

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI  
OLIV TA‘LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI  
NAMANGAN DAVLAT UNIVERSITETI**



**IQTISODIYOT FAKULTETI  
YASHIL IQTISODIYOT VA BARQAROR BIZNES KAFEDRASI  
HOZIRGI ZAMON RAQOBAT NAZARIYASI**

**fanidan**

**O‘ Q U V – U S L U B I Y  
M A J M U A**

<b>Bilim sohasi:</b>	300000 - Ijtimoiy fanlar, jurnalistika va axborot
<b>Ta‘lim sohasi:</b>	310000 - Ijtimoiy va hulq atvorga oid fanlar
<b>Bakalavriat ta‘lim yo‘nalishi:</b>	60310100 – Iqtisodiyot (tarmoqlar va sohalar bo‘yicha)
<b>Bilim sohasi:</b>	400000 - Biznes, boshqaruv va huquq
<b>Ta‘lim sohasi:</b>	410000 - Biznes va boshqaruv
<b>Bakalavriat ta‘lim yo‘nalishi:</b>	60411700 – Logistika (yo‘nalishlar bo‘yicha)

**Namangan-2023**

Ushbu o'quv uslubiy majmua "Hozirgi zamon raqobat nazariyasi" fanidan ishlab chiqilgan o'quv dasturi asosida tayyarlangan hamda Namangan davlat universiteti O'quv-uslubiy Kengashining 2023yil "30"avgustdagi 1-sonli qarori bilan tasdiqlangan.

**Tuzuvchi:**

**Sh.Lutpidinov**

NamDU, "Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes" kafedrasida (PhD), katta o'qituvchisi

**Taqrizchilar:**

**K.Sirojiddinov**

NamDU, Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes" kafedrasida i.f.n., dots.

D.N.Boymirzayev

NamDU, menejment" kafedrasida mudiri, (PhD),dots.

Fanning o'quv uslubiy majmuasi "Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes" kafedrasida kafedraning 2023 yil 28 avgustdagi 1-sonli yig'ilishida muhokamadan o'tkazilgan va fakultet kengashida ko'rib chiqish uchun tavsiya etilgan.

**Kafedra mudiri:**

**B.Urinov**

Fanning o'quv-uslubiy majmuasi Iqtisodiyot fakultetining kengashining 2023 yil 29 avgustdagi 1-sonli yig'ilishida muhokamadan o'tkazilgan va universitet kengashida ko'rib chiqish uchun tavsiya etilgan.

**Fakultet dekani:**

**N.Narzullayev**

## MUNDAR IJA

	Betlar
<b>I. O'QUV MATERIALLARI</b>	4
1. Kirish	4
2. Ma'ruza matnlari	6
3. Amaliy mashg'ulotlar	65
<b>II. MUSTAQIL TA'LIM MASHG'ULOTLARI</b>	68
<b>III. GLOSSARIY</b>	80
<b>IV. ILOVALAR</b>	86
1. Ishchi o'quv dasturi	87
2. Testlar	102
4. Keyslar banki	117
5. Tarqatma materiallar (slydlar)	136
6. O'quv-uslubiy majmuaning elektron variant	191

# **O'QUV MATERIALLAR**

## KIRISH

“Hozirgi zamon raqobat nazariyasi” fani bo'yicha mazkur o'quv-uslubiy majmuada shu fanning ishchi o'quv dasturi bo'yicha barcha mavzular yoritilgan. Unda ushbu fanning prospekti, mavzular bo'yicha matn annotatsiyalari va ular bo'yicha oxirgi yangiliklar, fan bo'yicha testlar, fanga doir video ma'ruzalar va video roliklar, talabaning semestr davomidagi mustaqil ishiga oid toishiriqlar, glossariylar hamda tavsiya etiladigan elektron jurnallar va internet saytlar bayon qilingan.

SHuningdek, majmuar mazkur fan bo'yicha ma'ruza, amaliy mashg'ulotlarda va mustaqil ta'lim jarayonida talabalar tomonidan bajariladigan keys-stadi, o'quv loyiha, muammoli vaziyatlar, testlar hamda har bir mavzu bo'yicha qisqacha nazariy materiallarni o'z ichiga olgan.

Ushbu o'quv-uslubiy majmuaning maqsadi talabalar o'quv mashg'ulotlarida va ulardan so'ng mavzularni mustaqil ravishda chuqur o'zlashtirishiga uslubiy ko'maklashish orqali, ularning amaliy bilim, malaka hamda ko'nikmalarini yanada oshirishdan iborat.

# MA'RUZA MASHG'ULOTLARI BO'YICHA O'QUV MATERIALLARI

## MAVZU-1. RAQOBAT NAZARIYASI EVOLYUTSIYASI

---

### Reja:

1. “2017-2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasi”ning Iqtisodiyotni yanada rivojlantirish va liberallashtirishning ustuvor yo‘nalishlari
2. Raqobatning iqtisodiy mazmuni va shakllanishining asosiy tamoyillari
3. Raqobat nazariyalari
4. Raqobatning asosiy vazifalari, turlari va usullari
5. Raqobat strategiyasi va raqobat bosqichlari

### **1.1. “2017-2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasi”ning Iqtisodiyotni yanada rivojlantirish va liberallashtirishning ustuvor yo‘nalishlari**

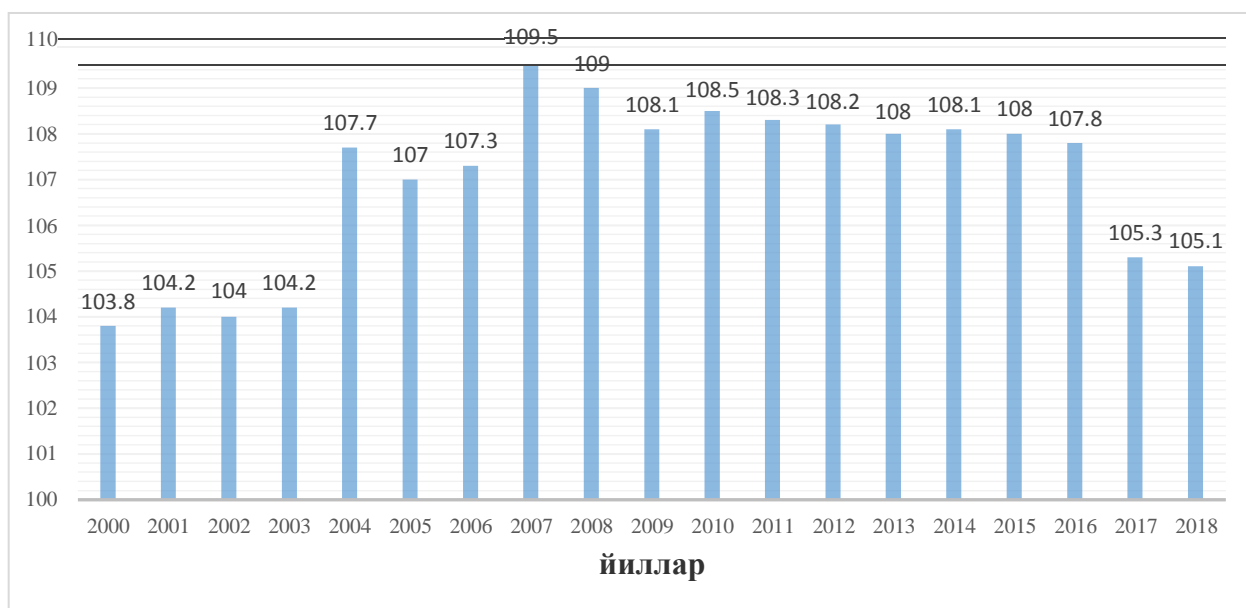
O‘zbekiston o‘z mustaqilligining dastlabki yillarida bozor iqtisodiyotiga o‘tishning o‘ziga xos yo‘lini tanlab, uni izchil amalga oshirishi natijasida, Mustaqil Davlatlar Hamdo‘stligidagi boshqa ko‘plab mamlakatlardan farqli ravishda, ishlab chiqarish va aholi turmush darajasining keskin pasayib, davlatning ichki va tashqi qarzlari haddan ziyod oshib ketishiga yo‘l qo‘ymaslikka erishdi. 1991–1995 yillarda O‘zbekistonda yalpi ichki mahsulotning pasayishi, MDH davlatlari o‘rtasida eng kam ko‘rsatkichni – 18,8 foizni tashkil etdi. Holbuki, bu raqam Rossiyada – 53 foiz, Ukrainada – 52 foiz, Belarusda – 54,6 foiz, Qozog‘istonda esa 75,4 foizga teng bo‘ldi.

O‘zbekiston iqtisodiyoti 2000-2003 yillar davomida yiliga 3,8–4,2 foiz o‘shish darajasida o‘rtacha sur‘atlar bilan rivojlandi. Qulay ishchan muhit yaratish, ishlab chiqarishni modernizatsiya qilish, texnik va texnologik yangilashga qaratilgan iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish jarayonlarining natijasi sifatida mamlakatimiz iqtisodiyoti 2004 yildan e‘tiboran yiliga 7–9 foiz darajasidagi yuqori va barqaror o‘shish sur‘atlarini namoyish qila boshladi.

2017-2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishlari bo‘yicha Harakatlar Strategiyasi qabul qilingan o‘rta muddatli dasturlar asosida makroiqtisodiy muvozanatni saqlash, tarkibiy va institutsional o‘zgartirishlarni chuqurlashtirish hisobiga yalpi ichki mahsulotning yuqori o‘shish sur‘atlarini ta‘minlash ustuvor vazifa sifatida belgilanmoqda.

Jahon iqtisodiyotida saqlanib qolayotgan murakkab vaziyat va dunyo bozorlarida yuzaga kelgan noqulay kon‘yunkturaga qaramasdan, mamlakatimiz iqtisodiyoti so‘nggi yillarda ham yuqori sur‘atlarda o‘shishda davom etdi.

Xususan, 2015 yil yakuni bo‘yicha mamlakatimizda yalpi ichki mahsulot hajmining real o‘shishi 2014 yilga nisbatan 8 foizni, 2016 yil yakuni 2015 yilga nisbatan 7,8 foizni, 2017 yil 5,3 va 2018 yilda esa 2017 yilga nisbatan 5,1 foizni tashkil etdi. Dastlabki ma‘lumotlarga ko‘ra, 2018 yilda O‘zbekiston respublikasi yalpi ichki mahsuloti (YaIM) xajmi joriy narxlarda 407514,5 mlrd. so‘mni tashkil etdi va 2017 yil bilan taqqoslaganda 5,1 foizga o‘tdi. YaIM deflyatori indeksi 2017 yildagi narxlarga nisbatan 128,1 foizni tashkil etdi. (1.1-rasm).



**1.1-rasm. O'zbekiston iqtisodiy o'sish sur'atlari, foizda<sup>1</sup>**

2017-2021 yillarga mo'ljallangan Harakatlar Strategiyasida tarkibiy o'zgartirishlarni chuqurlashtirish, yetakchi tarmoqlarini modernizatsiya va diversifikatsiya qilish hisobiga milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirishda mineral xom ashyo resurslarini chuqur qayta ishlash bo'yicha umumiy qiymati qariyb 40 mlrd. dollarga teng bo'lgan 649 ta investitsiyaviy loyihalarni amalga oshirishni ko'zda tutuvchi tarmoq dasturlarini o'z vaqtida amalga oshirish belgilanmoqda (1.2-rasm).



**1.2-rasm. Mineral-xom ashyo resurslarini chuqur qayta ishlash amalga oshirish yo'nalishlari<sup>2</sup>**

Xususan, 2017 yilda umumiy qiymati 1,0 mlrd dollarga teng 145 ta ishlab chiqarish quvvatlarini foydalanishga topshirish, jumladan meva-sabzavot va go'sht-sut mahsulotlarini qayta

<sup>1</sup>Statistika qo'mitasining 2000-2018 yillardagi yillik statistik to'plamlari asosida tuzildi

<sup>2</sup> O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi PF-4947-sonli "2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi Farmoni ilovalari asosida tuzildi

ishlash sohasida qiymati 147,0 mln.dollarga teng 63 ta loyiha; rangli va qimmatbaho metallarni chuqur qayta ishlash bo'yicha qiymati 217 mln.dollarga teng 6 ta loyiha, kimyoviy ashyolarni chuqur qayta ishlash bo'yicha 25,0 mln. dollarlik 2 ta loyiha, uglevodorod xom ashyolarini qayta ishlashni chuqurlashtirigish bo'yicha 342 mln.dollarlik 6 ta loyiha, tayyor charm poyabzal mahsulotlari ishlab chiqarishni kengaytirish bo'yicha 6 mln.dollarlik 9 ta loyiha, farmatsevtika mahsulotlari ishlab chiqarishni oshirishga yo'naltirilgan 24 mln. dollar qiymatga teng 7 ta loyiha, qurilish materiallari ishlab chiqarishni yanada kengaytirish bo'ytcha 151 mln.dollarlik 29 ta loyiha, tayyor to'qimachilik va tikuv trikotaj mahsulotlari ishlab chiqarishni oshirish bo'yicha 178 mln.dollarlik 15 loyihani amalga oshirish nazarda tutilmoqda.

2017-2021 yillarga mo'ljallangan Harakatlar strategiyasida hududlarni kompleks va muvozanatli ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish, ularning salohiyatidan samarali va optimal foydalanish yo'nalishi muhim o'rin tutadi (1.3-rasm). Bunda:

Iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanishda nisbatan orqada qolayotgan Nurota, Kattaqo'rg'on, Qo'shrabot, Qiziriq, Muzrabot, Boyovut, Sardoba tumanlarini kompleks rivojlantirish dasturlarini ishlab chiqish va amalga oshirish;

Toshkent shahrining Yashnobod va Olmazor tumanlarida kichik biznesning inoovatsion texnoparklarini tashkil etish;

Kichik sanoat zonalarini tashkil etish;

Ishsizlik darajasi yuqori hududlarda yangi loyihalarni ishlab chiqish va amalga oshirish:



### 1.3-rasm. Tarmoq va sohalar bo'yicha ishsizlik darajasi yuqori bo'lgan hududlarda amalga oshiriladigan loyihalar<sup>3</sup>

Mazkur loyihalarining to'lig'icha va izchillik bilan amalga oshirilishi natijasida ishsizlik yuqori bo'lgan hududlarda bandlik darajasi ko'tariladi, hududning salohiyati ortadi.

### 1.2 Raqobatning iqtisodiy mazmuni va shakllanishining asosiy tamoyillari

Raqobat - iqtisodiy kategoriya sifatida bozor iqtisodiyotining va umuman tovar xo'jaligining eng muhim belgisi, uni rivojlantirish vositasi, bozor mexanizmining asosiy tarkibiy qismlaridan biri hisoblanadi. Bozor iqtisodiyoti o'zining yetuklik darajasi va rivojlanish xususiyatlaridan qat'iy nazar raqobatning mavjud bo'lishini

<sup>3</sup> O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi PF-4947-sonli "2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasito'g'risida"gi Farmoni ilovalari asosida tuzildi



taqozo etadi. SHu bilan birga, bozor iqtisodiyoti rivojlanib borishi bilan raqobatchilik munosabatlari ham takomillashib, o'z shakllarini o'zgartirib boradi.

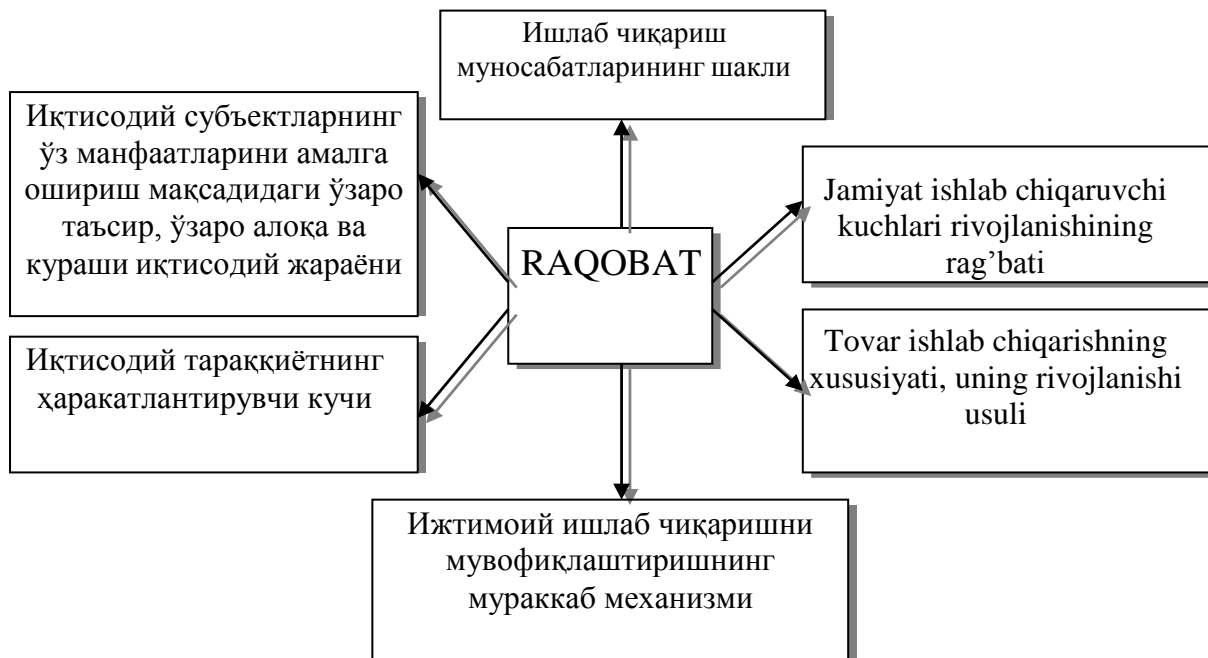
Raqobat tushunchasi shu qadar serqirradi, uni qandaydir yagona umumiy ta'rif bilan qamrab olish mumkin emas. «Raqobat» tushunchasini aniqlashtirishning ba'zi bir nuqtai nazarlariga to'xtalib o'tish maqsadga muvofiq hisoblanadi. Raqobat tushunchasi turli izohli lug'at va ma'lumotnomalarda turlicha ta'riflanadi. Jumladan, «Yazuk biznesa» nomli lug'atda: «Raqobat (lotincha concurrere – to'qnashuv; inglizcha competition, rivalry) – bozorda ishtirok etayotgan korxonalar o'rtasidagi o'z mahsulotlarini sotishning eng qulay imkoniyatlarini ta'minlash, xaridorlarning turli-tuman ehtiyojlarini qondirish maqsadidagi o'zaro ta'sir, o'zaro aloqa va kurash iqtisodiy jarayonidir. Raqobat va monopoliya dialektik birlikni tashkil etib, doimo bozorda bir-birlariga qarama-qarshi turadilar»<sup>4</sup>, deb ifodalangan. Bundan ko'rinadiki, raqobatni nafaqat kurash, balki o'zaro ta'sir va aloqa jarayoni sifatida ham talqin etilgan.

Raqobat kurashi va uni harakatlantiruvchi kuchlar, monopoliyaga qarshi boshqaruv mexanizmlari haqida dastlabki to'laqonli nazariy qoidalar faqat XVIII asrning o'rtalariga kelib paydo bo'lgan.

Umumiy tarzda, raqobatning mohiyatini ochib berishda muhim ahamiyat kasb etuvchi jihatlarni quyidagi chizma yordamida tasvirlash mumkin (1.1.-rasm).

Har bir bozor o'zining xususiyatlariga ega bo'lishiga qaramay, raqobatning mohiyati uning tabiati va intensivligini ochib berish va baholash imkonini beruvchi yagona kontseptsiya orqali ifodalanishi mumkin.

### Raqobatning mohiyatini belgilab beruvchi asosiy jihatlar



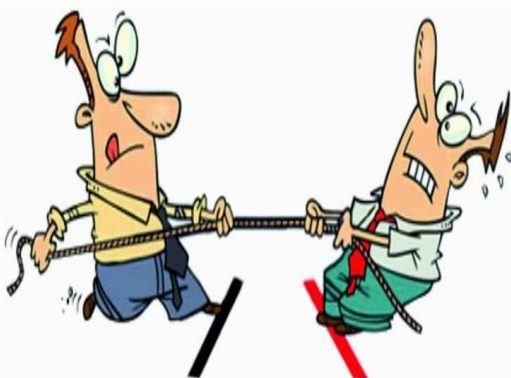
SHunday qilib, raqobat ko'p qirrali iqtisodiy hodisa bo'lib, u bozorning barchasub'ektlari o'rtasidagi murakkab munosabatlarni ifodalaydi.

<sup>4</sup> Yazuk biznesa. Terminu. Pod red. V.A.CHjena. T.: IPK «SHark», 1995, s.216.

Raqobat – bozor sub’ektlari iqtisodiy manfaatlarining to’qnashuvidan iborat bo’lib, ular o’rtasidagi yuqori foyda va ko’proq naflilikka ega bo’lish uchun kurashni anglatadi.

### 1.3 Raqobat nazariyalari

Raqobat kurashi va uni harakatlantiruvchi kuchlar, monopoliyaga qarshi boshqaruv mexanizmlari haqida dastlabki to’laqonli nazariy qoidalar faqat XVIII asrning o’rtalariga kelib paydo bo’lgan. Bunda klassik siësiy iqtisod vakillari sanalgan A.Smit va D.Rikardoning xizmatlari kattadir. Keyingi davrlarda F.Perru, A.Marshall, Dj.Keyns, V.Leontev, Y.SHumpeter, P.Sraffa, M.Porter, F.Kotler va boshqalarning mehnatlari tufayli raqobat nazariyasi yanada rivoj topdi. Raqobat mohiyatiga to’xtalar ekanmiz, uni asosan uch xil ëndashuvga bo’lish mumkin. Jumladan, xulq-atvor ëndashuvi, strukturali yondashuv va funksional yondashuv. Raqobatning xulq-atvor yondashuviga A.Smitning qarashlarini kiritish mumkin. U raqobatni bozor sub’ektlari o’rtasida tovarlar xarid qilishva sotish borasida qulayroq sharoitlar uchun olib boriladigan, to’g’ri, halol, til biriktirishlarsiz kurash,



musobaqa bilan bog’lagan. U raqobat kurashining asosiy usuli deb narx o’zgarishlarini bilgan. Bunda u jamoa irodasi (ixtiyori) bilan boshqarilmaydigan, umumiy mo’ljallarga ega bo’lmagan bozorda qat’iy xulq-atvor qoidalariga amal qilishini qayd etgan. Demak, raqobat –bozor qatnashchilari faoliyatini muvofiqlashtiruvchi aynano’sha «ko’rinmas qo’l»dir.

