонал, қимматли қоғозлар, инфратузилма (атроф муҳит), ахборотларни киритади. Бизнинг фикримизча, ҳар қанчалик умумий жиҳатларга эга бўлмасин ўз функциоанал ва мавжуд бўлиш табиатида кўра хилма-хил бўлган объектларнинг айниятга эга эканлиги шубҳа туғдиради.

А.А.Воронов, М. Гельвановский, В. Жуковская, И. Трофимова, Ю.Я.Еленева ва бошқалар иқтисодиётда рақобатбардошликнинг кўп даражали эканлигига алоҳида эътибор қаратганлар. Биз россиялик иқтисодчиларнинг [12] рақобатбардошлик муаммоси ҳар томонлама, ўзаро боғлиқ бўлган “мамлакат-ҳудуд-корхона-маҳсулот рақобатбардошлиги” тизимида ўрганилиши лозим, деган фикрини тўла қўллаб-қувватлаймиз.

### **Методология**

Мазкур тадқиқотда илмий абстракциялар усулидан фойдаланилди.

Илмий абстракция усули – таҳлил пайтида ҳалал бериш и мумкин булган иккинчи даражали нарсалар, воқеа-ҳрдисаларни фикрдан четлаштириб, урганилаётган жараённинг асл моҳиятига эътиборни қаратишдир. Бу усул ёрдамида урганилаётган воқеа ва ҳодисанинг ички, кузга қуринмайдиган моҳияти, унинг асл мазмуни билиб олинади.

### **Таҳлил ва натижалар**

Функционал ёндашувга мувофиқ, тадқиқот предмети хўжалик юритувчи субъектларнинг ўзаро рақобатлашуви натижасида иқтисодиёт ёки муайян бозорнинг эришган самараси (мамлакат иқтисодётининг ўсиши, иқтисодий ночор ва самарасиз корхоналардан “тозалаш”, тармоқда ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш, инновацияларни яратиш ва жорий этиш, ҳаражатларни камайтириш, маҳсулот сифатини ошириш ва бошқалар) ҳисобланади.

## 1-жадвал

**Функционал ёндашув асосида рақобатнинг моҳиятини ёритишга қаратилган турли муаллифлик тарифлари**

Муаллиф	Тарифи
А. Смит	Бозор иштирокчилари фаолиятини тартибга солиб турувчи “Кўринмас қўл”
Й. Шумпетер	Иқтисодий эскилик сарқитларидан холос этувчи, янги товар(технология) яратилишга олиб келувчи динамик жараён
Ф. Хайек	Билимлар алмашинадиган ва олинадиган жараён
А. Шаститко	Бозор субъектларининг ўзгариб бораётган вазиятга мослашиш усули

Функционал ёндашувга кўра рақобат бозорнинг тартибга солиш, мотивация, тақсимот ва назорат каби иқтисодий функцияларини амалга оширувчи механизмидир. Унинг ижтимоий-иқтисодий моҳияти қуйидаги функцияларида намоён бўлади:

**Тартибга солиш функцияси.** Курашда ютиб чиқиш учун ишлаб чиқарувчилар истеъмолчи афзал кўрадиган маҳсулот ишлаб чиқариши зарур. Бундан келиб чиқадики, ишлаб чиқариш омиллари ва нархэнг кўп талаб этиладиган тармоқларга қараб йўналтирилади.

**Мотивация функцияси.** Тадбиркорлар учун рақобат бир вақтнинг ўзида хавф-хатар ва имкониятдир. Яъни тадбиркор сифатли маҳсулотни энг кам харажатлар ҳисобига таклиф этади ва даромад кўринишдаги имкониятга эга бўлади ва иқтисодий ривожланишни рағбатлантиради;

Тадбирор мижозлар талабини эътиборга олмайди ёки рақобат қоидаларини бузади. Натижада у зарар кўради ёки давлат томонидан маълум чекловлар ва жарималар қўлланилишига сабаб бўлади.

**Тақсимот функцияси.** Рақобат самарали фаолият кўрсатаётган ишлаб чиқарувчилар даромадини оширади. Ишлаб чиқарувчилар ва уй хўжаликлари ўртасида даромадларнинг тақсимланишини амалга оширади.

**Назорат функцияси.** Рақобат ҳар бир бозор иштирокчиларининг кучини чеклайди ва назорат қилиб туради. Мисол учун монополист нархни белгилаши мумкин. Аммо рақобат истеъмолчига бир неча сотувчиларнинг маҳсулотини сотиб олишни таклиф этади. Рақобат қанчалик мукамал бўлса нарх шунчалик адолатли ўрнатилади.

Рақобатни қўллаб-қувватлаш сиёсатини олиб бориш рақобатнинг ўз функцияларини тўлақонли амалга оширишига имкон яратади. Бунинг натижасида

– рақобат таъсирида инновациялар киритилади – товар ва хизматларга нисбатан техник тараққиёт тез жорий этилади;

– рақобат таъсирида адаптация вужудга келади –корхоналар рақобат таъсирида бозор конъюнктураси ва истеъмолчилар хулқ-атворида мослашишга ҳаракат қилади.

Тузилмавий ёндашувга кўра рақобат ўзгармас бозор шароитида харидор ва сотувчиларнинг товарлар нархига таъсир кўрсатмасдан ўзаро алоқаси сифатида олиб қаралади.

## 2-жадвал

**Тузилмавий ёндашув асосида рақобатнинг моҳиятини ёритишга қаратилган турли муаллифлик тарифлари**

Муаллиф	Тарифи
А. Курно	Икки ёки ундан ортик фирмаларнинг ўзаро кураши бўлиб, ҳар бир фирма рақибининг ишлаб чиқариш имкониятлари ўзгармасдан қолишига ҳаракат қилади
Ф. Найт	Кўп сонли мустақил хўжалик бирликларининг муҳитнинг ноник шароитларидаги ўзаро алоқалари
Л. Качалина	Монополиядан ҳоли шароитда субъектларнинг ўзаро беллашуви

Адам Смит 1776 йилда чоп этилган “Халқлар бойлигининг табиати ва сабабларини тадқиқ этиш” номли китобида мамлакат ичида ва халқаро бозорларда рақобат эркинлигини тарғиб этувчи меркантилизм намоёндалари фикрларига қарши чикди. А. Смит физиократлар томонидан илгари сурилган “laissez-faire” – иқтисодиётга давлат аралашувини чеклаш тамойилини меркантилистларнинг эркин рақобат, эркин савдо тамойилларини алоҳида ажратиб кўрсатди ва зарур шароитларда кишиларнинг шахсий манфаатлар жамият манфаатларига мос келишини кўрсатиб берди. У рақобатнинг асосий ролини ёритиб берди ва бозор муносабатларида амал қилиш механизмини ўзининг “кўринмас қўл” тамойили орқали асослаб берди. Бунда рақобат бозор иқтисодиётини ҳаракатга келтирувчи куч ва иқтисодий самарадорлик ва мутаносибликни таъминловчи механизм сифатида олиб қаралди.

А.Смит бозор иқтисодиётини эркин рақобатга қийслади, шунингдек иқтисодиётга давлат аралашуви фойдадан кўра зарарлироқ эканлигини таъкидлаб ўтди ва иқтисодиётнинг номарказлашувини тарғиб этди. А.Смит рақобатни бозорнинг атомистик тузилмалари ва иштирокчилари ўртасидаги муносабат сифатида қараган ва бу субъектлар бозор тузилмасига алоҳида олиб қаралганда таъсир кўрсата олмайди деб ҳисоблаган. Шунингдек, рақобат динамик жараён ҳисобланиб ижтимоий ва иқтисодий тараққиётни белгилаб беради. А. Смитнинг назарий қарашлари асосида рақобатнинг қуйидаги функцияларни бажаришини ажратиб кўрсатишимиз мумкин:

– рақобатнинг жамият этиёжларини қондириш функцияси. Марказлашмаган атомистик рақобат жамият аъзоларининг ишлаб чиқаришга ундайди ва уларнинг эҳтиёжларини қондиради.