F.Perru raqobatni doimiy tahdidli harakat sifatida tushuntiradi. Inson o’z manfaatini ko’zlab qimmatroq sotib, arzon xarid qilishga intiladi. SHuning uchun raqobat bilan

doimiy to’qashishga to’g’ri keladi.

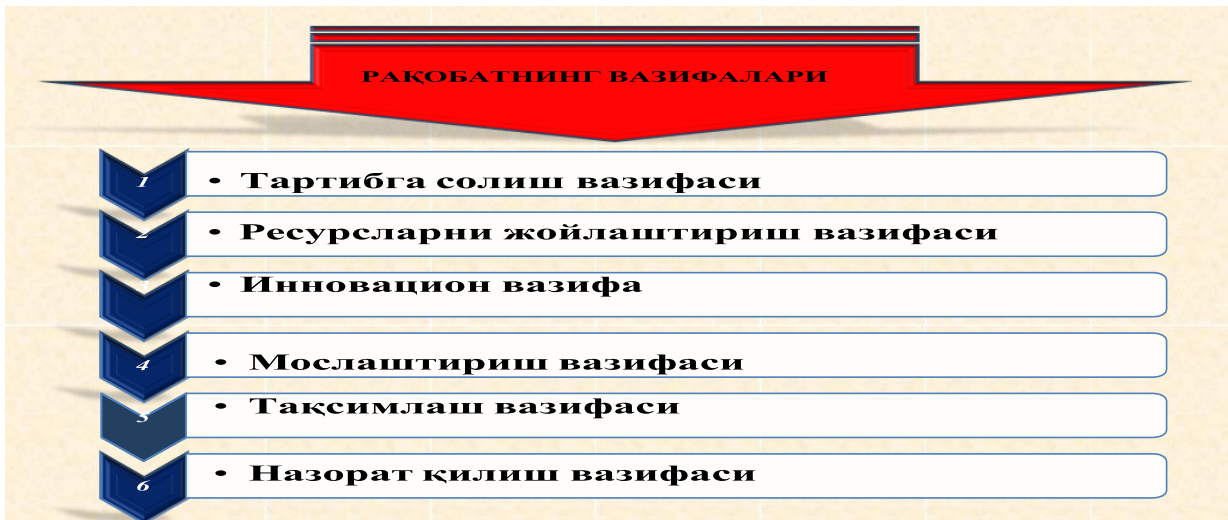
Strukturali ëndashuvda asosiy e’tibor raqobatchilarning o’zaro kurashidan bozor strukturasi, unda hukmronlik qiluvchi shart-sharoitlar tahliliga ko’chib o’tadi. Masalan, K.R. Makkonnell va S.L. Bryuning asarlarida aytib o’tilishicha, raqobat bozorda ko’p sonli mustaqil xaridor va sotuvchilar mavjudligi, xaridor va sotuvchilar uchun bozorga erkin kirish va undan chiqish imkoniyatidir.

Raqobat mohiyatini aniqlashga uchinchi ëndashuvni funksional ëndashuv sifatida tavsiflash mumkin. U raqobatning iqtisodiyda o’ynaydigan rolini ko’rib chiqadi. Xususan, Y.SHumpeter iqtisodiy rivojlanish nazariyasi doirasida raqobatni eskilikning yangilik bilan raqiblik kurashi sifatida ta’riflagan. Yangiliklar kiritish bozor tomonidan shubha bilan qabul qilinadi, biroq agar novator ularni amalga oshirishning uddasidan chiqsa, raqobat mexanizmi eskirgan texnologiyalardan foydalanuvchi korxonalarini bozordan siqib chiqaradi.

Bugungi kunda raqobat tushunchasining ko’plab ta’riflari mavjud. Jumladan, SH.SHodmonov, U.G’afurovlar tomonidan tayyorlangan «Iqtisodiyot nazariyasi» darsligida raqobatga berilgan ta’rifda asosan ikki jihat: 1) uning iqtisodiy manfaatlar to’qnashuvidan iborat ekanligi; 2) yuqori foyda va naflilikka ega bo’lish uchun kurash ilgari suriladi, ya’ni: **raqobat – bozor sub’ektlari iqtisodiy manfaatlarining to’qnashishidan iborat bo’lib, ular o’rtasidagi yuqori foyda va ko’proq naflilikka ega bo’lish uchun kurashni anglatadi.** Bunda ishlab chiqaruvchilar o’rtasida sarflangan xarajatlarining har bir birligi evaziga ko’proq foyda olish uchun kurash boradi. Mana shu foyda orqasidan quvish natijasida tovarlarni sotish doiralari, ya’ni qulay bozorlar uchun, arzon xom ashyo, energiya va arzon ishchi kuchi manbalari uchun ular orasida kurash boradi.<sup>5</sup>

## 1.4 Raqobatning asosiy vazifalari, turlari va usullari

Raqobatning mazmuni uning vazifalarini ko'rib chiqish orqali yanada kengroq namoyon bo'ladi. Hozirgi bozor iqtisodiyotida raqobatning quyidagi asosiy vazifalarini ajratib ko'rsatish mumkin: (2.1-rasm)



Raqobat kurashining mazmuni to'g'risida to'laroq tushunchaga ega bo'lish uchun uning asosiy shakllari va belgilarini ko'rib chiqish zarur. **O'z miqyosiga ko'ra** raqobat ikki turga – tarmoq ichidagi va tarmoqlararo raqobatga bo'linadi.

**Tarmoq ichidagi raqobat tovar ishlab chiqarish va sotishning qulayroq sharoitiga ega bo'lish, qo'shimcha foyda olish uchun bir tarmoq korxonalari o'rtasida boradi.** Har bir tarmoqdagi mavjud korxonalarining texnika bilan ta'minlanish va mehnat unumdorligi darajalari turlicha bo'lganligi sababli, ushbu korxonalarda ishlab chiqarilgan tovarlarning individual (alohida) qiymati bir xil bo'lmaydi.

Raqobat kurashining ikki usuli farqlanadi: narx vositasidagi raqobat va narxsiz raqobat.

**Narx vositasida raqobatlashuvda** kurashning asosiy usuli bo'lib ishlab chiqaruvchilarning o'z tovarlari narxini boshqa ishlab chiqaruvchilarning shunday mahsulotlari narxiga nisbatan pasaytirishi hisoblanadi. Uning asosiy va eng ko'p qo'llaniladigan ko'rinishi – «narxlar jangi» deb ataladiki, bunda yirik ishlab chiqaruvchilar raqiblarini tarmoqdan siqib chiqarish uchun narxni vaqti-vaqti bilan yoki uzoq muddat pasaytirib turadi. Bu usulni qo'llash uchun ishlab chiqaruvchi boshqa raqiblariga qaraganda unumliroq texnologiyani kiritishi, malakaliroq ishchilarni yollashi va ishlab chiqarishni yaxshiroq tashkil qilishi kerak bo'ladi. Faqat shundagina uning tovarining individual qiymati bozor qiymatidan past bo'lib, mazkur tovar narxini pasaytirish imkonini beradi.

Narx vositasida raqobatlashish usullaridan biri – **demping narxlarni qo'llashdir.** Bunda milliy ishlab chiqaruvchilar o'zlarining tovarlarini boshqa mamlakatlarga ichki bozordagi narxlardan, ayrim hollarda tannarxidan ham past bo'lgan narxlarda sotadi. SHu orqali ular ichki bozorda narxlarning barqarorligiga erishish mamlakatdagi ortiqcha mahsulotni yo'qotish, yangi bozorlarga kirib olish va unda o'zlarining iqtisodiy mavqeini mustahkamlashga harakat qiladi.

Ayrim hollarda narx yordamida raqobatlashishning belgilangan narxlardan chegirma qilish, asosiy xarid qilingan tovarlarga boshqa tovarlarini qo'shib berish, muayyan hollarda imtiyozli narxlarni belgilash kabi usullaridan ham foydalaniladi.

Hozirgi davrda bozor iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda narx yordamida raqobat qilish o'z o'rniga ega emas, chunki ishlab chiqaruvchilardan birining o'z mahsuloti narxini pasaytirishi uning raqobatchilarining ham shunday harakat qilishiga olib keladi. Natijada firmalarning bozordagi mavqei

o'zgarmay, faqat tarmoq bo'yicha foyda hajmini kamaytiradi.

Narxsiz raqobat shu bilan tavsiflanadiki, bunda raqobat kurashining asosiy omili tovarlarning narxi emas, balki uning sifati, servis xizmat ko'rsatish, ishlab chiqaruvchi firmaning obro'-e'tibori hisoblanadi.

### **1.5 Raqobat strategiyasi va raqobat bosqichlari**

Bozor iqtisodiyotining ilk belgilari paydo bo'lishi bilan unga xos raqobat xam yuzaga keladi. Iqtisodiyot rivojiga mos xolda raqobatchilik munosabatlari xam takomillashib boradi. Bozor raqobati tarixan 4 bosqichdan utadi.

Birinchi bosqich - bu natural xujalikdan bozor iqtisodiyotining dastlabki shakllariga o'tish bo'lib, bu davrda raqobat mayda tovar ishlab chiqaruvchilar urtasida boradi. Bu bosqichda raqobat maxalliy bozorlar doirasida borasida, u bir turdagi tovar ishlab chiqaruvchilar urtasida bo'ladi. Raqobatda golib chikish vositasi tajriba tuplab, mexnat maxoratini oshirish xisoblanadi.

Ikkinchi bosqich - bu kapitalistik erkin raqobat bosqichidir. Bu bosqich tovar xujaligining ommaviy tus olishi bilan, mayda tovar ishlab chiqarish o'rniga yirik mashinalar tizimiga va yollangan mexnatga tayangan tovar ishlab chiqarishning kelishi bilan xarakterlanadi. Raqobatni cheklashlar bo'lmaydi, u erkin kurashga aylanadi, bu kurash maxalliy bozorlar doirasidan chiqib, milliy bozor mikyosida yuz beradi. Raqobat shiddatli boradi, uning ishtirokchilari ko'pchilikdan iborat bo'ladi. Raqobatda golib chikishning sharti yangi texnikani joriy etib, mexnat unumdorligini ustirish, yangi tovarlarni ishlab chiqarish bo'ladi.

Uchinchi bosqich - bu monopol raqobat bosqichi bo'lib, u yakka xokimlikka intiluvchi yirik korxonalarining kurashidir. Raqobat iqtisodni monopollashgan va monopollashmagan sohalarida aloxida boradi, ammo bu sohalar urtasida xam kurash ketadi. Raqobatda yengib chikish shartlari ikkinchi bosqichdagidek bo'ladi, ammo uzaro kurashda bozorni egallab olish, siyosiy xokimiyatdan foydalanish kabilar keng ko'llanadi. bu bosqichda monopol raqobat yetakchi bulsa-da, erkin raqobat yukolib ketmaydi, u ikkinchi katorga suriladi. Iqtisodiyotda monopol raqobat sohasi va erkin raqobat sohalariga ajralish bo'ladi.

To'rtinchi bosqich - yangicha erkin raqobat bosqichi bo'lib, u aralash iqtisodiyotga xosdir. bu bosqichda raqobatchilar goyat ko'pchilik bo'lib, ular yirik korporatsiyalar, urtacha, mayda va uta mayda korxonalardan iborat bo'ladi. Raqobat doirasi kengayib, u ishlab chiqarishdan tashkari, xizmat ko'rsatish sohasida xam faollashadi, u moliya bozoriga shiddat bilan kirib boradi, xatto sayoxat biznesi, shou (tomosha) biznes, sport biznesi, xarbiy biznes kabilarni xam uz damiga tortadi. Raqobatlashuv baynalmilallashib, xalkaro bozor doirasida xam yuz beradi. Eng yangi texnika-texnologiyani ko'llash, boshkarishni kompyuterlashtirish, tovar tarkibini zudlik bilan yangilash, eng malakali ish kuchiga ega bo'lish, informatsiyadan foydalanish va, nixoyat, zamonaviy marketing xizmatini uyushtirish raqobatda yengib chikish shartiga aylanadi.

### **Tayanch so'z va iboralar**

Fanning maqsadi va vazifasi. Raqobat. Raqobat nazariyalari. Monopoliyaga qarshi boshqaruv mexanizmlari. Damping narxlari. Narxsiz raqobat. Servis xizmati. Raqobat strategiyasi. Raqobat bosqichlari. Erkin raqobat. Monopol raqobat. boshkarishni kompyuterlashtirish. Zamonaviy marketing xizmati.

## MAVZU-2. MUKAMMAL VA NOMUKAMMAL RAQOBAT NAZARIYALARI

### Reja:

1. Mukammal raqobat tushunchasi mazmuni. Mukammal raqobatdagi bozor modeli shartlari.
2. Nomukammal raqobat turlari, amalga oshish sabablari
3. Monopoliyalarning iqtisodiy asosi va ularning turlari.

### 2.1. Mukammal raqobat tushunchasi mazmuni. Mukammal raqobatdagi bozor modeli shartlari.

Raqobatni, uning vujudga kelishi va amal qilishidagi tabiiylik, bu jarayonlarga tashqi kuchlarning ta'sir qilish darajasidan kelib chiqqan holda ikki asosiy guruhga – mukammal va nomukammal raqobatga ajratish mumkin.

Mukammal raqobatni tavsiflovchi bir qator belgilar mavjud bo'lib, ulardan asosiylari sifatida quyidagilarni keltirish mumkin:

- bozor ishtirokchilari (ham sotuvchilar, ham xaridorlar) sonining ahamiyatli darajada ko'p bo'lishi;
- iqtisodiy resurslarning harakatchanligi, ulardan foydalanishda hech qanday cheklov yoki to'siqlarning mavjud bo'lmashligi;
- bozorga kirish va undan chiqishning erkinligi;
- sotuvchilarning o'zaro mustaqilligi, ular xatti-harakatining bir-biriga bog'liq bo'lmashligi;
- ishlab chiqarilgan mahsulotning bir xil ko'rinishda ekanligi;
- ishlab chiqarilgan va sotilgan mahsulot hajmida ishlab chiqaruvchilar ulushining ahamiyatli jihatdan farq qilmasligi;
- xo'jalik yuritishda qo'l keluvchi axborotlar (masalan, tovarlar narxi, ularning o'zgarish ehtimoli, hajmi, sifati va boshqalar) to'g'risida to'liq ma'lumotga ega bo'lish imkoniyati.



Mukammal raqobatning yagona ko'rinishi – sof yoki erkin raqobatdir. Sof raqobat gomogen mahsulotning savdo-sotig'i bilan shug'ullanuvchi ko'plab sotuvchi va xaridorlarning mavjudligi bilan tavsiflanadi. Yuqori darajada tashkil qilingan bozorda ko'plab sotuvchilar o'zlarining mahsulotlarini taklif qiladilar. Bunday sharoitda bozorda mahsulot tabaqalashuvi mavjud bo'lmay, ko'p sonli sotuvchi va xaridorlar, erkin holda harakat qilib, bozor narxining shakllanishiga ta'sir ko'rsata olmaydilar. Sof raqobatli bozorda alohida korxonalar mahsulot narxi ustidan sezilarsiz nazoratni amalga oshiradi. Chunki har

bir korxonada umumiy ishlab chiqarish hajmi unchakatta bo'lmaydi. Shu sababli alohida korxonada ishlab chiqarishning ko'payishi yoki kamayishi umumiy taklifga, demak mahsulot bahosiga sezilarli ta'sir ko'rsatmaydi. Sof raqobat sharoitida yangi korxonalar tarmoqqa erkin kirishi, tarmoqda mavjud bo'lgan korxonalar esa erkin tashlab chiqishi mumkin. Xususan yangi korxonalarning paydo bo'lishi va ularning raqobatli bozorda mahsulotlarini sotishga huquqiy, texnologik, moliyaviy va boshqajiddiy iqtisodiy to'siqlar bo'lmaydi. Shuningdek, iqtisodiy adabiyotlarda «samarali raqobat» tushunchasi ham qo'llaniladi. Samarali (real) raqobat bozorda sof raqobat yoki mukammal raqobat

sharoiti mavjud bo'lmagan holda ham undagi sotuvchi va xaridorlar bir-biriga bog'liq bo'lmagan holda harakat qilgan chog'da vujudga keladi.

Sof raqobat, umuman olganda, raqobatning har bir shakli ham milliy iqtisodiyotda alohida-alohida, ya'ni sof holda uchramaydi. Iqtisodiyot sohasini batafsil o'rganish, cheksiz ko'p har xil raqobatli vaziyatlar mavjudligi sharoitida, ikkita bir xil tarmoqni topish qiyinligini ko'rsatadi.

## **2.2 Nomukammal raqobat turlari, amalga oshish sabablari**

Nomukammal raqobat XIX asrning oxirlarida ishlab chiqarish va kapitalning konsentratsiyasi jarayonining kuchayishi natijasida monopol tuzilmalarning tarkib topishi bilan vujudga keldi. «Monopoliya» atamasi (grekcha monos – yagona, poleo - sotaman) tarmoqning yagona ishlab chiqaruvchidan iborat bo'lishini anglatib, u ishlab chiqarish hajmi va narx ustidan nazorat o'rnatish imkoniyatiga ega bo'ladi. Monopolistning asosiy belgilari sifatida ishlab chiqarishning yuqori darajadagi konsentratsiyalashuvi; uning muayyan tovar bozorida ustun mavqega egaligi; ishlab chiqarish hajmiga bevosita ta'sir o'tkazish orqali monopol narxni belgilashi va, tegishli ravishda, monopol foyda olish imkoniyati.

Monopoliyalar tarmoqqa kirishdagi iqtisodiy, texnik, huquqiy va boshqa ko'rinishdagi to'siqlarning mavjud bo'lishi natijasida paydo bo'lib, ularning asosiylari sifatida quyidagilarni ko'rsatish mumkin:

- a) ishlab chiqarish miqyosi keltirib chiqaradigan to'siqlar;
- b) tabiiy monopoliyalar tavsifidagi to'siqlar;
- v) patent va litsenziyalar;
- g) iqtisodiy resurslarning muhim turlariga xususiy mulkchilik va h.k.

Oligopoliya tushunchasi (grekcha oligos – ozchilik, poleo – sotaman) ishlab chiqarish va bozorda uncha ko'p bo'lmagan yirik ishlab chiqaruvchilarning hukmron mavqeini anglatadi. SHunga ko'ra, oligopolistik raqobat tarmoqdagi tovar ishlab chiqarish va sotish hajmini to'liq egallab olgan bir necha yirik firmalar o'rtasidagi iqtisodiy kurashni ifodalaydi. Oligopolistik tarmoqda bir xil (po'lat, mis, alyuminiy, qo'rg'oshin, temir va boshqalar) yoki tabaqalashgan (avtomobillar, kir yuvish vositalari, tamaki mahsulotlari, maishiy elektr buyumlari va boshqalar) mahsulotlar ishlab chiqariladi.

SHunga ko'ra, oligopolistik raqobat sharoitida firmalar narx siyosatini o'zaro bog'liq holda olib boradilar. Bunda nisbatan yirik firma narx belgilash bo'yicha yetakchilik qilib, qolgan firmalar esa uning xatti-harakatiga ergashadilar.

Biroq, oligopolistik tarmoqda firmalar sonining ko'p bo'lmasligi yashirincha kelishuv, ya'ni narxlarning maqbul darajasini belgilash, sotish bozorlarini bo'lib olish va boshqa yo'llar orqali raqobatni cheklash uchun imkoniyat yaratadi.

SHuningdek, oligopoliya sharoitida narxsiz raqobatga asosiy o'rin beriladi. CHunki, bir tomondan, raqobatchilar uchun o'z mahsulotlari sifati va reklamasini o'zgartirish ancha murakkab jarayon hisoblanisa, boshqa tomondan, kamdan-kam holda narxsiz raqobatni ta'minlash uchun yetarli moliyaviy resurslarga ega bo'ladilar.

Monopolistik raqobat monopoliya va raqobat unsurlarining uyg'unlashuvi orqali ro'y beradi. Ba'zi bir manbalarda uni «mahsulotlarning tabaqalanishi» deb ham ataladi.<sup>6</sup> CHunki, monopolistik raqobatning xususiyatli tomonlaridan biri – bu mazkur mahsulotning tabaqalanishi, ya'ni boshqa o'xshash mahsulotlardan farq qiluvchi jihatlari (masalan, sifati, tarkibi, qadoqlanishi, dizayni va boshqalar)ning mavjudligi hisoblanadi. Natijada, mazkur mahsulot egasi, u qadar ahamiyatli bo'lmasada, ishlab chiqarish hajmi va uning narxini belgilashda ma'lum darajada monopol mavqega ega bo'ladi. Biroq, bu kabi mahsulot ishlab chiqaruvchilar sonining ko'pligi ayni paytda ushbu ishlab

chiqaruvchini raqobatlashishga ham majbur qiladi.

SHuningdek, ba'zi adabiyotlarda nomukammal raqobatning monopsoniya, oligopsoniya, duopoliya, bilateral monopoliya singari shakllarining mavjudligi ham ta'kidlanadi.

Jumladan, «Monopsoniya – muayyan tovarning yagona xaridori monopoliyasi mavjud bo'lgan bozor tuzilmasi turi. O'z xarid hajmini cheklash orqali xaridor sotuvchidaromadining bir qismini yo'qotish hisobiga monopol foyda olish imkoniga ega bo'ladi.

Oligopsoniya – muayyan tovarning bir guruh xaridorlari mavjud bo'lgan bozor tuzilmasi turi.

Duopoliya – muayyan tovarning faqat ikki nafar yetkazib beruvchisi mavjud bo'lgan va ular o'rtasida narx, sotish bozorlari, ishlab chiqarish kvotasi bo'yicha monopolistik kelishuvlar bo'lmagan sharoitdagi bozor tuzilmasi turi.

Bilateral (ikki tomonlama) monopoliya – yagona mol yetkazib beruvchi va yagona (birlashgan) iste'molchining qarama-qarshi kurashi vujudga keluvchi bozor tuzilmasi turi.

Bundan ko'rinadiki, raqobat shakllarining bozordagi ayrim, xususiyl holatlardan hamda uning ishtirokchilari soni va mavqeidan kelib chiqqan holda maxsus hollarda qo'llaniluvchi boshqa atamalarini ham keltirib chiqarish mumkin bo'lib, bunday holat xorij adabiyotlarida ko'plab kuzatiladi.

### **2.3 Monopoliyalarning iqtisodiy asosi va ularning turlari.**

XX asr boshlarida erkin (mukammal) raqobatga asoslanga iqtisodiyot tobora monopollashib bordi, bu ayniqsa Yevropa va AQSHda yaqqol ko'zga tashlandi. Iqtisodiy liberalizm printsiplari (erkin savdo-fritredolik, davlatning iqtisodga aralashmasligi va b.) real hayot talablariga javob bermay qo'ydi. Monopollashuvning yorqin oqibati sifatida 1929-1933 yillardagi jahon iqtisodiy inqirozining keltirishmumkin.

Deyarli yuz yil davomida J.B.Seyning «bozorlar qonuni» hamma yerda tan olingan va unga suyanib ish yuritilgan bo'lsa, bu davrda uning ahamiyati pasayib bordi. Nomukammal raqobat avval institutsionalizm, keyin neoklasiklar tomonidan tadqiqot ob'ekti qilib olindi.

Bu muammolar bilan deyarli bir vaqtda Garvard universiteti professori E. CHemberlin va Kembrij universiteti professori J.Robinsonlar shug'ullandi. Edvard Xeyting CHemberlin (1899-1967) o'z asarida monopoliyaning mohiyati, monopol baho va monopol foydaning yuzaga kelishining chuqur tahlilini bepradi. Uning fikricha, monopoliyaning mohiyati - bu taklif ustidan nazorat, bunda baho ustidan ham nazorat bo'ladi. E.CHemberlin o'z tadqiqotlari xulosasida raqobat sharoitida monopoliya tabiiy mohiyatiga mustaxkam ishonch bildiradi; tadbirkorlik ko'p hollarda o'z monopoliyasini barpo qilish uchun, imkoni boricha boshqa tadbirkorlar o'z monopoliyasini kengaytirishiga qarshi choralarni kengaytirish va kuchaytirish harakatini qiladi. Olimning fikri bo'yicha, asosiy vazifa shundaki, iqtisodiyot fani «mahsulot doim deffentsiatsiyalashgan bo'lishi sharoitini to'la anglashi shart» dir; bundan buyon sof raqobatni barcha sohalarida farovonlik iqtisodiyoti «ideal» (bekamu-ko'st) deb qarash mumkin emas.

<sup>6</sup> Qaralsin: Ekonomicheskaya teoriya: Uchebnik. – Izd. ispr. i dop./ Pod obsh. red. akad. V.I.Vidyapina i dr. –M.: INFRA-M, 2005, s.120; SHishkin A.F. Ekonomicheskaya teoriya: Uchebnoe posobie dlya vuzov. 2-e izd. Kn.1. – M.: Gumanit. izd. tsentr VLADOS, 1996, s.608.

<sup>7</sup> Ekonomicheskaya teoriya: Uchebnik dlya vuzov // Koll. avt.: K.Abduraxmanov i dr./ T.: «SHark», 1999, s.110-111.

Keyinchalik E.CHemberlin va uning monopolistik raqobat nazariyasi tarafdorlari tomonidan «guruhiy monopoliya» sharoitida ham raqobat saqlanishi to'g'risidagi qoidani ilgari surishgan. Bunda gap sherik-raqobatchilar o'rtasida bozorda ularning ta'sir doiralarini bo'lib olish to'g'risida boradi. Asosiy maqsad turlicha (differentsiatsiyalashgan) tovar mahsuloti bahosini eng yuqori harajatlar darajasidan past bo'lmagan holda realizatsiya qilishdir.

Hozirgi davrda mahsulotning istisno sifati bilan birga, qo'shimcha baholanmagan monopolistik raqobat shartlari kuchayib bormoqda, bular alohida tovar yaratuvchi tomonidan yaratilgan texnik takomillashuv, firmaga obro'-e'tibor



keltiradigan sharoitning ta'minlovchi haridorlarga maxsus hizmat va boshqalar.

Joan Vayolet Robinson (1903-1983) Kembrij universitetini bitirgan va A.Marshall maktabining taniqli vakili va davomchisidir. 1965-1971 yillar shu universitetda professor lovozimida dars bergan. Uning dastlabki asari «Nomukammal raqobatning iqtisodiy nazariyasi» 1933 yili, ya'ni muallif 30 yoshligida yozilgan va unga mashhurlik keltirdi. Asardagi bosh g'oya monopoliyalarning faoliyatida bozorlar jihatini

aniqlashdir. Bu sharoitdagi raqobat iqtisodiyotdagi muvozanatni bo'zadi va nomukammaldir (CHemberlinda-monopolistik). Dastlabki vazifa: o'z mahsulotiga ega bo'lgan ishlab chiqaruvchi-monopolistik baholar belgilanishining mexanizmini aniqlash. Bahoning miqdori, sotuvchi o'rnatgan shu bahoda haridorning mahsulotni sotib olish va monopol foyda tabiati o'rnatiladi. Ammo Robinson xonimning mantiqiy fikrlashi CHemberlinnikidan farq qiladi. Robinson fikricha nomukammal raqobat tufayli, avvalo raqobatli xo'jalik tizimi normal muvozanat holatining bo'tunlay bo'zulishi va yo'nalishi, xatto yollanma mehnatning «ekspluatatsiya» sidir. CHemberlin esa bu masalani bozorning tabiiy muvozanati bilan chambarchas bog'liqdir deb qaragan.

Robinson monopoliyaga salbiy munosabat bildirib, uni bozor sharoitdagi ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarni izdan chiqaruvchi omil sifatida qaraydi.

Monopoliya ishlab chiqarish mahsulotining xuddi shunga o'xshash boshqa mahsulotdan sezilarli ajralib turishini talab etadi yoki boshqacha aytganda, differentsiatsiya ro'y beradi; boshqa qo'shimcha sharoit ham zarur unga ko'ra firma - monopolist optimal hajmdan ortiqroq bo'lgan ko'rsatgichlar bilan karakterlanishi kerak.

Nomukammal raqobatli monopolistik bozorda aniqlashni talab etuvchi bir qancha sharoitlar yuzaga keladi. Agar bozor bir-biri bilan raqobat qiluvchi cheksiz ko'p haridorlardan emas, balki ayrim yakkayu-yagona haridorlar birlashmasidan iborat bo'lgan holatda sotib olinadigan mahsulot qancha bo'lishi mumkindir. Bu sharoit talab kontsentratsiyasi bo'lib bozorda ko'p sonli mayda sotuvchilar va yakkayu-yagona haridor faoliyat ko'rsatadi. Bu xolatni *monopsoniya*, ya'ni *haridor monopoliyasi* deyiladi.

Bunday savolga javobni uch yil o'tgach boshqa Kembrij maktabi vakili J.M.Keyns berdi.

### **Tayanch so'z va iboralar**

**Mukammal raqobat. Nomukammal raqobat.** Monopsoniya. Oligopsoniya. Duopoliya. Ishlab chiqarish kvotasi. Monopolistik kelishuvlar. Bozor tuzilmasi turi. Bilateral (ikki tomonlama) monopoliya. E.CHemberlin ta'limoti. Joan Vayolet Robinsonning monopoliyalarga munosabati. sifati va reklama. «Guruhiy monopoliya



**Reja:**

- 3.1. M.Porterning raqobatning besh kuchi nazariyasi
- 3.2. Raqobat 5 kuchi nazariyasining oltin qoidasi
- 3.3. Korxonalar (firmalar) SWOT analizini qo'llash sxemasi
- 3.4. SWOT analizi bosqichlari
- 3.5. "McKinsey 7S" tahlil modeli
- 3.6. Firmaning strategik holatini baxolash ko'rsatkichlari

**3.1. M.Porterning raqobatning besh kuchi nazariyasi**



Ta'sirchan va rag'batlantiruvchi, erkin iqtisodiy raqobatni rivojlantirish evaziga ishlab chiqaruvchi va sotuvchilar ustidan xaridorlarning hukmronligi o'rnatilib, bu bozor munosabatlarining mohiyatini belgilovchi sharoit hisoblanadi.<sup>8</sup>

Raqobatning faqat erkin bozor iqtisodiyoti sharoitida to'laqonli amal qilishi hamda o'z mohiyatini to'liq namoyon eta olishini quyidagi jadval orqali kuzatish mumkin (1.1.1-jadval).

**«Raqobat»ning turli iqtisodiyot sharoitlaridagi qiyosiy tavsifnomasi**

<b>Ma'muriy-buyruqbozlik iqtisodiyoti sharoitida</b>	<b>Erkin bozor iqtisodiyoti sharoitida</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Raqobat «sotsialistik musobaqa» bilan almashtirilib kelindi. «Raqobat» so'zini ishlatish taqiqlanar edi.</li> <li>• Musobaqa kim o'zish, kim yaxshi natijalarga erishish uchun bo'lgan qalbaki bellashuv edi. Chunki erishilmagan yutuq va bajarilmagan ko'rsatkichlarga erishilishi «raqamlar»da minlanardi.</li> <li>• Sotsialistik musobaqadagi majburiy safarbarlik usuli:                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- tashabbuskorlik ruhini so'ndirardi;</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Raqobat rag'batlantiruvchi iqtisodiyotni harakatga soluvchi kuchdir. SHu sababli u bozor iqtisodiyoti mexanizmida asosiy o'rin oladi.</li> <li>• Raqobat rejalashtirilmaydi va qattiq nazorat ostiga olinmaydi. Raqobatchilikni bozordagi:                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- talab va taklif;</li> <li>- narx-navo;</li> <li>- oligopoliya va monopoliya darajasi;</li> <li>- davlatning antimonopol siyosati</li> </ul> </li> </ul>

<sup>8</sup> Abdullaev Yo. Bozor iqtisodiyoti asoslari: 100 savol va javob. – T.: «Mehnat», 1997, 57-58-b.

<p>- sifatini yaxshilash va ishlab chiqarish xarajatlarini pasaytirish imkonini bermas edi;</p> <p>- «yalpi mahsulot» mafkurasi hukumronligida musobaqa ko'rsatkichlari ko'pincha miqdoriy ko'rsatkichlarga qarab bajarilar edi.</p>	<p>belgilaydi.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Raqobatda majburiy safarbarlik bo'lmaydi. Bu erda halol va erkin iqtisodiy raqobatni rivojlantirish evaziga ishlab chiqaruvchilar ustidan xaridorlarning hukmronligi o'rnatiladi.</li> </ul>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Taniqli amerikalik olim M.E.Porterning tadqiqotlariga ko'ra, alohida bozordagi raqobatning holatini beshta raqobat kuchi orqali tavsiflash mumkin: Raqobatlashuvchi sotuvchilar o'rtasidagi bellashuv (har bir firmaraqobat afzalliklaridan foyda olish va qulay mavqega ega bo'lish uchun o'zining shaxsiy raqobat strategiyasiga amal qiladi).

1. Bir-birini o'rnini bosuvchi va narx nuqtai nazaridan raqobatbardosh bo'lgan tovarlar o'rtasidagi raqobat (o'rnini bosuvchi tovarlar tomonidan yuzaga kelgan xavf tufayli vujudga kelgan raqobat kuchlari).
2. Yangi raqobatchilarning paydo bo'lish xavfi (yangi raqobatchilar paydo bo'lishi xavfi tufayli vujudga kelgan raqobat kuchlari).
3. Mol yetkazib beruvchilarning iqtisodiy imkoniyatlari va savdo qobiliyatlari (mol yetkazib beruvchilarning imkoniyatlari va savdo qobiliyatlari tufayli vujudga kelgan raqobat kuchlari).
4. Xaridorlarning iqtisodiy imkoniyatlari va savdo qobiliyatlari (xaridorlarning iqtisodiy imkoniyatlari va savdo qobiliyatlari tufayli vujudga kelgan raqobat kuchlari).<sup>9</sup>

### 3.2.Raqobat 5 kuchi nazariyasining oltin qoidasi

Porter nazariyasiga ko'ra tarmoq raqobatini tahlil qilishning o'ziga xos xususiyatlari quyidagilardan iborat:

1. Tarmoqda raqobat kuchlarining aniqligi va samaradorligini aniqlashga;
2. Kompaniyaning raqobat kuchlari ta'siridan maksimal himoyalanih pozitsiyasiga ega bo'lishga;

3. Raqobat kuchlariga qarshi ta'sir ko'rsatishga yordam beradi. Raqobat 5 kuchi nazariyasining oltin qoidasi quyidagilardan iborat.

Raqobat kuchlarining ta'siri naqadar zaif bo'lsa, tarmoqda kompaniya ko'proq foyda olish imkoniyatiga ega bo'ladi, va aksincha;

Raqobat kuchlarining ta'siri naqadar kuchli bo'lsa, tarmoqda kompaniya kamroq foyda olish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Rivojlangan G'arb mamlakatlarida, xususan, Jahon iqtisodiy forumida muntazam markaziy o'rin egallaydigan Raqobat ustunligi nazariyasi bugungi kunda O'zbekiston misolida qayta-qayta o'z tasdig'ini topmoqda. Raqobat ustunligi nazariyasiga ko'ra (M.Porter, Dj.Saks, P.Krugman) xalqaro bozorda kompaniyaning raqobatbardoshligi mamlakatning ishlab chiqarish omillari bilan ustunroq ta'minlanganligi emas, balki ushbu kompaniya uchun davlat qanday iqtisodiy institutlar va mexanizmlar orqali imkoniyat yaratayotganligi bilan baholanadi.

<sup>9</sup> Porter M. Mejdunarodnaya konkurentsia: konkurentnue preimustva stran. M.: /per. s ang. – Mejdunarodnue otnoshenie, 1993, s.224.

5 kuch modeli ko'proq strategik boshqarishda va marketingda quyidagi yo'nalishlarida qo'llaniladi:

- Kompaniyada SWOT analiz o'tkazishda
- Kengaytirilgan raqobat tahlili va bozor tahlilini tuzishda ishlatiladi.

### 3.3 Korxonada (firmada) SWOT analizini qo'llash sxemasi

SWOT analiz qo'llash sxemasi	
<p><b>SILU (S) STRENGTH</b> Kuchlar</p> <p>zaiflikni kuchga va tahdidni imko</p>	<p><b>SLABOSTI (W) WEAKNESS</b> zaiflik</p> <p>niyatga aylantirish uchun barcha kuchni sarflash.</p> <p>Prevracenie</p>
<p><b>VOZMOJNOSTI (O) OPPORTUNITY</b> Imkoniyatlar</p> <p>firmaning kuchli tomonlarini uning cheklangan imkoniyatlari asosida rivojlantirish.</p>	<p><b>UGROZU (T) THREAT</b> Tahdidlar</p> <p>Prevracenie</p>

### 3.4 SWOT analizi bosqichlari

#### SWOT analiz 1-bosqichi vazifalari quyidagilardan iborat:

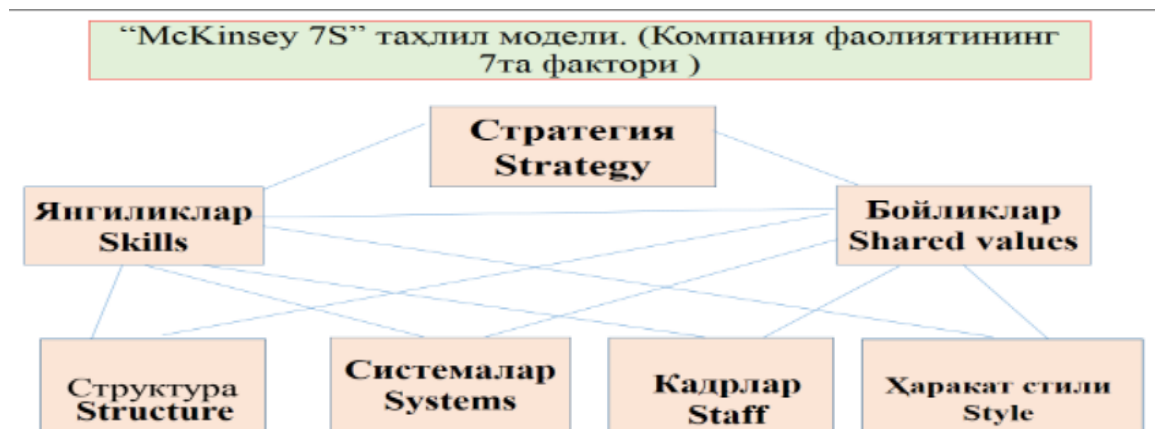
- Tovarlar patentbardoshligi;
- Tovarlar narxi;
- Texnologiyaning progressivligi;
- Kadrlar malakasi;
- Resurslar narxi;
- Asosiy fondlar yoshi (yangi, eskiligi);
- Firmaning geografik joylashuvi;
- Infrastruktura;
- Marketing va menejment tizimi;
- Tizimga kirish va chikishda raqobat kuchi darajasi kabilar o'rganiladi.

#### SWOT analiz 2-bosqichi vazifalari quyidagilardan iborat:

- Firmaning kuchsiz tomonlari o'rganiladi. Ishlab chiqarilayotgan tovarlarning raqobatbardoshligi barcha bozorlar bo'yicha o'rganiladi. Konkret tovarlar raqobatbardoshligining kompleks ko'rsatkichlari, foydali effekt (integral sifat ko'rsatkichi), jami xarajatlar, tovardan foydalanish shartlari, firmaning raqobat ustunligi bo'yicha 1 bosqichdagi ko'rsatkichlar zaifligi aniqlanadi.
- 3-bosqich. Firmaga strategik va taktik tahdidilarni prognozlash va o'z vaqtida xarajatlarni kamaytirish maqsadida firmaning makro muhit omillari o'rganiladi. (siyosiy, iqtisodiy, texnologik, bozor va boshqalar).
- 4-bosqich. Firmaning tahdidni bartaraf etish, kuchlarni o'sishi va zaiflikni pasaytirish uchun zarur bo'lgan strategik va taktik imkoniyatlari (kapital aktiv vaboshqalar) o'rganiladi.
- 5-bosqich. Firma strategiyasining aloxida bo'limlari proektini shakllantirish maqsadida kuchlar va imkoniyatlar muvofiqlashtiriladi.

Ta'minotchilar tovarning bozordagi raqobatbardoshligiga xom ashyo yetkazib beruvchi sifatida ta'sir ko'rsatadi. Xom ashyo narxlarining ko'tarilishi ishlab chiqarish xarajatlarining ko'payishiga va shu asosda tayyor mahsulot tannarxining oshishiga olib keladi. Agar tovarlarning chakana narxlarini ko'tarish imkoni bo'lmasa, xom ashyo narxlarining ko'tarilishi hisobidan tarmoqda tovar va xizmatlarni sotishdan keladigan foyda xajmi kamayib ketadi.

### 3.5 “McKinsey 7S” tahlil modeli



### 3.6 Firmaning strategik holatini baxolash ko'rsatkichlari

**Korxonalar (firmaning) ma'lum bir davr mobaynida strategik holatini baxolash quyidagi ko'rsatkichlarga asoslanadi:**

1. **Korxonalar (firmaning)** nisbiy o'lchami;
2. **Korxonalar (firmaning)** o'sishi;
3. Bozordagi tovar va xizmatlarni sotishdagi ulushi;
4. Bozordagi pozitsiyai;
5. **Korxonalar (firmaning)** solishtirma rentabelligi;
6. Sof daromadi;
7. **Korxonalar (firmaning)** texnologik holat;
8. Tashqi ko'rinishi;
9. Rahbariyat va peronal (kadrlar).

Differentsiatsiya kuchayib borgan sari har bir sotuvchi absolyut (mo'tloq) monopoliyaga ega bo'ladi, ammo shu bilan birga, o'rni bosa oladigan boshqa mahsulot ishlab chiqaruvchining nomukammal raqobatiga uchraydi. SHundan kelib chiqib, barchasotuvchilar «raqobatchi monopolistlar» bo'lib, «monopolistik raqobat» kuchlari ta'siri sharoitida ish yuritadilar.

Sotuvchi -monopolist qo'shimcha harajatlarni qilish yo'li bilan sotilayotgan mahsulot hajmini oshirishi (bunda tovar bahosi pasayishi) mumkin. Boshqa xuddi shunday tovar sotuvchilar esa bu shuni darhol amalga oshira olmaydi deb raqobatdosh tovar markasi bahosini pasaytirish yoki yangisini i.ch. davomida, xuddi shunday choralar boshqa raqobatchi tomonidan qo'llanilishi mumkinligidan behavotir bo'ladi.

Raqobatning baholanmaydigan omillari qatoriga tovarlar sifati va reklama kiradi va ular individual yoki alohida xususiyatlarga egadir. Differentsiatsiya mahsulotning o'z ma'lum xususiyatlari asosida shakllanishi, masalan, *alohida xususiyatlar* - firma markasi, firma nomi, qadoqlash yoki tara (agar ular bo'lsa) bo'yicha yoki sifat, shakl, rang, stil asosida *individual xususiyatlari* bilan belgilanadi.