– харажатларини камайтириш функцияси. Эркин рақобат жамият аъзоларининг бир-бирига таъсир кўрсатмаслиги ва ўзаро бир-бирига боғлиқ бўлмаганлиги, шунингдек, сифатли маҳсулотларни ишлаб чиқариш, ишлаб чиқаришни такомиллаштириш орқали харажатларини камайтиришга хизмат қилади;

– ресурсларни оқилона тақсимлаш функцияси. Рақобат тармоқ ичидаги корхоналар ўртасида ресурсларнинг оқилона тақсимланишини таъминлаб беради.

### 3-жадвал

#### Хулқ-атвор ёндашуви асосида рақобатнинг моҳиятини ёритишга қаратилган турли муаллифлик тарифлари

Муаллиф	Тарифи
Г. Азоев	Алоҳида юридик ва жисмоний шахсларнинг ўзаро манфатлари тўқнашадиган мақсад учун беллашуви
Д. Борисов	Иқтисодиёт субъектлари ўртасида юқори фойда ва бошқа манфаатларга эришиш мақсадида товар бозорлари учун курашишидир
В. Шкардун	Ишлаб чиқарувчиларнинг фойдани максималлаштириш ёки бошқа аниқ мақсадларга эришиш учун бозор улуши учун курашиши
А. Юданов	Фирмаларнинг барча учун оммабоп ҳисобланган бозор сегментларида истеъмолчиларнинг чекланган тўловга қодир талабига эга бўлиш мақсадида ўзаро курашиши

3-жадвалдан кўриниб турибдики, муаллифлар рақобатнинг моҳиятини ёритишда турли мақсадлар, яъни бозор улуши, истеъмолчиларнинг чекланган тўловга қодир талаби, юқори даромад ёки фойда олишни назарда тутди. Рақобат муносабатларининг мақсади энг аввал фирмаларнинг иқтисодий фаолиятини яхшилашга қаратилганлигига гувоҳ бўлаемиз. Шу боис хулқ-атвор ёндашуви рақобатни хўжалик юритувчи субъектларнинг такрор ишлаб чиқариш жараёнида кўзда тутилган натижага эришиш мақсадида ўзаро беллашуви десак муболаға бўлмайди.

Ушбу ёндашувга кўра тадқиқот предмети рақобат муносабатларининг шакли, усуллари, рақобат стратегиялари, рақобат устунлиги ва субъектларнинг рақобатбардошлиги бўлиши мумкин.

Бизнинг фикримизча, рақобатнинг моҳияти қуйидаги рақобат устунлиги (паст таннарх, таниқли савдо маркаси, ишлаб чиқарилган товарнинг юқори сифати, янги ўзига хос маҳсулот, янги технологиялардан фойдаланиш, юқори малакали персонал ва шу кабилар), рақобат стратегияси, рақобат салоҳияти каби тушунчалар орқали тўлалигича очиб берилди ва бирмунча такомиллашган рақобатбардошлик категориясига ўтиб боради. Рақобатбардошлик ўз навбатида аниқ бир субъектнинг ички хусусиятларини тўлақонли акс эттиради ва шу билан бир қаторда ушбу субъектнинг умумий бозор муносабатлари тизимидаги ўрнини кўрсатиб беради.

### Хулоса

Ўзбекистон шароитида рақобат муҳити тадрижий йўл билан эмас балки хўжалик юритувчи субъектлар фаолиятини институционал тартибга солиш асосида шаклланди.

Замонавий иқтисодиёт глобаллашув, иқтисодий муносабатларнинг трансформациялашуви, жаҳон иқтисодиётига интеграциялашув билан характерланади. Шунингдек, замонавий иқтисодиётда рақобат ва монополия шу қадар бир-бирига боғланиб кетганки, рақобатнинг моҳиятини кўпроқ монополистик рақобат атамасини киритиш билан очиб бериш одатий тусга кирмоқда. Иқтисодчи олимлар томонидан олиб борилган илмий тадқиқотлар ва ишлаб чиқилган илмий фараз ва хулосалар асосида бугунги кунда рақобат моҳиятини очиб берувчи қуйидаги ёндашувларни келтиришимиз мумкин: хулқ-атвор, функционал ва тузилмавий ва динамик.