Differentsiatsiyalashgan mahsulot baho muammosi raqobatli talab va harajat egri chiziqlari doirasiga kiritilishi mumkin emas, bu avvaldan xulosalardagi xatolarga olib keladi; baho haddan tashqari past, ishlab chiqarish masshtabi - juda katta, korxonalar soni - juda kichik bo'lib chiqadi. Bundan tashqari raqobatning yana ikkita jihati: differentsiatsiya va sotish harajatlari bo'tunlay tushib qoladi. SHu sababli baholarni to'la bilmaslik mahsulotga talab elastikligi (qayshiqoqlik)ni pasaytiradi,

bu esa reklama talabning elastikligini oshirishi, baholar raqobatini esa ancha keng qilishiga o'xshaydi va baholar yordamida talab etiladigan qo'shimcha harajatlarni qoplaydi.

Raqobat kurashi evolyutsiyasi tovar sifatini oshiradi (buni patent, mualliflik huquqlari, firma himoya belgilari, firma alohida qadoqlash usuli, mahsulot sifatini yaxshilash maqsadida, firmaning qulay joylashuvi). Reklama esa, erkin raqobat sharoitidan farqli ravishda, bozorlar qo'shilib ketishigayo'l qo'ymaydi.

Baholanmagan raqobat omillari firmani haridorlar talabini qondirish uchun yangi imkoniyatlar qidirishga undaydi, ularga «havasning pullik qoidalari» ni singdirib boradi.

Ishlab chiqarish va sotish harajatlari kontseptsiyasida harajatlar fabrika doirasida tovarlarni ishlab chiqarishga ketgan sarflardangina (birinchi) emas deb qaraladi. Transport (tashish), sartirovka (ajratish), saqlash, uylarga yetkazish harajatlari (ikkinchi) mavjud bo'lib, ular talablarni qondirish uchun yanada yaxshi qulayliklar yaratadi. Ikki xil ko'rinishdagi harajat o'rtasida chegara o'tkazish (ishlab chiqarish harajatlari, sotish harajatlari) taklif va talab o'rtasidagi farq kabi qiymatnazariyasida fundamental ahamiyat kasb etadi. Sotish harajatlari maskur mahsulotga talabni oshiradi, ishlab chiqarish harajatlari uning taklifini oshiradi.

### **Tayanch so'z va iboralar**

M. Porter nazariyasi. Raqobat 5 kuchi nazariyasi. Raqobatning oltin qoidasi. 5kuch modeli. SWOT analizi. "McKinsey 7S" tahlil modeli. Firmaning strategik holati. Raqobat ustunligi nazariyasi. Firma himoya belgilari. Differentsiatsiya. Raqobatlashuvchi sotuvchilar. Xarajat o'rtasida chegara. Alohida bozordagi raqobatning holati.

## **MAVZU-4. RAQOBATBARDOSHLIK VA UNING NAMOYON BO'LISH SHAKLLARI**

---

### **Reja:**

- 4.1.** Raqobatbardoshlik tushunchasining iqtisodiy mazmuni va o'ziga xos xususiyatlari.
- 4.2.** Raqobatbardoshlikni tavsiflovchi muhim ko'rsatkichlar.
- 4.3.** Makroiqtisodiy, mezoiqtisodiy va mikroiqtisodiy darajadagi raqobatbardoshlikni baholash

### **4.1. Raqobatbardoshlik tushunchasining iqtisodiy mazmuni va o'ziga xos xususiyatlari.**

Mamlakat va mintaqalar iqtisodiyotini rivojlanishini tartibga solishning muhim yo'nalishlaridan biri ularning raqobatbardoshligini oshirish bilan bog'liq.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A. Karimov ta'kidlab o'tganlaridek: «Mamlakatning raqobatbardoshligini ta'minlash uchun iqtisodiyotni tarkibiy o'zgartirish jarayonlarini chuqurlashtirish siyosatini davom ettirish lozim»<sup>10</sup>. Ushbu ustuvor yo'nalish ma'lum darajada mintaqalarga ham taalluqlidir.

Raqobatbardoshlik tushunchasi XX asrning oxiri va XXI asrning boshlarida xorijiy davlatlarda mintaqaviy siyosatni belgilab beruvchi asosiy tamoyilga aylanmoqda. Iqtisodchi olimlar tomonidan mintaqaviy raqobatbardoshlikka bag'ishlangan bir qator monografiyalar, maqolalar chop etilmoqda va maxsus ilmiy tadqiqot ishlari amalga oshirilmoqda.

Mintaqalar raqobatbardoshligi nazariyasi endigina shakllanayotganligi sababli



uning mazmuni, tushunchasi bo'yicha olimlar o'rtasida turli qarashlar va ta'riflar mavjud. Fikrimizcha mintaqa raqobatbardoshligi - uning raqobatbardoshlik afzalliklaridan samarali foydalangan holda raqobatbardosh tovarlar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatishni tashkil etish asosida aholi turmush darajasini oshirishdan iborat.

Mintaqalar o'rtasidagi raqobatbardoshlik jarayoni mamlakatlar, tarmoqlar va korxonalar o'rtasidagi aniq bir ko'rinishga ega bo'lmaydi. Ushbu jarayon yetarlicha uzoq va murakkab bo'lib, mintaqalarning raqobatbardoshligi, birinchi navbatda investitsiyalarni jalb qilgan holda har bir hududning raqobat afzalliklaridan samarali foydalanishga qaratilgandir. Mintaqaviy raqobatbardoshlikni oshirish ularning uzoq muddatli rivojlantirish strategiyasining asosini tashkil qiladi.

Xalqaro tajriba va olib borilgan tadqiqotlarning ko'rsatishicha mintaqaning raqobatbardoshligi ko'p jihatdan uning tabiiy-iqtisodiy salohiyatining mavjudligi va darajasi bilan aniqlanadi. Salohiyatni baholashga asoslangan yondashuv mintaqaning raqobat afzalliklarini aniq ko'rsatib beradi. Bunda mintaqaning raqobatbardoshligini shakllantiruvchi asosiy salohiyat turlarini aniqlash muhim ahamiyatga ega. Mintaqa raqobatbardoshlik darajasiga ta'sir ko'rsatuvchi asosiy salohiyatlar quyidagilar hisoblanadi: tabiiy resurslar salohiyati, inson omili, moliyaviy, ekologik va institutsional o'zgarishlar.

Raqobatbardoshlik darajasini oshirishning dastlabki bosqichida transport-geografik joylashuv, agroiqlim sharoitlari, yer-suv, mineral-hom ashyo va mahalliy resurslarni o'zida jamlovchi tabiiy resurslar salohiyati asosiy o'rin egallaydi.

Mintaqa raqobatbardoshligi ko'p jihatdan nisbiy afzalliklarga, birinchidan tabiiy boyliklarga, ikkinchidan mintaqani rivojlantirishni davlat tomonidan tartibga solishning samaradorligiga, uchinchidan innovatsion loyihalardan unumli foydalanishga bog'liqdir.

#### **4.2. Raqobatbardoshlikni tavsiflovchi muhim ko'rsatkichlar.**

Umuman olganda, hududiy omilning roli nafaqat muhim, balki universal hamdir. SHu munosabat bilan M.Porterning nuqtai nazari g'oyat muhim bo'lib, uning qat'iy ta'kidlashiga ko'ra, mintaqaning geografik o'rni raqobatchilik uchun fundamental ahamiyat kasb etadi, jahon iqtisodiyoti sharoitida raqobatdagi barqaror ustunliklar ko'proq hollarda va ko'proq darajada mahalliy ko'rinishga ega bo'lib, yuqori darajada ixtisoslashgan kasbiy malakalar va bilimlar, institutlar, raqiblar, o'zaro bog'langan iqtisodiy faoliyat turlari, shuningdek muayyan mamlakat yoki mintaqadagi ko'pni ko'rgan va tajribali iste'molchilarning bir yerda to'planishidan yuzaga keladi. Geografik, madaniy va tashkiliy jihatdan yaqinlik axborotdan maxsus foydalanish imkoniyati, alohida munosabatlar, axborotga to'liq ega bo'lish, qudratli rag'batlantiruvchi omillarning yuzaga kelishi, shuningdek masofadan turib ega bo'lish qiyinchilik tug'diradigan ishlab chiqarishdagi boshqa afzalliklarni ta'minlab beradi Geografik holat, avvalgi o'n yilliklardagidan boshqacharoq ma'noda bo'lsa-da, XXI asr chegarasida ham o'z ahamiyatini saqlab qolmoqda"<sup>11</sup> Bunda muayyan hududga aniq "bog'langan" "hayot sifati" deb ataluvchi sintetik tushuncha raqobatbardoshlikning eng muhim jihati bo'lib qoladiki, bu tushuncha har xil ko'lamdagi turli-tuman hodisalarni o'z ichiga oladi: bandlik masshtablari va xarakteri hamda mehnat sharoiti, ta'lim va savodxonlik darajasi, uy-joy bilan

ta'minlanganlik va uning qulayligi, ijtimoiy ta'minot tizimi, ekologik yashash sharoitlari va h.k.

Bularning hammasi esa hududiy jihatdan lokal (turg'un) joylashgan bozor potentsialini, innovatsion va investitsion iqlimni, o'z ixtiyoridagi barqaror iqtisodiy takror ishlab chiqarishning ham, iste'molchilik standartlari, texnologiyalar, tovarlar, xizmatlar va kapitallarni boshqa minrtaqalarga "olg'a siljitish"ning ham imkoniyatlarini avvaldan belgilab beradi.

### **4.3 Makroiqtisodiy, mezon iqtisodiy va mikroiqtisodiydarajadagi raqobatbardoshlikni baholash**

Mezoiqtisodiyotning muayyan hududga "bog'langan"ligi mamlakatlar masshtabida ham, geoiqtisodiy masshtabda ham uning yetakchi (dominanta) funktsiyalari o'rtasidagi o'zaro munosabatlarni saqlab qoladi. Mintaqaning funktsional yo'nalganligi, bir tomondan, umumiy ijtimoiy-iqtisodiy potentsialini belgilab bersa, ikkinchi tomondan, u yoki bu funktsiya doirasida raqobatchilikdagi ustunliklarni realizatsiya qilish uchun shart-sharoitlarni shakllantiradi. Funktsional tipologiyaning klassik modelida (har qanday ancha soddalashtirilgan nazariy modelda bo'lganidek) u yoki bu mintaqa har xil turlarga mansub bo'ladi, masalan, agrar, agrar-industrial, industrial, rekreatsion va b. Bunday soddalashtirilgan tasnif mintaqaviy iqtisodiyotning ayrim yetakchi funktsiyalarini ajratib ko'rsatish imkonini beradi. Bu tasnif asosini avvalam bor funktsional-sohaviy yondoshuv tashkil qilishi mumkinki, bunda iqtisodiy faoliyatning nafaqat ustunlik qiluvchi yo'nalishlari, balki mintaqa uchun ixtisoslashgan (uning ixtisosligini belgilaydigan) yo'nalishlari ham mintaqa tasnifining asosi bo'ladi. Mintaqalar bir-biridan ajralgan holda emas, balki o'zaro munosabatda, yagona iqtisodiy fazoda rivojlanar ekan, ularni tasniflashda (ayniqsa raqobatbardoshlikni parametrizatsiyalash ma'nosida) ayrim g'arb olimlarining (A. Fishera, D. Bella va b.) tadqiqotlarida o'z rivojini topayotgan iqtisodiyotni bir qator sektorlarga ajratishga qaratilgan yo'nalish alohida ahamiyat kasb etmoqda desa ham bo'ladi. Bular: birlamchi sektor (qishloq xo'jaligi, tog'-kon ishi, baliqchilik), ikkilamchi sektor (ishlab chiqaradigan sanoat), uchlamchi sektor (transport, kommunal xo'jalik), to'rtlamchi sektor (savdo, moliya xizmatlari, sug'urta, ko'chmas mulk ustida o'tkaziladigan operatsiyalar), beshlamchi sektor (sog'liqni saqlash, ta'lim, ilmiy tadqiqotlar, davlat boshqaruvi sohasi, dam olish va ko'ngil ochish industriyasi). Bu holda hudud (mintaqa, shahar va h.k.)ning raqobatbardoshligi mintaqaviy shart-sharoitlar va ijtimoiy ishlab chiqarish omillarining (shu jumladan, hududiy- lokalizatsion omilning, ya'ni global iqtisodiyotga mintaqa egallagan joy) yig'indisini ham, boshqa mezoiqtisodiyotlar bilan solishtirganda, ulardan samarali foydalanishni ham o'z ichiga sig'diradigan sintetik hodisa sifatida namoyon bo'ladi. Bunda ushbu omillardan foydalanish deganda, faqat xususiy va korporativ maqsadlarda emas, balki ko'proq butun hududiy umumlashmaning manfaatlarini hisobga olgan holda foydalanish ko'zda tutiladi. Bu bilan bog'liq holda mintaqaviy iqtisodiyot raqobatbardoshligini tadqiq etishda tegishli ko'rsatkichlar (indikatorlar)ning bir butun yig'indisi bilan ish ko'rishga to'g'ri keladi. Raqobatbardoshlik muammosining ushbu jihatiga diqqatni qaratar ekanmiz, unga baho berishda hozirgi zamon iqtisodiyotida anchayin diversifikatsion yondoshuv yuzaga kelganini ta'kidlab o'tmay bo'lmaydi.

<sup>10</sup> Karimov I A. Asosiy vazifamiz vatanimiz taraqqiyoti va halqning farovonligini yanada yuksaltirishdir. T. O'zbekiston, 2010, 59 b.

<sup>23</sup> Портер М. Международная конкуренция. – Москва: Международные отношения, 2005. – 859 с.

M.Porter ham mintaqa raqobatbardoshligini baholashda (bu masala unda mamlakat raqobatbardoshligi kontseptsiyasining o'ziga xos proektsiyasini tashkil etadi) umuman olganda xuddi shunga o'xshash yondoshuvdan kelib chiqadi<sup>12</sup>. Ushbu muallifga ko'ra, mintaqa raqobatbardoshligi – bu mintaqaviy resurslardan, birinchi navbatda, ishchi kuchi va kapitaldan foydalanishning boshqa mintaqalarga nisbatan unumdorligi (mahsuldorligi). Unumdorlik esa yalpi mintaqaviy mahsulot (YaRM)ning aholi jon boshiga miqdori bilan, shuningdek uning dinamikasida belgilanadi.

Raqobatbardoshlikning rivojlanishi quyidagi to'rtta bosqichda amalga oshiriladi:

- ishlab chiqarish omillari asosidagi raqobatchilik;
- investitsiyalar asosidagi raqobatchilik;
- nou-xaular asosidagi raqobatchilik va;
- boyluk asosidagi raqobatchilik.

Dastlabki uchta bosqich iqtisodiy o'sishni ta'minlaydi, oxirgisi esa turg'unlik va inqirozni eltirib chiqaradi.

### **Tayanch so'z va iboralar**

Raqobatbardoshlik. Makroiqtisodiy muhit. Texnologik yangiliklar. Texnologik diffuziyasi. Mamlakatning umumiy infratuzilmasi. Bozor sub'ektlari. Kompaniya strategiyasi va taktikasi. Nou-xaular. Ishchi kuchi va kapitali. Mintaqaning funktsional yo'nalganligi. Mezoiqtisodiyot. Transport-geografik joylashuv. Agroiqlim sharoitlari.

## **MAVZU-5. MILLIY IQTISODIYOT RAQOBATBARDOSHLIGINI BAHOLASHGA NISBATAN USLUBIY YONDASHUVLAR**

---

### **Reja:**

- 5.1. Raqobatbardoshlik darajalari
- 5.2. Tovar raqobatbardoshligini baxolash bosqichlari
- 5.3. Raqobatbardoshlikni shakllantirish va rivojlantirishning M.Porter modeli (milliy romb)

#### **5.1. Raqobatbardoshlik darajalari**

Har qanday mamlakatda ichki bozorda raqobatning mavjudligi bozor xo'jaligi muvaffaqiyatli faoliyat ko'rsatishining asosiy ko'rsatkichi hisoblanadi, jahonning ko'plab mamlakatlarida, shu jumladan, o'tish iqtisodiyotyga ega bo'lgan mamlakatlarda raqobat to'g'risida qonunlarning qabul qilinganligi va mazkur masalalar bilanshug'ullanuvchi milliy tashkilotlarning tashkil etilganligi ushbu holatni tasdiqlab turibdi. Xususan O'zbekistonda Monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirish davlat qo'mitasi (Monopoliyaga qarshi qo'mita) tashkil etilgan bo'lib, uning faoliyati respublika iqtisodiyotida raqobat muhitini yaratish, mulkchilikning turli shakllaridagi korxonalar va firmalar, shu jumladan, mulkchilikning turli shakllaridagi korxonalar va firmalar xo'jalik faoliyatini yuritish uchun teng raqobat imkoniyatlarini barpo etishga yo'naltirilgan.

Milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligi – bu iqtisodiyotning muxim ko'rsatkichlari holatini tashqi parametrlarga nisbatan yalpi baholashni o'zida mujassam etgan qiyosiy tavsif



hisoblanadi, shu sababli milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligi xalqaro raqobatda namoyon bo'ladi.

Iqtisodiyotning raqobatbardoshligi namoyon bo'lishning ko'p darajali shakllariga ega

- tovarning raqobatbardoshligi;
- xodimning raqobatbardoshligi;
- tovar ishlab chiqaruvchisining raqobatbardoshligi;
- tarmoqning raqobatbardoshligi;
- mamlakatning raqobatbardoshligi (yoki milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligi).

Bunda raqobatbardoshlikning barcha darajalari o'rtasida jips ichki va tashqi o'zaro bog'liqlik mavjud. Mamlakat va tarmoqning raqobatbardoshligi pirovardida muayyan tovar ishlab chiqaruvchining raqobatbardosh tovar ishlab chiqarish qobiliyatiga bog'liq. Milliy iqtisodiyotning "Barqaror strategiya, tuzilma va raqobatchilik" sifatida belgilangan raqobat jihatdan ustunligini shakllantirishning eng muxim omilini ko'rib chiqamiz. Demak, mamlakatda kompaniyani tashkil etish va boshqarish tendentsiyalariga ta'sir ko'rsatuvchi ma'lum sharoitlarning mavjudligi ham ichki raqobatning xususiyatini belgilab beradi.

Ta'kidlash joizki, raqobat jihatdan ustunliklarni shakllantirish uchun mehnatga va xodimlarning kasbiy ko'nikmalarini oshirishga shaxsiy qiziqtirish ham muxim rol o'ynaydi. So'nggi o'n yilliklar iqtisodiy amaliyoti shuni isbotlamoqdaki, buyuk iqtidor va qobiliyat sohiblari millat uchun eng katta va ahamiyatli resurs hisoblanadi, chunki mamlakat erishayotgan yutuqlar ko'p jihatdan ushbu iqtidor sohiblari tanlaydigan ta'limning darajasi va xiliga, qaerda ishlashni afzal ko'rishiga, ularning ishlashiga va harakat qilishiga bog'liq.

SHuning uchun mamlakatlar insonlar nuqtai nazaridan nufuzli yoki undan milliy qahramonlar yetishib chiqadigan iqtisodiyfaoliyatni raqobatbardosh qilishga intiladi.

## 5.2. Tovar raqobatbardoshligini baxolash bosqichlari

Tovar raqobatbardoshligini baxolash asosan uch bosqichdan iborat. Bular quyidagilardan iborat:



Birinchi bosqich — bozorni tahlil etish va kiyos tarzida foydalanish uchun eng raqobatbardosh namuna-tovarni tanlash. Namunani tanlash raqobatbardoshlikni tahlil qilishning eng mas'uliyatli vazifalaridan biri hisoblanadi. Bu bosqichda xatolarga yo'l ko'yish jami ish natijalarini yo'kka chiqarishi mumkin. Namuna tahlil qilinadigan tovar mansub bo'lgan tovarlar guruxidan, shu bozorga xos, keng doirada xaridorlar

xurmatini kozongan bo'lishi lozim.

Ikkinchi bosqich - ikkala tovarda kiyoslanadigan tomonlar majmuini belgilash. SHuni ta'kidlash lozimki, bozorga chiqarish muljallanayotgan (loyixalanayotgan) tovar bilan bozorda bo'lgan tovarning parametrlari shunchaki oddiy kiyoslanadigan bo'lsa, raqobatchi tovarlar xaridorlar extiyojlarini kay darajada qondira olishi xamda xaridorlarning kelajakdagi talablariga kay darajada javob bera olishi masalasi e'tibordan chetda koladi. SHu sababli xar kandy loyixa eng mukammal ma'noda

iste'molchilarning ehtiyojlarini aniq-ravshan ifodalashdan boshlanmog'i lozim.

Uchinchi bosqich - tashkiliy parametrlar- yetkazib berish shartlari, yetkazib berishning butligi, kafolat muddatlari, shartlari va boshkalar.

Tovarning iste'mol parametrlari majmuini aniqlash — uning raqobatbardoshligini tahlil qilishdagi eng muxim ish hisoblanadi. SHundan keyin bu parametrlarning ierarxiyasi belgilanadi, bunda istemolchi uchun eng muxim bo'lgan tomonlar birinchi o'ringa ko'yiladi.

### 5.3. Raqobatbardoshlikni shakllantirish va rivojlantirishning M. Porter modeli (milliy romb)

M. Porter kontsepsiyasiga asoslangan zamonaviy model mamlakatning umumiy xususiyatga ega bo'lgan va unda ishlab chiqaruvchilar raqobatlashadigan raqobat muhitini shakllantiruvchi 4 ta xususiyatdan iborat. Ushbu muhit raqobat ustunliklarini shakllantirishga ko'maklashishi ham yoki unga to'sqinlik qilishi ham mumkin.



#### “Омиллар учун шарт-шароитлар” детерминанти

Ishlab chiqarish omillari nazariyasi bo'yicha tovar aylanishining oqimi ishlab chiqarishning mehnat, yer, tabiiy resurslar, sarmoya, infratuzilma kabi omillarini belgilab beradi. Mamlakatda ishlab chiqarish omillarining mavjudligi milliy iqtisodiyotni rivojlantirish uchun hal qiluvchi rol o'ynamaydi. Ishlab chiqarish omillarini shakllantirish va yangilashning tezligi va samaradorligi hamda iqtisodiyotning ma'lum tarmoqlarida qo'llash muhimdir. ijtimoiy ishlab chiqarish jarayonida kishilar bilan tabiat o'rtasidagi bog'lanishni amalga oshiruvchi shaxsiy va texnik-buyumlashgan elementlar tizimidan iborat.