Иқтисодий назарияда рақобат тушунчасини ифодалашга турли хил ёндашувлар мавжуд. Масалан, рақобатга тузилмавий ёндашувга кўра, рақобат бозордаги шундай вазиятки, бу вазият бозорда айнан бир товарни ишлаб чиқарувчи ва харид қилувчи кўплаб ишлаб чиқарувчи ва харидорларнинг мавжудлиги, бозорга кириш ва чиқишда тўсиқларнинг мавжуд эмаслиги билан изоҳланади. Динамик ёндашувга кўра рақобат доимий мавжуд бўлган ва амал қиладиган механизм бўлиб, хўжалик юритувчи субъектларнинг энг юқори натижага эришишлари учун беллашувидир.

Айнан ушбу ёндашувларни умумлаштирган ҳолда ўрганиш рақобат моҳиятини янада кенгроқ ва яхлит ҳолда ёритишга имкон беради.

Хулқ-атвор ёндашувига кўра рақобат хўжалик юритувчи субъектлар ўртасидаги ўзаро беллашув, курашиш бўлиб хўжалик юритувчи субъектларнинг ўзаро муносабатида акс этади. Рақобат муносабатлари ўз навбатида томонларнинг объект, субъект ва мақсадларга эга эканлигидан далолат беради.

Шундай қилиб, хулоса қиладиган бўлсак, рақобат муносабатларининг турлича кўринишлари уч (микро, мезо ва макро) даражада намоён бўлади. Микродаражада маҳсулотларнинг аниқ бир турлари, маълум бир ишлаб чиқариш ва корхоналар ўзаро рақобатлашадилар. Мезодаражада ҳудудлар, тармоқлар, интеграциялашувнинг горизонтал типига мансуб бўлган корхона ва фирмаларнинг тармоқ корпоратив бирлашмалари, кластерлар ўзаро рақобат курашига киришадилар. Ўз ўзидан аёнки, макродаражада интеграцион алоқаларнинг тармоқлараро типига мансуб бўлган халқ хўжалиги мажмуалари рақобатлашади.

### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Воронин, Ю.М. Россия: экономический рост/Ю.М. Воронин, А.З. Селезнев, П.Г. Чередниченко. - М.: Финансовый контроль, 2004- 312 с.
2. Дуненкова, Е.Н. Формирование инновационно-промышленных кластеров для развития индустриального региона / Е.Н. Дуненкова— М.: Государственный университет управления, 2005 — 103 с.
3. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов.
4. Хайек Ф. А. Дорога к рабству М.: Новое издательство, 2005. — 264 с
5. Портер М. Конкуренция.-М.: Издательский дом “Вильяме”,2000.

6. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь вы-сокого результата и обеспечить его устойчивость / пер. с англ. Е. Калининой. – М.: Альпина Паблишер, 2008.
7. Долинская М.Г. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции / М.Г. Долинская, И.А. Соловьев - М.: Изд-во стандартов, 1991.
8. Завьялов П. Конкурентоспособность и маркетинг / П. Завьялов // Российский экономический журнал. - 1995. - № 12. - С. 50.
9. Яшин Н.С. Конкурентоспособность промышленного предприятия: Методология, оценка, регулирование / Н.С. Яшин - Саратов: Изд. СГЭА, 1997.
10. Сафиуллин Л.Н., Сафиуллин Н.З. Конкурентоспособность: теория и методология/Монография.-Казань: Центр инновационных технологий, 2008.
11. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. (3-е изд.) //Р. Фатхутдинов // М.: Маркет ДС, 2008 - 432с.
12. Общий и специальный менеджмент. Учебник. Под ред. Гапоненко А.Л., Панкрухин А.П. - М.: РАГС, 2001