#### Turdosh va qo'llab-quvvatlovchi tarmoqlar deteminanti quyidagiko'rsatkichlar orqali ifodalanadi:

- Mamlakat siyosiy va huquqiy tizimining barqarorligi;
- Insonni rivojlantirishga (ta'lim, sog'liqni saqlash, ijtimoiy ehtiyojlarga) katta qo'yilmalar;
- Axoli hayot kechirishining uzoqligi;
- Ishchi kuchi resurslarining raqobatbardoshligi;
- Mamlakat axolisi ta'lim darajasining yuqoriligi.

#### Tayanch so'z va iboralar

Iqtisodiyotning raqobatbardoshligi. Tovar raqobatbardoshligi. Investitsiyalar asosidagi

raqobatbardoshlik. M. Porter kontseptsiyasi. Zamonaviy modelning to'rt xususiyati. M. Porter modeli (milliy romb). "Omillar uchun shart-sharoitlar" determinanti. Turdosh va qo'llab-quvvatlovchi tarmoqlar determinanti. Ishchi kuchi resurslari.

## **MAVZU-6. MILLIY IQTISODIYOT RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHNING IJTIMOY OMILLARI.**

### **Reja:**

- 6.1. Inson kapitali rivojlanishining nazariy asoslari.
- 6.2. Ishchi kuchi takror ishlab chiqarish xarajatlari tarkibi va ularning samaradorligi.
- 6.3. Ta'lim milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishning omillisifatida.

### **6.1. Inson kapitali rivojlanishining nazariy asoslari**

Davlat siyosati ijtimoiy sohaning ham asosiy yo'nalishlarini, xususan, mehnatning rag'batlantiruvchi omillari, mehnatga xaq to'lashni boshqarish tizimi, mehnatsamaradorligini oshirish va boshqalarni bel-gilaydi. SHu bois mehnat iqtisodiyoti masalalarini, uning nazariy jihatlarini tadqiq etish zarurati mavjuddir. U o'tish iqtisodiyoti xususiyatlarini hisobga olgan holda mehnatning ishlab chiqarishni kengaytirish toifasi sifatidagi mohiyatini tushuntirib beruvchi masalalarni aks ettirishi lozim. Fikrimizcha, bu - inson kapitalini takror barpo qilish nazariyasi, ya'ni mohiyatan iqtisodiy va o'zining shakl-shamoyi-liga ko'ra ijtimoiy nazariyadir.

Insoniy kapitalni takror barpo qilishning zamonaviy kontseptsiyalari erkin raqobat mexanizmini ideallashtirishni tadqid qilish va ma'lum ma'noda A.Marshallning xo'jalik yurituvchi sub'ektlarni sub'ektiv baholashdan, ya'ni mikroiqtisodiy darajadagi tadqiqotlardan kelib chiqadigan tanlash erkinligi kontseptsiyasiga asoslanadi.<sup>1</sup> Bu tanqiddan siyosiy iqtisodda yangi yo'nalish iaydo bo'ldi va "neoklassik" nomini oldi. Uning eng "hosildor" vakillari - M.Fridmen ("Kapitalizm i svoboda", (1962), "Svoboda vmbora", 1979) va boshqalar. J.Mut, R.Lukas, T.Sarjent va N.Uolles yagona mikroiqtisodiy asosni makroiqtisodiy muammolar tahliliga keltirishga, ya'ni "sintez" nazariyasini yaratishga xarakat qildilar. Mazkur nazariyaning markaziy bo'g'ini axborotdan oqilona foydalanish hisobiga o'zgarib turuvchi bozor sharoitlariga tez moslasha oladigan bozor agentlaridir. Buni bugun tadbirkorlik deb ham ataydilar. Agar xar bir tadbirkor bozorning o'zgarishiga moslasha olsa, u xolda mikrodarajada davlat tomonidan boshqarilshn zarurati keskin yo'qoladi va shu tariqa tanlash erkinligi ta'minlanadi. Mazkur nazariyaning zaif tomoni shundan iboratki, u bozor agentlari qobiliyatlarining va ratsional axborotdan foydalanish imkoniyatlarining bir xil emasligini xisobga olmaydi.

SHu munosabat bilan institutsional-sotsiologik yo'nalish paydo bo'lib, mustaqil yo'nalish sifatida jadal rivojlanmoqda. J.R.Kommons, U.K.Mitchell, J.K.Gelbreyt ishlarida "institutlar" tushunchasiga korporatsiyalar, kasaba uyushmalari, davlat va shuningdek iqtisodiy nazariya va uning predmeti chegaralarini keskin oshiruvchi psixologik, huquqiy, axloqiy, texnik va boshqa hodisalar xam kiritilgan. Bu yo'nalish XX asr oxirida "postindustrial", "informatsion", "servis" jamiyat nazariyalari ta'sirida, turli ijtimoiy-iqtisodiy tizimlarning konvergentsiyasi asosida ommaviylashdi.

Institutsionalistlarning fikricha, tadqiqotning bosh ob'ekti har tomonlama kamol topgan shaxs bo'lishi kerak.

Uni tushunish, jamiyat rivojlanishi tendentsiyasini baholash faqat keng ilm-fan bo'yicha tahlil asosida amalga oshirilishi mumkin, bunday tahlil (iqtisodiyotdan tashqari) ijtimoiy psixologiya, sotsiologiya, huquq, siyosatshunoslik va boshqa ijtimoiy fanlarni o'z ichiga olishi lozim.

XX asrning 60-yillari o'rtasida G.Bekker inson xulq-atvoriga shugisodiy yondashgan holda "insoniy kapital" nazariyasi apparatini yaratdi. Iqtisodiy yondashuv deganda individlarning oqilona, eng maqbul xatti-harakati tamoyili nazarda tutiladi. Bunday yondashuv negizida oqilona umidlar gipotezasi yotadi, unga ko'ra inson qarorlar qabul qilishda iqtisodiy maqsadga muvofiqlik tamoyilidan kelib chiqadi, ya'ni eng ko'p foyda, naf keltiradigan qarorlarni qabul qiladi. G.Bekkerga asosan, "insoniy kapital" - bu tug'ma qobiliyatlar va orttirilgan bilimlar, ko'nikmalar va asoslar yig'indisi bo'lib, ulardan maqsadli foydalanish daromadning oshishiga olib keladi (individ, kor-xona yoki jamiyat darajasida).

## 6.2 Ishchi kuchi takror ishlab chiqarish xarajatlari tarkibi vaularning samaradorligi.

Iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida insoniy kapitalni takror yaratish mohiyatini tushunish tomon xarakatga o'tish iqtisodiyoti mamlakatlarida, jumladan, O'zbekistonda sezilmoeda. Bu qator MDH mamla-katlari tajribasini hisobga olgan holda berilgan muammoga nisbatan amaliy fanda qaror topgan nuqtai nazardir. Unga ko'ra, ishchi kuchini takror ishlab chiqarish xarajatlari ikkita manba hisobiga shakllanadi

### 1-jadval

#### Ishchi kuchini takror ishlab chiqarish xag'ajatlari tarkibi

Ishchi kuchini takror yaratish uchun to'liq xarajatlar	
Ishga yollovchilarning ishchi kuchiga xarajatlari,jumladan:	Davlat va mahalliy byudjetning ijtimoiy maqsadlarga xarajati, jumladan:
- mehnatga haq to'lash, jumladan:	- xalq ta'limi,kadrlarni kasbiy
- ishlab berilgan vaqt uchun haq,	tayyorlash;
- ishlanmagan vaqt uchui haq,	- sog'liqni saqlash, jismoniy tarbiya va
- bir martalik rag'batlantiruvchi to'lovlar,	sport;
- ovqatlanish qiymati haqi,	- ijtimoiy ta'minot.yoshlar siyosatini
- xizmatchini uy-joy bilan ta'minlash	amalga oshirish tadbirlari;
ularni ijtimoiy himoya qilish,	- turarjoy-kommunal xo'jaligi;
- kasbiy o'qitish,	- bepul va imtiyozli turar-joy ajratish.
- madaniy-maishiy xizmat ko'rsatish,	
- ishchi kuchi uchun boshqa xarajatlar	
- ishchi kuchidan foydalanishga bog'liq	
solliqlar.	

- ish beruvchilarning ishchi kuchiga xarajatlari, jumladan mexnat haqi, ovqatlanish, turar-joy narxlari, ijtimoiy himoya, Kasbiy o'qitish, madaniy-maishiy xizmatlar ko'rsatish va ishchi kuchidan foydalanishga oid solliqlar;

- davlat va mahalliy byudjetlarning ijtimoiy maqsadlarga xarajatlari, jumladan, xalq ta'limi, kadrlarni kasbiy tayyorlash, sog'liqni saqlash, jismoniy tarbiya va sport, ijtimoiy ta'minot, yoshlar siyosati sohasidagi tadbirlar, turar-joy-kommunal xo'jalik, bepul va imtiyozli turar-joy ajratish va xokazolar.

Afsuski, nazariya nuqtai nazaridan ishchi kuchini takror yaratishga xarajatlarning bu guruxi inson kapitalini takror barpo qilish va oxir-oqibat xar tomonlama kamol topgan shaxsni tarbiyalash muammosini butunligicha hal qilmaydi.

Mehnatga bo'lgan bunday qarashlar tizimi, insoniy kapital ko'rinishlari, aniqrog'i, uni ro'yob qilish shakli sifatida, uni takror barpo qilish xarajatlarini qoplash zarurati bilan uzviy bog'liq. Iqtisodiy tizim uchun bunday manba bo'lib ishchi kuchini takror ishlab chiqarishning ishchi kuchi qiymati chegarasida takror yaratish xarajatlari maydonga chiqadi. Ijtimoiy tizim uchun - bu davlat va jamiyatning shaxs qobiliyatlari yig'indisini, ularni rivojlantirish va ulardan foydalanish sharoitlarini takror yaratish xarajatlardir.

Hozirgi paytda ko'rsatkichlarning quyidagi eng kichik va eng yuqori qiymatlari belgilangan (2-jadval).

### **Insoniy kapital rivojlanishining ijtimoiy ko'rsatkichlari**

<b>Qo'rsatqich</b>	<b>Minimum</b>	<b>Maksimum</b>
Kutilayotgan hayot davomiyligi, yil	25	85
Katta yoshdagi aholining savodxonligi	0	100
O'quvchilarning tegishli yoshdagi aholi sonidagi umumiy ulushi	0	100
Aholi jon boshiga real YaIM, doll.	100	40000 yoki 5448 (diskont.)

### **6.3 Ta'lim milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishningomilli sifatida.**

Ta'lim xizmatlarining shakllantirilishi bozor iqtisodiyoti mamlakatlaridagi muxim sohalardan bi-ridir.

Ta'lim tizimidagi ta'lim xizmatlari bozorini o'zgartirish zarurati muassasalarva- tashkilotlarga sifatli servis xizmatlarini ko'rsatishga qodir bo'lgan turli mutaxassislarga bo'lgan talab va taklifning qaror topganligi bilan izohlanadi. O'z kasbini chu-qur biladigan, keng, har tomonlama gumanitar tayyor-garlikka ega bo'lgan, rivojlangan ijodiy qobiliyat-li, muqobil tafakkurli, mustaqil qaror qabul qila oladigan raqobatbardosh mutaxassislarni tayyorlash zarurati tug'ildi.

O'zbekiston Respublikasi mustaqillik sharoitida eski ta'lim tizimidan voz kechib, uzluksiz ta'limni rivojlantirishning o'z strategiyasini - Kadrlar tayyorlash milliy dasturini ishlab chivdi. Uning mohiyati, ta'tshmnning zamonaviy maqsadlariga muvofiq, shaxsning ijtimoiy zarur faollikka qo'shilishy uchun o'ziga va jamiyatga kerak bo'ladigan qobiliyatlarini rivojlantirish, ta'lim tizimidan tashqarida bili-mini oshirish samaradorligini ta'minlashdir.

Uzluksiz ta'lim O'zbekistonda kadrlar tayyorlash tizimining asosi bo'lib, ta'limning quyidagi turlarini o'z ichiga oladi:

- maktabgacha ta'lim;
- umumiy o'rta ta'lim;
- o'rta maxsus, kasbiy ta'lim;
- oliy ta'lim;
- oliy o'quv yurtidan keyingi ta'lim;
- malaka oshirish va kadrlarni qayta tayyorlash;
- maktabdan tashqari ta'lim.

Tamomila yangi o'rta maxsus o'quv yurtlari - kasb-hunar kollejlari va akademik litseylar tashkil qilindi..

Boloniya deklaratsiyasi (1999 yil iyun), Sorbonna Deklaratsiyasi (1998 yil may) qarorlarini bajarish asnosida Yevropada oliy ta'lim bo'shlig'ini tashkil etish zaruratini belgilaydi. 40 ta mamlakat o'zining oliy ta'lim tizimlari tuzilmalarini isloh qilishdagi faoliyatini muvofiqlashtiradi.

O'zbekiston Respublikasi ta'lim tizimining Boloniya jarayoniga integratsiyalashuvi quyidagilarga yordam beradi:

Birinchi, Boloniya jarayonining maqsadlari-raqobatbardoshlik, moslanuvchanlik, sifat - Kadrlar tayyorlash milliy dasturi manfaatlariga javob beradi.

Ikkinchi, Boloniya jarayoni oliy ta'lim sifati madaniyatining takomillashuviga ta'sir ko'rsatadi. Sifatni attestatsiyalash va nazorat qilishning yanada mukammal tizimini yaratish zarurati tug'ildi.

Uchinchi, O'zbekiston Respublikasi oliy ta'limi tizimi o'z tarkibiga ko'ra tashkil qilinayotgan Yevropa tizimiga o'xshash. Ammo o'qish muddatlarida farq mavjud. O'zbekistonda ikki bosqichli oliy ta'lim 4 + 2 formulasiga muvofiq amal qiladi, Boloniya deklaratsiyasida esa ta'limning qator yo'nalishlari uchun 3 + 2 formula ko'zdatutilgan (bakalavriatda ijtimoiy-iqtisodiy fanlar blokini kamaytirish va ularni fakultativ fanlar turiga o'tkazish hisobiga o'qish-ning me'yoriy muddatlari qisqaradi). To'rtinchi, O'zbekiston Respublikasida talabalar bilimni baholash tizimi EST5 da amal qiladigan tizimga osonlikcha o'zgartirilishi mumkin.

Raqobatbardosh kadrlar tayyorlash strategiyasining negizida sifatni ta'minlashning uchta asosiy tsikllariga kompleks yondashuv yotadi.

Va nihoyat, O'zbekiston Respublikasining ta'lim standartlari xalqaro standartlar asosida ishlab chiqilishi kerak, bu mutaxassislarni tayyorlash sifatiga erishish va uni baholashga yagona yondashuvni ta'minlaydi. Bu raqobatbardosh kadrlarni tayyorlash va intellektual sohada yaqin hamkorlikni tashkil qilishda xalqaro tajribadan foydalanishga yordam beradi.

### **Tayanch so'z va iboralar**

Ishchi kuchi. Takror ishlab chiqarish. Xarajatlar. Ijtimoiy ko'rsatkichlar. Integral baholash. O'zbekistonda kadrlar tayyorlash tizimi. Boloniya jarayoni. Raqobatbardosh kadrlar tayyorlash strategiyasi. Ta'lim standartlari Xalqaro standartlar. Ijtimoiy ta'minot "Postindustrial", "informatsion", "servis" jamiyat nazariyalari. Institutsional-sotsiologik yo'nali

## **MAVZU-7. RAQOBATBARDOSHLIKNI OSHIRISHDA NARX SIYOSATIDAN FOYDALANISH VA NARX SHAKLLANISHINING BOSHQARISH USULLARI.**

---

### **Reja:**

- 7.1. Raqobatning turli ko'rinishlari sharoitida raqobatbardoshlikni oshirishdanarx omilidan foydalanish
- 7.2. Raqobatlik narxlar shakllanishida davlat narx siyosatining o'rni
- 7.3. Narx shakllanishining makro va mikroiqtsodiy shart-sharoitlari
- 7.4. Monopol bozorlarida narx shakllanishini boshqarish usullari

### **7.1. Raqobatning turli ko'rinishlari sharoitida raqobatbardoshlikni oshirishdanarx omilidan foydalanish.**

Globalashuv iqtisodiyotning rivojlanishi uchun ham ijobiy, ham salbiy ahamiyatga ega. Agar mamlakatda raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqarish uchun sharoitlar mavjud bo'lsa, bu holatda mamlakat uchun globalashuv jarayoni foydali hisoblanadi. Agar mahalliy korxonalar qo'shimcha (ustama) qiymatning yuqori ulushiga ega yuqori texnologik mahsulotlar ishlab chiqarsa, vaziyat, ayniqsa, ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Bunda ishchilarning bandligi ortadi, byudjet daromadi ko'payadi,

xom ashyodan oqilona foydalaniladi. Agar



iqtisodiyotda uzoq vaqt davomida ishlab chiqarishning xom ashyoga yo'naltirilganligi bartaraf etilmasa, demak, iqtisodiyotni tartibga solish mexanizmlari kam samarali hisoblana-di. Bunday holatda jamiyat cheklangan resurslarni oddiy tarzda sarflab, kelgusi rivojlanish to'g'risida qayg'urmaydi. Ishlab chiqariladigan tovarlar sifatini oshirish - jamiyatning eng muxim vazifasidir. Mahsulot

sifatini oshirish ko'plab omillarga bog'liq. Birinchidan, yuqori sifatli mahsulot tayyorlash uchun yuqori malakali ishchi kuchlari zarur bo'la-di. Ikkinchidan, korxonada yaxshi, zamonaviy jihozlarga ega bo'lishi kerak. Uchinchidan, raqobatbardosh mahsulotlarning ma'lum miqdoriga ega savdo bozorlariga kira olish uchun yetarli darajada tajribaga ega bo'lish kerak. Bundan tashqari, sifatli mahsulot ishlab chiqarish uchun uzoq muddatli rag'bat (foyda, dividend va boshqalar) zarur. SHuningdek, mamlakatda "sifatga yuqori darajada e'tibor qaratish" muhiti bo'lishi, ya'ni iqtisodiy munosabatlarning xar bir ishtirokchisi mahsulot ishlab chiqarishning har bir bosqichida uning yuqori sifatiga erishishni maqsad qilib qo'ygan bo'lishi shart. Mehnatga sifatli munosabatda bo'lishni insonda yillar davomida qaror toptirish mumkin. SHu sababli, bu vazifalarni tez sur'atlarda bajarib bo'lmaydi, ko'pgina mamlakatlar isloh qilishning dastlabki bosqichlarida, eng avvalo, tovarning raqobatbardosh narxiga eri-shishga harakat qilganlar, mahsulot "sifati" esa raqobatbardoshlikni rivojlantirish jarayonida oshirib boriladi. Narx raqobatbardoshligiga erishishning muximligi, shuningdek, xozirgi zamon dlsiyosida ko'pgina iste'molchilar yuqori sifatli tovarlarni yuqori narxlarda sotib olish uchun yetarli daromadga ega emasliklari bilan ham tushuntiriladi.

Integratsiya jarayonlari kuchaygan sharoitlarda, hatto, nisbatan yuqori raqobatbardosh resurslar ustunliklariga ega davlatlar iqtisodiyoti xam narx raqobati ta'siri ostida juda zaiflashib qoladi.

Ko'pgina rivojlanayotgan mamlakatlar chiqarayotgan tovarlarining narx bo'yicha raqobatbardoshligida ko'p jixatdan mehnatga kam xaq to'lash oqibatida katta muvaffaqiyatlarga erishdilar.

Offshor IT-outsorsingining jadal rivojlanishiga bog'liq ravishda AQSH va Evropada yuqori darajada haq to'lanadigan ish joylarining qisqarishi kuchaydi. Bu mamlakatlar kompaniyalari ish joylarini Hindis-ton, Braziliya, Filippin va Malayziya va boshqa rivojlanayotgan mamlakatlarga ko'chirib, mehnatga haq to'lashda katta mablag'larni tejamovdalar.

Narx raqobatbardoshligining boshqa muxim omili moddiy resurslarning, shu jumladan, energiya manbalarining bahosi hisoblanadi. Energiya manbalari narxining o'sishi jahon narxlarini oshirgan holda ko'pgina mamlakatlar sanoatiga kuchli ta'sir ko'rsatadi. Bu, ayniqsa, juda ko'p elektr energiyasi talab etadigan rangli metallar olish va qayta ishlash sohasida yaqqol ko'zga tashlanadi. Alyuminiy ishlab chiqarishda iste'mol qilinadigan elektr energiyasi bahosi umumiy xarajatlarning 1/3 qismini tashkil etadi. SHu sababli, alyuminiy bozorida raqobatbardoshlikka turli mamlakatlarda nafaqat xom ashyoning mavjudligi, balki elektr energiyasining arzonligi xam o'z ta'sirini ko'rsatadi.

Xalqaro savdoni faollashtirish sharoitlarida boshqa mamlakatlar bozorlariga chiqish uchun ishlab chiqaruvchilar tomonidan narx omilidan foydalanish strategiyasi juda ko'p miqdordagi savdo tortishuvlarini keltirib chiqardi, nisbatan keng tarqalgan ko'rinishi - demping ularning eng muhim ob'ektidir.

## 7.2. Raqobatlik narxlar shakllanishida davlat narx siyosatining o'рни.

Bozor iqtisodiyotida narx shakllanishi qoidalarini belgilovchi eng muxim vositalardan biri, narxni shakllantirish mehanizmi hisoblanadi. JST (Jahon savdo tashkiloti)ga kirish jarayonida O'zbekiston oldida murakkab vazifa turibdi - ishlab chiqarishni maksimal samaradorligiga va raqobat afzalliklariga erishish maqsadlarida chiqim va narxlarni shakllanishga davlatning ta'sir ko'rsatishini saqlagan holda, bozor narxlariga to'liq ravishda o'tish masalasi.

Narx shakllanishini tartibga solishning samarali modeli mahalliy mahsulotlarning raqobatbardoshligini oshirishga yordam ko'rsatishi kerak. Bunda korxonaning sof daromadi ko'lamlari "olib sotarlik omillari" (narxlarni oshirish o'yini)ga emas, balki resurslardan samarali foydalanishga bog'liq bo'lishi kerak. Tabiiy-iqlim, geografik va boshqa xo'jalik sub'ektining faoliyatiga bog'liq bo'lmagan omillarning ishlab chiqariladigan mahsulot tannarxiga ta'sirini narx shakllantirish mexanizmi (renta va boshqa to'lovlar) yordamida turli chegaralarda "tekislab yuborish" zarur. Davlat boshqaruvining yana bir muxim vazifasi, ijtimoiy tovar ishlab chiqaruvchilarini import mahsulotlar bilan bir qatorda, maxalliy korxonalar tovarlariga ham qo'yilishi mumkin bo'lgan demping (asossiz ravishda pasaytirilgan) narxlardan himoya qilishdan iborat. Bu narsani import mahsulotlari bo'yicha asoslangan ravishda "keltiriladigan mollarga ustama narx" (aktsiz yoki boj) joriy etish, maxalliy tovarlar bo'yicha esa - xarajatlar tarkibini shakllantirish qoidalari va alohida xarajatlarning me'yoriy ko'rsatkichlarini o'rnatish, tannarxni kalkulyatsiya qilish tizimini yaxshilash, barcha korxonalar uchun qonun tomonidan tasdiqlangan hamma uchun majburiy bo'lgan mehnatga haq to'lashning eng kam va eng yuqori stavkalarini tasdiqlash orqali amalga oshirish mumkin. Bundan tashqari, narxlar shakllanishining davlat tomonidan tartibga solib turishda konchilik sanoati mahsulotlari, yonilg'i-energetika majmuasi, metallurgiya, shuningdek, monopolistlar tovarlari (xizmatlari) narx (tarif)larining belgilanishi ustidan nazorat qilish ham ko'zda tutiladi. Umuman olganda, narx shakllanishining davlat tomonidan boshqarish tizimi davlatning narx bo'yicha siyosati yo'nalishlari asosida shakllangan bo'lishi lozim



Davlat tomonidan belgilangan qoidalarga asosan, narxlar mahsulotning ishlab chiqarish tannarxi va yalpi daromadni hisobga olgan holda shakllanadi. Bir qator bozorlarda raqobatning yetarli darajada emasligi, ayniqsa, sanoat-texnik ahamiyatdagi mahsulotlar ishlab chiqarish sohalarida, monopolist, odatda, barcha xarajatlarni tannarx tarkibiga, soliq va to'lovlarni esa davr xarajatlariga (elektroenergiya, metallar, paxta tolasi va h.k.) kiritadi. Agar narxlar raqobat rivojlangan bozorlarda shakllansa, u holda narxlar talab va taklif asosida yuzaga keladi.

## 7.3. Narx shakllanishining makro va mikroiqtisodiy shart-sharoitlari.

Bozor iqtisodiyotining muxim talablaridan biri ishlab chiqarilayotgan mahsulotga erkin narx shakllanishidir. Bozor sharoitida korxonalar talab va taklif nisbatidan kelib chiqib mustaqil narx belgilash imkoniga ega bo'ladi. SHu bilan birga, keyinsh yillarda narxlar ishlab chiqarish chiqimlarini ham o'z ichiga olishi zarurligi tobora ko'proq tushunilmoqda. Bunday tendentsiya o'tish iqtisodiyotili mamlakatlarda ham, rivojlangan bozor iqtisodiyotli davlatlarda ham kuzatilmoqda.

O'zbekiston iqtisodiyotining aksariyat tarmoqlarida narxni shakllantirish asosan bozor



tamoyillari asosida amalga oshirilmoqda.

Iqtisodiy nazariya nuqtai nazaridan, sotuvchi tomonidan muayyan darajada rentabellikka erishishni ko'zda tutuvchi narx darajasini asoslangan tarzda shakllantirish sotuv hajmlari va bitta birlik buyumni ishlab chiqarishga sarflangan xarajatlar o'rtasidagi bevosita aloqani tushunib yetishni taqozo etadi. Mahsulot narxi uni ishlab chiqarishga ketgan to'liq xarajatlar (tannarxi)dan yuqori bo'lishi kerak. Deyarli har qanday tovarning tannarxiga hisobga olinishi kerak bo'lgan o'zgaruvchan va doimiy xarajatlar kiradi.

SHunday qilib, mikrodarajada amal qiluvchi narx belgilash mexanizmi raqobat kurashining samarali vositasidir. Ishlab chiqarish chiqimlari dinamikasini tushunib yetish cheklangan sondagi iste'molchilar uchun tovarlar ishlab chiqaradigan korxonalar uchun ahamiyatli bo'lib, ular sifat darajasi va xizmat ko'rsatishga turlicha talab qo'yishlari bilan ajralib turadi. Ishlab chiqarish chiqimlarini o'rganish asosida har bir korxonada tegishli narx strategiyasini amalga oshirishga intiladi.

Narx belgilash va raqobatbardoshlik o'rtasidagi bog'liqlikni nazariy jihatdan ko'rib chiqib, o'tish iqtisodiyoti sharoitida yuzaga keladigan xususiyatlarni tahlil qilib chiqish maqsadga muvofiq. Ma'lumki, ma'muriy-buyruqbozlikdan bozor iqtisodiyotiga o'tish sharoitida ishlab chiqarish sektorining rivojlanishiga to'sqinlik qiluvchi alohida elementlar saqlanib qoladi. O'tish iqtisodiyotining ilk bosqichida sanoat korxonalarining yuqori darajada ixtisoslashuvi va kooperatsiyalanishi ko'pincha bozorlarning monopollashuviga olib keladi. Tabiiy monopoliyalar va monopolist- korxonalar aksariyat hollarda xarajatlarni qoplash muammosini o'z mahsuloti (xizmatlari) narxi va tariflarini oshirish yo'li bilan hal qilishga urinadi. Bozorning monopollashuvi darajasi qanchalik yuqori bo'lsa, xarajatlar va narxlarni oshirish holatlari ham shunchalik ko'pdir. Xom ashyo tarmoqlari korxonalari (TEK, paxta tozalash, metal-lurgiya va hokazo) uchun, ayniqsa, qulay vaziyat yuzaga keladi. Ularning mahsuloti, odatda, har qanday narxlarda ham o'z xaridorini topadi. Texnologik zanjirning har qaysi keyingi bo'g'inida sotish muammosi tobora kuchayib boraveradi. Oxirgi mahsulot (ishlab chiqarish uskunalari, texnologiyalar, xalq iste'moli tovarlari) ishlab chiqaruvchilar ayniqsa, murakkab ahvolda qoladi. Mazkur mahsulotning yuqori narxlari uni sotish imkoniyatlarini sezilarli pasaytiradi. Bundan tashqari, bunday tovarlarni ishlab chiqaruvchilar import qilinayotgan tovarlar bilan doim ham raqobatlasha olmaydilar. Sifatni oshirish uchun bozor kon'yunkturasini o'rganish uchun sarf- xarajatlarni oshirishni, mahsulotning iste'mol ko'rsatkichlarini yaxshilashni talab qiladi. SHuning uchun, tovar ishlab chiqaruvchi asosan narx bo'yicha raqobatni yengishga ko'proq harakat qiladi.

#### **7.4. Monopol bozorlarida narx shakllanishini boshqarish usullari.**

Davlat mustaqilligi yillarida O'zbekiston Respublikasida iqtisodiyotda va narxni shakllantirishda me'yoriy-huquqiy asosni qaror toptirish borasida katta ishlar qilindi. Monopoliyaga qarshi tartibga solish turli qonun va qonunosti hujjatlari asosida amalga oshiriladi.

Narxlarning asoslanganligini baxolash uchun moliyaviy idoralar tomonidan qo'llaniladigan asosiy mezonlar ishlab chiqarish tannarxi va rentabellik darajasining asoslanganligidir. Ishlab chiqarish tan-narxining asoslanganligini ob'ektiv aniqlash maqsadida uning tarkibi qismlarga ajratilib o'rganiladi, u yoki bu xarajatlarning ishlab chiqarish tan-narxiga to'g'ri yoki noto'g'ri kiritilgani aniqlanadi.

Biroq, har qanday sharoitlarda jamiyat maqsadla" rini bekamu-ko'st ta'minlay oladigan shakl - eng kam chiqimlar bilan zarur hajmlarda mahsulot ishlab chiqarish shakli mavjud emas. Odatda, xususiy mulk va davlat nazoratini uyg'unlashtirgan holda samarali narx hosil qilish qoidalarini o'z ichiga oluvchi choralar eng oqilonahisoblanadi.

SHu munosabat bilan, antimonopol boshqaruv samaradorligini oshirish maqsadida davlat narx shakllanishi bo'lishi jarayoniga ta'sir ko'rsatish mexanizmini yaxshilashi lozim. Buning uchun quyidagi tamo-yillarning amalga oshirilidga talab etiladi;

- me'yoriy-maqсадli, tizimli yondashuv asosida monopol mahsulot xarajatlari va rentabelligi darajasini tartibga solishning samarali mexanizmini ishlab chiqish;

- iqtisodiyotning ustuvor tarmoqlarida monopoliyadan chiqarish, xususiylashtirish va raqobat muxitini yaratish jarayonlarini chuqurlashtirish;

- bozorlar axvolidagi doimiy monitoringi yuritishning qimmat tushadigan tizimini yaratish va saqlab turishdan bozor ishtirokchilarining o'zini aksilraqobat harakatlar bo'yicha murojaat etishlarini rag'batlantirishga o'tish.

Monopolistlar faoliyatini davlat tomonidan xuquqiy tartibga solinishining maqsadi monopoliyalar va iste'molchilar manfaatlarini balansini muvofiqlashtirishdan iborat ekanini hisobga olish lozim. Monopoliyaning yuqori iqtisodiy samarasi ularning bo'linib ketishiga yo'l qo'ymaydi, ammo boshqa tomondan ularning nazoratsiz faoliyati katta zarar keltirishi mumkin, shu bois davlat monopolistlar faoliyatini tartibga solishdan chekina olmaydi.

Davlatning ham monopolistlar, ham boshqa xo'jalik sub'ektlari mahsulotlariga narxlarning shakllanishi jarayoniga ta'siri choralari ishlab chiqishda quyidagi uslubiy yondashuvlarni xisobga olish maqsadga muvofiqdir:

1. Qishloq xo'jaligi va sanoat, shuningdek, moddiy ishlab chiqarishning boshqa sohalari mahsulotlarining savdoni shakllantirish maqsadida paritet (xo'jalik hisobi) narxlari asosida narx shakllanishi qoidalarini boshqarish.

2. Iqtisodiyotning real tarmog'idagi barcha xo'jalik yurituvchi sub'ektlar uchun birxil darajada eng maqbul soliq yukini belgilash va soliq imtiyozlari berilishini to'xtatish. Korxonalar tabiiy xomashyo, elektr energiyasi, shuningdek, qator boshqa resurslardan foydalanganda belgilangan me'yorlardan oshib ketgandagina undirishlarning mazkur darajasini ko'tarish mumkin.

3. Jismoniy shaxslar daromadi solig'ining yagona optimal stavkasini belgilash.

4. "Iste'mol xaltasi"ning haqiqiy qiymatidan kelib chiqib ish xaqining minimal soatbay stavkasini tasdiqlash. SHunday qoida qabul qilish kerakki, unga ko'ra korxonalar band xizmatchilarning bir soatlik mehnatiga minimal soatbay stavkadan past haq to'lay olmaydi.

5. Ma'muriy-boshqaruv xodimlari va asosiy ishlab chiqarishdagi ishchilar mehnatiga haq to'lash bo'yicha korxonalar xarajatlari summasi o'rtasidagi chegaraviy nisbatni belgilash.

6. Qazib oluvchi va xom ashyo korxonalari, tabiiy monopoliyalar, monopolist- korxonalar va boshqa ayrim ijtimoiy muxim faoliyat sohalari mahsulotlari narxlari ustidan nazoratni kuchaytirish (narx-larning asossiz oshishiga yo'l qo'ymaslik maqsadida).

7. Renta to'lovlarining o'sishi asosida soliq yukini bosqichma-bosqich oshirish (er osti boyliklari, suv, yer, insoniy kapitaldan foydalanganlik uchun), shuningdek, sof fiskal to'lovlar miqdorini kamaytirish barobarida atrof-muhitni ifloslaydigan moddalarni tashlash uchun to'lovlarni ko'paytirish (QQS, aktsizlar, boj to'lovlari, daromaddan chegirmalar va hokazo).

Monopoliyalarni tartibga solish choralari hamda raqobatbardoshlikni oshirishga yo'naltirilgan boshqa mexanizmlarni ishlab chiqishni davlat narx siyosati talablari va yo'nalishlariga tayangan holda amalga oshirish maqsadga muvofiqdir.

### **Tayanch so'z va iboralar**

Narxning shakllanish xususiyatlari. Mukammal raqobat. Monopoliya. Raqobatli narxlar. Davlat boshqaruvining muxim vazifalari. Eksportning narx raqobatbardoshligi. Narx shakllanishining makro va mikro-iqtisodiy shart-sharoitlari. Raqobatbardoshlik. Mahalliy mahsulot. Maksimal samaradorlik. Raqobat afzalliklari. Offshor.

### Raja:

1. “Barqaror strategiya, tuzilma va raqobatchilik” sifatida belgilangan raqobatjihatdan ustunligini shakllantirishning eng muhim omili
2. Iqtisodiyot raqobatbardoshligini belgilab beruvchi omillar ta’siriga ko’ra bosqichlarga bo’linishi
3. Milliy iqtisodiyotni raqobatbardoshligining xalqaro iqtisodiyotda namoyonbo’lishi

#### **8.1. “Barqaror strategiya, tuzilma va raqobatchilik” sifatida belgilangan raqobat jihatdan ustunligini shakllantirishning eng muhim omili**

Har qanday mamlakatda ichki bozorda raqobatning mavjudligi bozor xo’jaligi muvaffaqiyatli faoliyat ko’rsatishining asosiy ko’rsatkichi hisoblanadi, jahonning ko’plab mamlakatlarida, shu jumladan, o’tish iqtisodiyotyga ega bo’lgan mamlakatlarda raqobat to’g’risida qonunlarning qabul qilinganligi va mazkur masalalar bilanshug’ullanuvchi milliy tashkilotlarning tashkil etilganligi ushbu holatni tasdiqlab turibdi. Xususan O’zbekistonda Monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirish davlat qo’mitasi (Monopoliyaga qarshi qo’mita) tashkil etilgan bo’lib, uning faoliyati respublika iqtisodiyotida raqobat muhitini yaratish, mulkchilikning turli shakllaridagi korxonalar va firmalar, shu jumladan, mulkchilikning turli shakllaridagi korxonalar va firmalar xo’jalik faoliyatini yuritish uchun teng raqobat imkoniyatlarini barpo etishga yo’naltirilgan.

Milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligi – bu iqtisodiyotning muxim ko’rsatkichlari holatini tashqi parametrlarga nisbatan yalii baholashni o’zida mujassam etgan qiyosiy tavsif hisoblanadi, shu sababli milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligi xalqaro raqobatda namoyon bo’ladi.

Iqtisodiyotning raqobatbardoshligi namoyon bo’lishning ko’p darajali shakllariga ega

- tovarning raqobatbardoshligi;
- xodimning raqobatbardoshligi;
- tovar ishlab chiqaruvchisining raqobatbardoshligi;
- tarmoqning raqobatbardoshligi;
- mamlakatning raqobatbardoshligi (yoki milliy iqtisodiyotning

raqobatbardoshligi).

Bunda raqobatbardoshlikning barcha darajalari o’rtasida jips ichki va tashqi o’zaro bog’liqlik mavjud. Mamlakat va tarmoqning raqobatbardoshligi pirovardida muayyan tovar ishlab chiqaruvchining raqobatbardosh tovar ishlab chiqarish qobiliyatiga bog’liq

Raqobatbardoshlikni barpo etish va rivojlantirishning M.Porter kontsepsiyasiga asoslangan zamonaviy modeli mamlakatning umumiy xususiyatga ega bo’lgan va unda ishlab chiqaruvchilar raqobatlashadigan raqobat muhitini shakllantiruvchi to’rtta xususiya-tidaniborat. Ushbu muxit raqobat ustunliklarini shakllantirishga ko’maklashishi ham yoki unga to’sqinlik qilishi ham mumkin.

Mamlakat raqobat ustunliklariga erishishi uchun barcha ushbu determinantlar o’zaro hamkorlik qilishi lozim (M.Porterning ta’riflashicha - milliy romb)<sup>13</sup>.

<sup>13</sup> Porter M. Koyakurentsia.: Per. s angl. - M.: Izdatelskiy dom "Vilyams", 2002. S. 176.

Faqatgina o'zaro hamkorlik qiluvchi va bir-birini kuchaytiruvchi determinantlarning butun tizimi bo'yicha ustunlik milliy iqtisodiyotda milliy ishlab chiqaruvchilarning muvaffaqiyati uchun zamin hisoblangan va undan xorijiy raqobatchilar nusxa ko'chirish yoki uni yo'q qilishi qiyin bo'lgan (yoxud hatto mumkin bo'lmagan) muxitni shakllantiradi.



Mamlakat faqat ishlab chiqarish omillarini shakllantirish uchun foydali bo'lgan ishlab chiqarish tarmoqlarida muvaffaqiyatga erishishi mumkin. Biroq ishlab chiqarishning ortiqcha hajmli omilining mavjud bo'lishi innovatsiya uchun qo'lga kiritilgan raqobat jihatdan ustunlikni shakllantirish uchun asos bo'lishi mumkin, chunki resurslarning etishmasligi ular qiymatining yuqori bo'lishiga olib keladi.

Aynan ushbu holat ishlab chiqarish xarajatlarini pasaytirish maqsadida texnika yangiliklari va innovatsiyalarni joriy etish uchun asos bo'lishi mumkin, buning natijasida kompaniyalar, tarmoqlar va umuman milliy iqtisodiyotning yuqori darajadagi raqobatbardoshligiga erishiladi.

## **8.2. “Barqaror strategiya, tuzilma va raqobatchilik” sifatida belgilangan raqobat jihatdan ustunligini shakllantirishning eng muhim omili**

Milliy iqtisodiyotning "Barqaror strategiya, tuzilma va raqobatchilik" sifatida belgilangan raqobat jihatdan ustunligini shakllantirishning eng muhim omilini ko'rib chiqamiz. Demak, mamlakatda kompaniyani tashkil etish va boshqarish tendentsiyalariga ta'sir ko'rsatuvchi ma'lum sharoitlarning mavjudligi ham ichki raqobatning xususiyatini belgilab beradi.

Ta'kidlash joizki, raqobat jihatdan ustunliklarni shakllantirish uchun mehnatga va xodimlarning kasbiy ko'nikmalarini oshirishga shaxsiy qiziqtirish ham muhim rol o'ynaydi. So'nggi o'n yilliklar iqtisodiy amaliyoti shuni isbotlamodaki, buyuk iqtidor va qobiliyat sohiblari millat uchun eng katta va ahamiyatli resurs hisoblanadi, chunki mamlakat erishayotgan yutuqlar ko'p jihatdan ushbu iqtidor sohiblari tanlaydigan ta'limning darajasi va xiliga, qaerda ishlashni afzal ko'rishiga, ularning ishlashiga va harakat qilishiga bog'liq. SHuning uchun mamlakatlar insonlar nuqtai nazaridan nufuzli yoki undan milliy qahramonlar yetishib chiqadigan iqtisodiy faoliyatni raqobatbardosh qilishga intiladi.

Jahon iqtisodiyotining rivojlanishi turli bosqichlarda iqtisodiyot raqobatbardoshligining turli omillarini dastlabki o'ringa chiqaradi. Iqtisodiyotning u yoki bu tarixiy davrda raqobatbardoshligini belgilab beruvchi u yoki bu omillarning ta'siriga ko'ra quyidagi bosqichlarni ajratish mumkin:

- omillar bosqichi;
- investitsiyalar bosqichi;
- innovatsiyalar bosqichi.

Omillar bosqichida mamlakatning barcha raqobatbardosh tarmoqlari ishlab chiqarishning asosiy omillari: tabiiy resurslar, arzon ishchi kuchi va mamlakatning mavqei va hududi bilan belgilanadigan foydalar hisobidan o'z mavqelariga erishadi.

Raqobat jihatdan ustunliklar omillarning qiymati bilan belgilanadi, bunda texnologik rivojlanish ko'pincha chet eldan xarid qilish yo'li bilan keltirilgan

texnologiyalarga asoslanadi.

Raqobatbardoshlikning yanada yuqori bosqichi - bu investitsiyalar asosidagi raqobatbardoshlik. Ushbu bosqichda mamlakatlarning raqobat jihatdan ustunliklari faol investitsiya siyosatiga asoslanadi. Bunda ham texnologik rivojlanish chetdan keltirilgan texnologiyalarga asoslanadi, biroq bu o'zlashtirish birinchi bosqichdagi kabipassiv hisoblanmaydi. Fir-malar eng yaxshi texnologiyalar, litsenziya, nou-xauga investitsiya qilishadi, bunda texnologiyalar mamlakat ichida doimiy ravishda takomillashib boradi.

### **8.3. Iqtisodiyot raqobatbardoshligini belgilab beruvchi omillar ta'siriga ko'ra bosqichlarga bo'linishi**

Innovatsiyalar bosqichi iqtisodiyot raqobatbardoshligining ichki salohiyati to'liq ishga tushishi bilan tavsiflanadi. Mazkur bosqichda firmalar nafaqat xorijiy texnologiyalarni qo'llashadi va takomillashtiradi, balki o'z texnologiyalarini barpo etishadi. Daromadlarning yuqori bo'lishi, ta'lim darajasining oshishi va jadal ichki raqobat tufayli ichki bozor sig'imli va talabchan bo'ladi. Ushbu bosqichda firmalar global strategiyalarni ishlab chiqishadi va chet elda keng ko'lamli investitsiyalarni amalga oshiradi.

O'zbekiston haqida to'xtaladigan bo'lsak, milliy iqtisodiyot rivojlanishining hozirgi bosqichida biz respublikamiz eksport salohiyatining asosini tashkil etuvchi qiyosiy ustunliklarga egamiz.

SHu o'rinda O'zbekiston ega bo'lgan quyidagi qiyosiy ustunliklarni ajratish mumkin;

1. Kam xarajatlar evaziga qimmatbaho qishloq xo'jaligi ekinlarini yetishtirishni rivojlantirish im-konini beruvchi qulay tabiiy-iqlimiy sharoitlar. O'zbekistonda har yili taxminan 4,5 tonna paxta xom ashyosi tayyorlanadi, undan 1,3 tonna paxta tolasi ish-lab chiqiladi. 30 ming tonnaga yaqin ipak qurti pillasi, 1,5 mln. tonna yuqori sifatli qorako'l terisi va 18 ming tonnadan ortiq qo'pol qo'y yungi tayyorlanadi. Har yili 2,7-3 mln. tonna turli xildagi sabzavot ekin-lari yetishtiriladi.

II. O'zbekistonning tabiiy resurslari, xususan:

a) boy ma'danli xom ashyo bazasi. O'zbekistonda hozirgi vaqtgacha 2,7 mingdan ortiq foydali qazilmalar va minerallar koni aniqlangan bo'lib, ular Mendeleevning butun jadvalini tashkil qiladi. Foydali qazilmalar konlarining umumiy xom ashyo salohiyati 3,3 trillion AQSH dollari qiymatida baholanmoqda. Har yili mamlakat konlaridan taxminan 5,5 mlrd. AQSH dollari qiymatidagi foydali qazilmalar qazib olinadi;

b) O'zbekistonning energetika tarmog'ini rivojlantirishning asosini tashkil etuvchi suv-energetika resurslari, xususan, eng yirik energetika inshootlari CHirchiq- Bo'zsuv o'zanida qurilgan bo'lib, u stantsiyalar soni bo'yicha (19 ta) jahonda dastlabki o'rinlar-dan birini egallaydi. O'zbekiston gidroelektr stantsiyalarida elektr energiyasining quvvatini ishlab chiqish mamlakatda boshqa elektr stantsiyalarida ishlab chiqiladigan elektr energiyasi butun quvvatining 14,5 foizini tashkil qiladi;

v) rekreatsiya resurslari. O'zbekiston tabiati, ayniqsa, tog' massivlarining davolovchi havosi to'laqonli dam olish imkoniyatini beradi. O'zbekiston hududidan tashqarida CHimyon, SHohimardon, Nanay, G'ovasoy, CHortoq, Sitorai-Mozi Xosa kabi salomatlik va dam olish maskanlarimiz mavjud bo'lib, ular landshaft yoki "yashil"

turizmni rivojlantirish imkonini beradi;

III. Boy madaniy-tarixiy meros. Xiva, Buxoro, Termiz va Samarqand shaharlarida 4 mingdan ortiq tarixiy, madaniy va diniy yodgorliklar madaniy va diniy turizmni rivojlantirishning asosi xisoblanadi.

IV. O'zbekistonning qulay geografik holati. Respublika Markaziy Osiyoning tsots markazida joylashgan bo'lib, Qozog'iston, Qirg'iziston, Turkmaniston, Tojikiston va Afg'oniston bilan

chegaradosh. Osiyo qit'asining markazidagi bunday qulay geografik holat mavjud resurs salohiyatini samarali amalga oshirish imkonini berish bilan birga yuklar va energiya tashuvchilarning xalqaro tranzitida faol ishti-rok etish uchun keng imkoniyatlarni ochadi.

V. O'zbekiston aholining tug'ma mehnatsevarlik va tadbirkorlik qobiliyatlari, mutaxassislar ta'lim darajasi va malakasining yuqoriligi, shuningdek, yoshlar va mehnatta yaroqli insonlar ko'pchilikni tashkil etgan va qariyalar salmog'i kam bo'lgan aholining yosh tarkibini o'z ichiga oluvchi katta mehnat resurslariga ega. O'zbekiston aholisining soni 26386,7 ming kishini tashkil qiladi.

Bir mamlakatda qiyosiy va raqobat jihatdan ustunliklarning integratsiyalashuvi uning global iqtisodiy kenglikdaga raqobatbardoshligini kuchaytiradi.

Mamlakatning raqobat jihatdan ustunliklari quyidagilar bo'lishi mumkin:

1) davlat byudjetidan ITTKI (ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlanmalari) uchun katta xarajatlar;

2) insonni rivojlantirishga (ta'lim, sog'liqni saqlash, ijtimoiy ehtiyojlarga) katta qo'yilmalar;

3) mamlakat siyosiy va huquqiy tizimining barqarorligi;

4) aholi jon boshiga to'g'ri keladigan YaIM ulushi;

5) aholi hayot kechirishining uzoqligi;

6) resurslardan foydalanishning yuqori samaradorligi;

7) optimal eksport;

8) past inflyatsiya;

9) raqobatbardosh firmalarning katta ulushi;

10) mehnat resurslarining raqobatbardoshligi;

11) moliyaviy tizimning qayishqoqligi;

12) ichki bozorning o'zgaruvchanligi;

13) me'yordan ortiq davlat qarzlarning mavjud emasligi;

14) mamlakat aholisi ta'lim darajasining yuqoriligi;

15) faoliyatning barcha sohalarida bilimlar asosidagi kuchli raqobat; 16) mamlakatning ochiqqligi, xalqaro integratsiya va kooperatsiyalashning yuqori darajasi;

17) bozorlar va mintaqalar infratuzilmasining yuqori sifati;

18) past soliq va bojxona stavkalari;

19) mamlakatda biznesning yuqori madaniyati. Agar O'zbekistonning raqobat jihatdan ustunliklarini tahlil qiladigan bo'lsak, quyidagilarni alohida ajratish mumkin: 1) mamlakat siyosiy va huquqiy tizimining barqarorligi; 2) insonni rivojlantirishga (ta'lim, sog'liqni saqlash, ijtimoiy ehtiyojlarga) katta qo'yilmalar;

3) aholi hayot kechirishining uzoqligi; 4) mehnat resurslarining raqobatbardoshligi; 5) mamlakat aholisi ta'lim darajasining yuqoriligi.

### **Tayanch so'z va iboralar**

“Barqaror strategiya, tuzilma va raqobatchilik”. Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligi. Klasterlarni shakllantirish. Raqobatbardoshlikni baholashning tabaqalashuvi. (“The Global Somretitiveness Rerogt”). Jahon Iqtisodiy Forumi (JIF)ning mamlakatlar raqobatbardoshligini baxolash metodikasi. Optimal eksport. Xalqaro integratsiya va kooperatsiya. Davlat byudjeti.

**Reja:**

- 9.1. Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini davlat tomonidan tartiblashni sababalari
- 9.2. Klasterlarni shakllantirish – iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirishning muhim omili.
- 9.3. O'zbekistonda paxta majmuining tarkibi va takomillashtirish yo'nalishlari
- 9.4. Raqobatbardoshlikni baholashning tabaqalashuvi

**9.1 Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini davlat tomonidan tartiblashni sababalari**

Davlatning asosiy vazifasi - resurslardan foydalanish samaradorligiga, shuningdek, davlat boshqa-ruvining samaradorligiga erishishdan iborat. SHuning uchun iqtisodiyot fani doirasida ushbu muxim va ko'p qirrali muammoga bag'ishlangan tadqiqotlar doimiy ravishda olib boriladi.

Sog'lom raqobat muxitini shakllantirishning davlat tomonidan tartibga solinishi respublika bozorlarida raqobatni rivojlantirish uchun zarur tashkiliy- huquqiy va iqtisodiy sharoitlarni yaratish, bozorlarning monopollashtirishga urinishlarga yo'l qo'ymaslik, bozor iqtisodiyoti talablariga javob beruvchi monopoliyaga qarshi tartibga solish mexanizm-larini takomillashtirish, shuningdek, iste'molchilar huquqlarini himoyalash chora-tadbirlarini o'z ichiga oladi.

Davlatning iqtisodiyotdagi roli "uning funktsiyalarida muayyanlashadi. Davlatning o'tish iqtisodiyotidagi barcha funktsiyalari bozor munosabatlarini shakllantirish va rivojlantirish bilan bog'liq. Ushbu bog'liqlikning xususiyatiga qarab davlatning tartibga soluvchi funktsiyalarining ikkita guruxini ajratish mumkin. Birinchidan, bu bozorning samarali faoliyat ko'rsatishi uchun shart-sharoitlar yaratish funktsiyasi. Ikkinchidan, bu bozorning o'z tartibga soluvchilarini ta'sirini to'ldirish va unga tuzatishlar kiritish.

Birinchi guruxga bozor xo'jaligi faoliyat ko'rsatishining huquqiy bazasini ta'minlash funktsiyasi hamda bozor muxitida asosiy harakatlantiruvchi kuch sifatida raqobatni rag'batlantirish va himoyalash funktsiyasi kiradi.

Ikkinchi guruxga esa daromadlarni qayta taqsimlash, resurslarni taqsimlashga tuzatishlar kiritish, iqtisodiy barqarorlikni ta'minlash va iqtisodiy o'sishni rag'batlantirish funktsiyalari kiradi.

Hozirgi zamonda davlat-milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirish siyosati bilan shug'ullanishi mumkin va lozim bo'lgan yagona institutdir. Har yillik Jahon iqtisodiy forumi (Davos) tomonidan 161 ta asosiy ko'rsatkich bo'yicha raqobatbardoshlikning integral indeksi iyatlab chiqilgan bo'lib, quyidagi sakkizta blok bo'yicha guro'xlangan: ochiq-lik, davlat (davlat siyosatining samaradorligi), moliya, infratuzilma, texnologiya, boshqaruv, mehnat va institutlar.

Jahon iqtisodiy forumining ma'lumotlariga asoslangan hisob-kitoblar shuni ko'rsatmoqdaki, tadbirkorlik muxitining omillari umuman mamlakatlar bo'yicha iqtisodiy o'sish dinamikasiga eng katta ta'sir ko'rsatdi (60 foiz)<sup>1</sup>.

Tadbirkorlik muxiti tomonidan raqobatbardoshlikning eng muxim omillari bo'lib quyidagilar hisoblanadi: ichki bozorda raqobatning jadalligi, axborot infratuzilmasining rivojlanishi, talab xususiyat-larining murakkablashuvi va ichki taklifning miqdor va sifat bo'yicha talabga mosligi.

Raqobatbardoshlik ko'rsatkichlari va bozor institutlarini shakllantirish hamda rivojlantirish jarayonlari bo'yicha orqada qolish O'zbekistonda ham kuzatilmoqda. Bunga barham berishda innovatsion tad-birkorlikni tashkil etish va rivojlantirishga davlat tomonidan ko'rsatiladigan ko'mak asosiy rol ni o'ynashi mumkin.

Sarmoyaning yetishmasligi muammosini xal etish uchun samarali fond bozorini Milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshi-rish vazifalarini hal etish uchun uzoq muddatli rejada, jahon tajribasi ko'rsatib to'rganidek, kadrlarni tayyorlash va ular malakasini oshirishga, bi-limlarni baham ko'rish va ITTKIning qo'llab- quvvatlashga hamda infratuzilmani rivojlantirishga in-vestitsiyalar davlat tomonidan tartibga solishning eng samarali choralari hisoblanadi.

## **9.2 Klasterlarni shakllantirish – iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirishning muhim omili.**

Milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligini ko'rib chiqish milliy iqtisodiy siyosatning iqtisodiyotda ro'y berayotgan jarayonlarga ta'siri ostida bo'ldi. Agar hozirgi vaqtda jahon iqtisodiyoti rivojlanayotgan shart-sharoitlar - globallashtirish jarayonlari, transmilliy kompaniyalar sonining o'sishi va ular faoliyati sohalarining kengayishi hisobga olinsa, joylashgan joy omilini hisobga olgan holda iqtisodiyotning raqobatbardoshligini rivojlantirish masalalari dastlabki o'ringa chiqadi.

M.Porterning milliy, davlat va mahalliy raqobatbardoshlik nazariyasiklasterlarga asosiy o'rinni beradi.

Klasterlar - bu geografik belgi bo'yicha jamlangan, o'zaro raqobat qiluvchi, lekin birgalikda faoliyat yurituvchi ma'lum tarmoqlardagi o'zaro bog'liq kompaniyalar, ixtisoslashgan yetkazib beruvchilar, xizmat ko'rsatuvchilar, tegishli tarmoqlardagi firmalar hamda ular faoliyati bilan bog'liq tashkilotlar (masalan, standartlashtirish bo'yicha universitetlar, agentliklar xamda savdo birlashmalari) guruxi<sup>1</sup>.

Yuqorida ta'kidlanganidek, raqobat kurashida klasterlarga asosiy beriladi, chunki ular bozor iqtisodiyotining boshqa institutlari, xususan hukumat, universitetlar, kompaniyalar samaradorligini oshirish imkonini beradi. "Klasterlar davlat siyosatini tushunishning yangi va qo'shimcha usulini o'zida namoyon etadi. Ayrim mintaqada klasterlar holatini tushunish klasterlar yqtisodiyoy ishplab chiqarish salohiyatining ichki xususiyatlarini hamda ularning kelajakdagi rivojlanishi uchun mavjud bo'lgan cheklovlarni ko'rishni ta'minlaydi"<sup>14</sup>.

O'zbekistonda hozirgi vaqtda tarmoqlar klasterlari rivojlanmagan. Raqobatbardosh tarmoqlarda klasterlarning mavjud bo'lmasligi respublikaning milliy ustunligi uchun zaiflik alomati hisoblanadi. Qo'llab-quvvatlovchi ishlab chiqarishlarning mavjud emasligi O'zbekiston korxonalariga hatto ular jahondagi texnologik yangilanish bilan birgalikda harakatlanishiga umid qilish imkonini ham bermaydi.

Klasterlarni shakllantirish - bu bir-birining raqobatbardoshligini oshirishga o'zaro ko'maklashuvchi uzviy bog'langan firmalar, tarmoqlar birlashmalarini shakllantirish jarayoni. Davlatning butun iqtisodiyoti uchun klasterlar ychki bozorning o'sish nuqtalari va xalqaro iqtisodiyot bazasi rolini bajaradi.

O'zbekiston milliy iqtisodiyotini tashkil etishning Klaster shakli)ko'zlangan maqsadlarni amalga oshirkshga tarmoqlar o'rtasidagi muxim o'zaro bog'liqliklarni aniqlash imkonini bergan bo'lar edi. Bu milliy iqtisodiyotni tarkiblash masalasiga nisbatan mutlaqo yangicha yondashuv bo'lib, (yangi g'oyalarni tuzishga qodir bo'lgan kadrlarni tayyorlash, sifatli butlovchi qismlar va xomashyoni tayyorlash yoki xarid qilishdan tortib to yakuniy mahsulotni ishlab chiqarish va sotishgacha) raqobatbardosh mahsulotni barpo etish bo'yicha tizimli boshqaruvni amalga oshirish imkonini beradi.

---

<sup>1</sup> Porter M.E. Konkurentsia.: Per. s angl. - M: Izdat. dom "Vil-yams", 2002. S. 207.

14 O'sha yerda. 275-bet.



### 9.3 O'zbekistonda paxta majmuining tarkibi va takomillashtirish yo'nalishlari

Respublikamiz paxta majmuini rivojlantirish va uning raqobatbardoshligini oshirish vazifasi nafaqat tarmoqlar ishlab chiqarish bazasini asta-sekin yangilash va modernizatsiya qilishdan, balki yangi ishlab chiqarishlarni tashkil etish va innovatsiya tadbirkorlik loyihalar amalga oshirilishini rag'batlantirishdan iborat, bu jahon moliyaviy va texnologik resurslaridan foydalanish imkoniyatini ta'minlaydi.

Respublikamiz sharoitida mazkur vazifalarni tayyor mahsulot eksport yetkazib berish hajmini kengaytirish va ularning yalpi ichki mahsulotdagi ulushini oshirish hisobidan hal etish mumkin, chunki jahon bozorlarida xom ashyo tovarlarining narxlari pasayish tendentsiyasiga ega. SHuning uchun ushbu holatda mamlakat eksportining umumiy hajmida paxta xom ashyosi-ni yetkazib berishga qaraganda tayyor mahsulot ulushini oshirish maqsadga muvofiqdir. Ekspertlar baholariga ko'ra paxta xom ashyosi birligidan olingan bir tayyor mahsulot birligi eksportdan tushumlarni 20 marta oshiradi, ya'ni tayyor mahsulotning qo'shilgan qiymati xom ashyo qiymatidan 20 marta ko'p. SHuning uchun hozirgi vaqtda respublika iqtisodiyotini rivojlantirishning asosiy yo'nalishlaridan biri paxta majmuining iqtisodiy salohiyatini saqlab qolish va kengaytirishdan iborat. Respublika paxta majmuida ishlab chiqarish samaradorligini oshirish uchun mamlakatimizda iqtisodiyot davlat tomonidan tartibga solinishi zarur, bu mazkur majmua tarmoqlari uchun qulay shart-sharoit yaratadi, xususan:

1) milliy xo'jalikda samarali rag'batlantiruvchi iqtisodiy siyosatni amalga oshirish, xorijiy va ichki investitsiyalarni jalb qilish imkonini berish barqaror makroiqtisodiy kon'yunkturani qo'llab-quvvatlash, bu ichki iste'mol talabini qondirish imkonini beradi va sarmoyaning tez aylanishiga, uning asosida esa ishlab chiqarishni kengaytirishga imkoniyat yaratadi;

2) samarali raqobat xisobidan eksport hajmini tezda oshirishga qodir bo'lgan xususiy sarmoya ishtirokini rag'batlantirish, aktsiyadorlik jamiyatlari va boshqa korxonalarda davlatning ulushini qisqartirish yo'li bilan davlatning xo'jalik faoliyatiga aralashuvini kamaytirish;

3) tashqi savdodan keladigan daromadni davlat va ishlab chiqaruvchilar o'rtasida taqsimlash tizimini ishlab chiqaruvchilarni eksportga yo'naltirilgan mahsulotni ishlab chiqarishni kengaytirishga rag'batlantirish tomonga o'zgartirish. Masalan, qishloq xo'jaligidan daromadni undirishning hozirgi tizimi mazkur tarmoqning rivojlanishiga to'sqinlik qilmoqda, bu qishloq joylarida daromadlarning pasayishiga olib keladi (respublikamiz aholisining taxminan 60 foizi aynan qishloqda yashaydi). O'z navbatida, bunday vaziyat yengil, kimyo sanoati va qishloq xo'jaligi mashinasozligi tarmoqlari mahsulotlariga nisbatan katta va barqaror talabni shakllantirish imkonini bermaydi, ushbu mahsulotlarni ishlab chiqarishda respublikamiz qiyosiy ustunliklarga ega;

4) aholi omonatlarini bank tizimiga jalb qilish hisobidan tarmoqlarni moliyalash uchun kredit bozorining samarali ishlashini ta'minlash;

5) tayyor mahsulot eksportchilariga o'ziga xos xususiyatli xizmatlarni ko'rsatuvchi, jahon bozori kon'yunkturasi haqidagi axborotni taqdim etuvchi ixtisoslashgan korxonalar faoliyatini yaxshilash hisobidan paxta majmuida ishlab chiqaruvchilarni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashni kuchaytirish, potentsial bozorlar va sheriklar marketing tadqiqotlarini o'tkazish va h.k.

6) ishlab chiqarishni modernizatsiya qilishni rag'batlantirish, innovatsiyalar va fantexnika taraqqiyoti yutuqlarini joriy etish, chunki tarmoqlar texnologik darajasi va ishlab chiqarish bazasining jahon darajasidan ortda qolishi mamlakatning raqobat jihatdan ustunliklari yo'qotilishiga olib kelishi mumkin;

7) iqtisodiyotda raqobat muxitini shakllantirish va rivojlantirish maqsadida institutsional

o'zgarishlarni kuchaytirish, xususan: biznesning o'zini o'zi tashkil etishini rag'batlantirish; monopoliyalar va monopol birlashmalar tashkil etilishi ustidan samarali nazoratni amalga oshirish; kichik va o'rta biznesni rag'batlantirish va qo'llab-quvvatlash. Yuqorida ta'kidlanganidek, paxta majmui mamlakat yalpi ichki mahsulotida katta ulushga ega, lekin shunga qaramay uning o'sish sur'atlari ehtiyojlar va imkoniyatlardan sezilarli darajada ortda qolmoqda. SHuning uchun paxta majmuini yanada rivojlantirish, uning iqtisodiyotga qo'shadigan ulushini oshirish respublikani iqtisodiy o'stirishning asosiy manbala-ridan biri hisoblanadi.

#### **9.4 Raqobatbardoshlikni baholashning tabaqalashuvi**

Mamlakatning raqobatbardoshligini baxolash. Mamlakatning raqobatbardoshligi erkin va halol raqobat sharoitida mamlakatning jahon bozori talablarini qondiruvchi tovarlarni ishlab chiqarish va xizmatlar ko'rsatish qobiliyati sifatida ta'riflash mumkin.

Mamlakatning raqobatbardoshlik ko'rsatkichi, birinchi galda mamlakatning jaxon bozoridagi mavqeini tavsiflovchi, shuningdek, tovar va tovar ishlab chiqaruvchining hamda tarmoqning raqobatbardoshligini birlashtiruvchi umumiy ko'rsatkich hisoblanadi. Tarixan mamlakatlarning raqobatbardoshligiga kontseptsiyasi milliy iqtisodiyotning xalqaro mehnat taqsimoti va xar bir mamlakatning xalqaro savdodagi rolini asoslab beruvchi qiyosiy ustunliklari (arzon mehnat, boy tabiiy resurslar, qulay jug'rofiy, iqlim, infratuzilma omillari va h.k.) nazariyasiga asoslangan.

Mamlakatlararo raqobatbardoshlik sohasida olib borilgan ilmiy tadqiqotlarda Jahon iqtisodiy forumining raqobatbardoshlik bo'yicha har yillik ma'ruzalarida chop etiladigan ishlanmalari ajralib turadi ("The S1oba1 Somretitiveness Rerogt"). Jahon Iqtisodiy Forumi (JIF)ning mamlakatlar raqobatbardoshligini baxolash metodikasi amaliyotda keng qo'llanidadigan metodikalardan biri bo'lib, u 12 ta bo'lim bo'yicha guruxlashgan 188 ta ko'rsatkichga asoslanadi. bu yerda  $K_{cmp}$  - mamlakat raqobatbardoshligi ko'rsatkichi, birlik ulushi;  $b_i$  - raqobatbardoshlikning i-omili ko'rsatkichi, birlik ulushi;  $P_{cmpi}$  - mamlakat i- omilining absolyut qiymati;  $P_{cmp}$  - mamlakatning unga intilishi lozim bo'lgan i- omilining me'yoriy (rejali) qiymati.

SHunday qilib, mamlakatning raqobatbardoshligini raqobatbardoshlikning eng muhim omillarini hisobga olgan holda hisoblab chiqish mumkin - bu, birinchidan. Ikkinchidan, mazkur formulada mamlakatda raqobatbardoshlikning real holati hisobga olingan va u me'yor bilan, ya'ni jahondagi eng yaxshi ko'rsatkich bilan taqqoslanadi.

Mamlakat raqobatbardoshligi omillari (ko'rsatkichlari)ning tahlili milliy iqtisodiyotlar rivojlanishning jaxon tendentsiyalaridan kelib chiqqan holda ular ichidan mamlakat iqtisodiyotining rivojlanishiga va uning raqobatbardoshligini oshirishga katta ta'sir ko'rsatuvchi asosiylarini aniqlash imkonini beradi, xususan, inson salohiyatini rivojlantirish (ta'lim, sog'liqni saqlash, ijtimoiy soha), fan- texnika inqilobi, innovatsiyalarni rivojlantirish va h.k.

#### **Tayanch so'z va iboralar**

Iqtisodiy o'sish dinamikasi. Klasterlar. Geografik belgi. Ta'lim. Sog'liqni saqlash. Ijtimoiy soha. Tarmoqlar klasterlari. Jaxon tendentsiyalari. Aholi omonatlari. Bank tizimi. Potensial bozorlar. marketing tadqiqotlari. Xorijiy va ichki investitsiyalar. daromadlarni qayta taqsimlash.

## MAVZU-10. RAQOBATNING INNOVATSIYALARNI TADBIQ ETISH STRATEGIYASI

### Reja:

- 10.1. Davlat investitsiya siyosatining milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishdagi roli.
- 10.2. Iqtisodiyotning real sektori tarmoqlarida raqobat muhitini shallantirishning innovatsion omillari.
- 10.3. Raqobatning kuchayishi sharoitida mintaqalarni rivojlantirishning investitsiyaviy-innovatsion strategiyasi.

#### 10.1. Davlat investitsiya siyosatining milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishdagi roli.

O'zbekiston o'z iqtisodiy siyosatini yuritishda bozor munosabatlariga o'tishning o'z modelini tanlagan bo'lib, u davlat tomonidan muvofiqlashtirib turiladigan ijtimoiy yo'naltirilgan xo'jalikdan iborat.

Davlat investitsiya siyosatining bosh maqsadi xo'jalik sub'ektlarining manfaatdorligini oshirish, moliyalashtirish manbalari tuzilmasini takomillashtirish, xorijiy sheriklar bilan birga qo'shma korxonalar tashkil qilish va hokazolar asosida mamlakatning investitsiya salohiyatini oshirish va undan samarali foydalanishni ta'minlashdir. U, birinchi navbatda, investitsiya jarayonlarini davlat tomonidan boshqarilishi va qo'llab-quvvatlanishining ta'sirchan tizimini shakllantirish orqali respublika iqtisodiy mustaqilligining moddiy-texnikaviy bazasini mustahkamlashga ko'maklashishi darkor. SHu munosabat bilan investitsiya siyosati xam mahalliy, xam xorijiy sarmoyadorlarning xo'jalyk faoliyatini yuritish uchun qulay sharoit yaratishi kerak. Bunda korxonalar va aholining investitsiya faolligini rag'batlantirishga, respublika iqtisodiyotiga xorijiy kapitalni keng jalb qilishga muxim ahamiyat qaratilmovda.

Investitsiya siyosatini shakllantirishda ishlab chiqarish kuchlari va ishlab chiqarish munosabatlari rivojlanishining xususiyatlari va darajasini, jamiyatning birinchi navbatdagi vazifalari va davlatning real iqtisodiy imkoniyatlarini hisobga olish zarur.

Davlatning investitsiya siyosati O'zbekistonda islohotlarning ilk bosqichida iqtisodiyotni chuqur tarkibiy o'zgartirishga, tarmoqlarga va ishlab chiqarishga kapital kiritmalar tuzilmasini o'zgartirishga yo'naltirilgan edk. SHu maqsadda Davlat investitsiya dasturlari ishlab chiqildi va joriy etildi. Ushbu dasturlarga kiritilgan loyihalarning amalga oshirilishi iqtisodiy rivojlanish sur'atlarini barqarorlashtirish va ularning islohotlardan oldingi darajasini asta-sekin tiklashga yordam berdi.

So'nggi yillarda olib borilgan investitsiya siyosati mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy va strategik maqsadlarini belgilash, O'zbekistonning xalqaro iqtisodiy hamjamiyatdagi roli va o'rnini aniqlash imkonini berdi. SHulardan kelib chiqib aytish mumkinki, ayni paytdagi investitsiya siyosatining makrodarajadagi bosh maqsadi qayta ishlab chiqarish jarayonlarini takomillashtirish, mamlakat moddiy-texnikaviy bazasini mustahkamlash, uning iqtisodiy salohiyatini yuk-saltirish, umumiy iqtisodiy taraqqiyotga erishish (yalpi ichki mahsulot, yalpi ichki mahsulot hajmining ushish, yangi ish joylari sonini ko'paytirish, kiritilgan mablag'lar samaradorligini oshirish)ga qaratilgan investitsiya jarayonlarini davlat tomonidan tartibga solinishi va qo'llab-quvvatlanishining ta'sirchan tizimini yaratishdir. Mikrodarajada u xo'jalik sub'ektlari tomonidan foyda (daromad) olinishi maqsadiga bo'ysundiriladi.

Iqtisodiy o'zgarishlar yillarida elektroenergetika, neft-gaz majmuasi, metallurgiya, kimyo, neftni qayta ishlash tarmoqlari, yengil va oziq-ovqat sanoati korxonalarini modernizatsiyalash va texnik qayta jixozlash dasturlari bosqichma-bosqich amalga oshirildi.

Mikroiqtisodiy darajada ishlab chiqarish jarayonlarining faollashuvi, korxonalar moliyaviy axvolining barqarorlashuvi kuzatildi, natijada ushbu korxonalarining o'z mablag'larini jamg'arish imkoniyati paydo bo'ldi. Bu, o'z navbatida, ichki investitsiya faoliyati doirasining kengayishiga, ham yangi qurilish ob'ektlariga, ham amaldagi ishlab chiqarish tizimini yangilashga, kapital quyilmalar

hajmlarining ortishiga yordam berdi.

Hozirgi paytda xorijiy investitsiyalar O'zbekiston uchun, birinchi navbatda, qayta ishlovchi tarmoqlardagi aksariyat sanoat korxonalarining texnik va texnologik qoloqligini yengish; sanoat sohasida moddiy va energetik resurslar sarfini qisqartirish maqsadida moddiy-xomashyo resurslaridan kompleks va tejamkorlik bilan foydalanishni ta'minlash; mahsulotning yuqori texnologik turlari ulushini sezilarli ko'paytirish va sanoat ishlab chiqarishining eksport imkoniyatlarini kengaytirish uchun zarur.

## **10.2 Iqtisodiyotning real sektori tarmoqlarida raqobat muhitinivallantirishning innovatsion omillari.**

Milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirish innovatsiyaviy jarayonlarni faollashtirish bilan uzviy bog'liq.

Raqobatbardoshlikka erishishning zamonaviy modellari iqtisodiyotni rivojlantirishning umumiy tusharga ega va raqobat muxitini shakllantirish xususiyatlaridan iborat. Bu omillar quyidagilar: ishlab chiqarishning sifat nuqtai nazaridan ahvoli va uning samaradorligi; xodimlarning ilmiy salohiyati, malakasi, ilmiy-texnik yutuqlari; asosiy raqobatbardosh tarmoqlarda turdosh va xizmat ko'rsatuvchi kichik tarmoqlar ahvoli; talab shartlari; korxonalar strategiyasi va tarkibi.

Raqobat muhitini shakllantirish uchun mahalliy mahsulotlarning ichki bozorda xam, tashqi bozorda ham yuqori raqobatbardoshligini saqlash maqsadida quyidagi vazifalarni yechish maqsadga muvofiq: barcha tovar ishlab chiqaruvchilar uchun ichki bozordateng raqobat imkoniyatlarini yaratish hamda milliy ishlab chiqaruvchilarni tashqi bozorlarda qo'llab-quvvatlash. Iqtisodiy taraqqiyotning bugungi bosqichida davlat milliy manfaatlardan kelib chiqadigan va jahondagi vaziyatni hisobga oladigan uzoq muddatli raqobat siyosatini ishlab chiqishi lozim.

So'nggi yillarda O'zbekistonda innovatsiya tsiklini markazlashtirmasdan tashkil qilishning yangi shakl va usullari paydo bo'lmoqda. Yangi bo'g'inlar yuzaga kelishining jadal jarayoni kechmoqda, uning asosiy vazifasi injiniring va joriy ishlarini bajarishdir. Yangiliklarni kiritishga "tadbirkorlaracha" yondashuv tobora keng tarqalib bormoqdaki, bunda kashfiyotchi yangiliklarni ishlab chiqish va joriy qilish bo'yicha ishlarning rahbariga aylanmoqda. Oxirgi mahsulotning raqobatbardoshligini yanada kengroq ta'minlashning zarursharti innovatsiya faoliyatini boshqarishni, aqliy faoliyat natijasini xalqaro bozordagi keskin raqobatga dosh bera oladigan tovar darajasigacha olib chiqish mexanizmini ta-komillashtirishdan iborat.

Ilmiy-texnikaviy va ilmiy-ishlab chiqarish birlashmalari, ilmiy-sanoat uyushmalari va boshqa yirik markazlarning O'zbekistondagi faoliyati samaradorligi ularqoshida kichik ilmiy-ishlab chiqarish korxonalarini tashkil qilish yo'li bilan oshirilishi mumkin, ularning asosiy vazifasi ilmiy ishlanmalar va ixtirolarning keng ko'lamliligini ta'minlashdir.

O'zbekiston sharoitida innovatsion korxonalarining muvaffaqiyatli faoliyatini ta'minlash ishida quyidagi vazifalarni hal qilish katta ahamiyat kasb etadi:

- asosan maahalliy menejrlarning malakasiga bog'liq bo'lgan, yangiliklarni izlash va o'zlashtirishga moyil muxitni yaratish;

- butun innovatsiya faoliyatining iste'molchi ehtiyojlariga bo'ysundirilishi;

- "tadqiqot - ishlab chiqarish - sotish" jarayonini tezlashtirish maqsadida boshqarmada darajalar sonini qisqartirish;

- yangiliklarni ishlab chiqish va joriy etish muddatlarini qisqartirish.

Innovatsiya muxitining bugungi axvoli qisqa muddatlarda mahalliy biznesning innovatsion yo'nalganligining yuqori darajasiga erishishga imkon bermaydi. SHu bois, uni rivojlantirish davlatning turli yo'nalishlardash sa'yharakatini taqozo etadi. Jamiyatning innovatsion rivojlantirishga o'tishni yangi tovarlarni o'zlashtirishda standartlashtirish va sertifikatlashning buyruqbozlik qonun-qoidalari, yangi ishlab chiqarishlarni joriy etish bo'yicha texnik xizmatlarga idoraviy monopoliya to'sqinlik qiladi.

Bir vaqtning o'zida innovatsiya faoliyatini faollashtirish ilmiy tadqiqot institutlari, oliy o'quv yurtlari va ushbu masalalar bilan shug'ullanuvchi kompaniyalar faoliyatiga bog'liq bo'ladi.

SHunday qilib, innovatsion vektor (narx, soliq, tuzilmaviy, mintaqaviy va hokazo) davlat iqtisodiy siyosatining har bir yo'nalishida hisobga olinishi kerak. Iqtisodiyotning innovatsion rivojiga to'sqinlik qiladigan boshqa omil amaldagi standartlashtirish va sertifikatlash tizimidir. So'nggi yillarda davlat tomonidan ko'rilgan choralar mazkur jarayonning oshkoraligini ta'minladi, norasmiy to'lovlarga "ehtiyoj"ni kamaytirdi va hujjatlarni o'tkazish muddatini qisqartirdi. SHu bilan birga, mazkur cho-ralar hali ko'pgina muammolarni xal qilishga zamin yaratgani yo'q.

O'zbekiston sanoatida innovatsiya faoliyatini kengaytirish uchun firma doirasida maxsus tashkiliy tuzilmalarni yaratish (texnik markazlar, ilmiy-tadqiqot va ishlab chiqarish bo'linmalari faoliyatini muvo-fiqlashtiruvchi ilmiy va tajriba ishlanmalarini rejalashtirish bo'yicha maxsus guruxlar, vaqtinchalik texnik guruxlar va xokazolar), turli xizmatlar vakillari bilan hamkorlikda ilmiy-texnikaviy loyixalarni, tadqiqotchilar stajirovkalarini muxokama qilish kabi usullarni qo'llash maqsadga muvofiqdir.

### **10.3 Raqobatning kuchayishi sharoitida mintaqalarni rivojlantirishning investitsiyaviy-innovatsion strategiyasi.**

Bugungi kun sharoitlarida texnologiyalar qanchalik mintaqaviy rivojlanish siyosatini namoyon etishi va raqobatbardoshlikni oshirish vositasi sifatida texnologiyalarni rag'batlantirishning mintaqaviy inves-titsiya-innovatsiya strategiyasini qanday qilib shakllantirish kerakligi muammosi dolzarb ilmiy-amaliy muammo bo'lib qolmoqda. Xalqaro va mahalliy tajriba shuni ko'rsatadiki, iqtisodiy o'sish sur'atlari sekinlashayotgan mintaqalarda moddiy ishlab chiqarishda juda ko'p ish o'rinlari yo'qolib boradi, shuningdek, xizmatlar sohasi ham nisbatan sust rivojlanadi. Demak, bundan muxim xulosaga kelish mumkin: moddiy ishlab chiqarishning rivojlanishi xizmatlar sohasining o'sishiga olib keladi, ammo buning teskarisi emas. Mazkur sohalar o'rtasidagi aloqalar uyg'un emas, ya'ni xizmatlar sohasini rivojlantirish moddiy ishlab chiqarishning pasayishini qoplay olmaydi. O'zbekiston uchun buning ma'nosi - qishloq xo'jaligi va iqtisodiyotning boshqa tarmoqlarida ishchi kuchining bo'shishi xizmatlar sohasidagi bandlikning tegishicha ortishiga olib kelmaydi.

Moddiy-texnologik innovatsiyalar investitsiyaviy jarayon vositasida joriy etilishi bois, mintaqani rivojlantirish investitsiyaviy strategiyasining quyidagi turlarini ajratib ko'rsatish mumkin:

- taqlidiy, texnologik va takchilar yutuqlarini uyg'un takror ishlab chiqarish vabozorning bo'sh bo'g'inlarini samarali o'zlashtirishga yo'naltirilgan;
- innovatsion, yuqori keskinlik darajasiga ega yangiliklarni mustaqil ishlabchiqish va joriy etish orqali texnologik yetakchilikni ta'minlaydi;
- asosiy mahsuloti innovatsiya bo'lgan kompaniyalar, firmalar va bo'linmalar xizmatlaridan foydalanishning venchur strategiyasi.

Mintaqaning investitsiya-innovatsiya strategiyasini amalga oshirishda ilmiy tadqiqot firmalari va bo'linmalarining xizmatlaridan foydalanishning turli variantlari, shuningdek, tashkiliy aloqalar va ularni moliyalash usullari venchur strategiya deb ataladi. Ushbu usulning o'ziga xosligi shundan iboratki, u kapitalning turli shakllari: aksionerlik, ssuda, tadbirkorlikning uyg'unligidan iborat.

Bunday tahlil shuni ko'rsatadiki, alohida mintaqalar o'rtasida innovatsion salohiyatdan foydalanish jadalligidagi farqlar ko'pincha muayyan korxonalarining texnikadan samarali foydalanish imkoniyatlari o'rtasidagi tegishli farqlarga borib taqaladi. SHuning uchun markazda chetga nisbatan joriy etish sur'atlarining yuqoriligini qishloq joylarini kam-sitish sifatida qarash noto'g'ri.

Uzoq muddatli istiqbolda, mamlakat iqtisodiyotidagi tarkibiy siljishlarga, foydadan tashqari, globalashtirish bilan bog'liq tavakkalchiliklari ham ta'sir ko'rsatishi mumkin, ular qatoriga quyidagilar kiradi:

- Jahon Savdo Tashkiloti (JST) qoidalari va talablarida eksport subsidiyalarini cheklash, xorijiy shaxslarni investitsiya faoliyatida kamsitishni ta'qiqlash, eksport va importni majburiy litsenziyalanishiga, sanoat mollari uchun yuqori import tariflariga yo'l qo'ymaslik;
- xalqaro tashkilotlarning moliyaviy ochiqlikni talab qilishi, shuningdek, xorijiy kapital oqimining salmogush siljishi tufayli beqarorlik yuzaga kelishi xavfining ortishi, bu esa makroiqtisodiy

boshqaruv sifatiga va mamlakatda barqaror ijtimoiy-iqtisodiy vaziyatni ta'minlashni talab etadi;

- to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalarni jalb qilish uchun raqobatning kuchayishi. Ilg'or xorijiy texnologiyalardan nusxa olish imkoniyatining pasayishi, aqliy mulkka oid xalqaro huquqlar himoyasining keskinlashishi, mamlakatning tashqi qarzlari oshishi xavfi mavjudligi tufayli jahon taraqqiyotidan chetda qolish xavfi.

SHunday qilib, bizning fikrimizcha, hukumat barcha korxonalarda, jumladan yirik korxonalarda innovatsion faoliyatni qo'llab-quvvatlashi lozim. Innovatsion gigantlar jahon bozoriga chiqishda ko'proq imkoniyatlarga ega, bu esa, o'z navbatida,



mamlakatga qo'shimcha valyuta oqimini ta'minlaydi. SHu munosabat bilan ta'kidlash joizki, raqobat o'zholicha global maqsad sifatida emas, balki O'zbe-kiston Respublikasining ijtimoiy vazifasini –mamlakatning barcha fuqarolari farovonligini oshirish vazifasini hal qilish vositasi sifatidazarurdir. Bundan tashqari, raqobat muxitida ishlabchiqarilgan mahsulot uchun talab bo'lmaganligi, ya'ni cheklangan tabiiy resurslardan oqilona foydalanilmaganligi holatlari ham uchrab turadi.

U yoki bu investitsiya-innovatsiya strategiyasini tashlashdan oldin mintaqaviy rivojlanish darajasi-ni va mintaqa raqobatbardoshligini baholash talab etiladi.

Mintaqalarning iqtisodiy rivojlanishi yo'nalishlarini eng yuqori darajada asoslash va uning o'ziga xos xususiyatlarini to'liqroq hisobga olish uchun, fikrimizcha, muayyan vazifa yoki muammolar yig'indisi nuqtai nazaridan mintaqaga har tomonlama chuqur ta'rif beradigan o'zaro bog'liq ko'rsatkichlarning butun tizimini e'tiborga olish lozim.

Mintaqaviy salohiyat, jumladan, ilmiy salohiyatning hozirgi ahvoriga faqat talay omillarni tadqiq qilish yo'li bilan to'liq ta'rif berish mumkin. Ammo, omillarning soni ko'payganda aniqlangan aloqalar-ning ta'rifi murakkab vazifaga aylanib qoladi. Mintaqaviy salohiyatning hozirgi ahvoriga umumlashtirilgan omillar yoki ularning ichki, ob'ektiv mavjud qonuniyatlarini aks ettiruvchi asosiy qismlari yordamida ta'riflash zarurati tug'iladi.

### **Tayanch so'z va iboralar**

Xorijiy kapital. Sanoat sohasida moddiy va energetik resurslar. bozordagi hukmronlik. Differentsiallashtirish. Hukmron savdo belgisi. Dizayn, Brend, texnologiya va funktsional imkoniyatlar. Tovarlarning unikal xususiyatlari. Raqobat ustunligi. Maqsulot yoki xizmatlar differentsiatsiyasi. Mintaqaviy salohiyat. investitsiya- innovatsiya strategiyasi. To'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar.

## **MAVZU-11. RAQOBATNING DIFFERENTSIALLASH STRATEGIYASI**

11.1. Differentsiallashtirishning iqtisodiy mazmuni va xususiyatlari

11.2. Firmaning bozordagi hukmronligini oshirish

11.3. Tovarni differentsiallashtirishda raqobat ustunligiga erishish manbalari

### **11.1. Differentsiallashtirishning iqtisodiy mazmuni va xususiyatlari**

Tovar-murakkab ko'p kirrali tushuncha, biroq bunda eng asosiy narsa iste'mol xususiyatlari, ya'ni tovarning uz vazifasini bajarish-unga ega bo'lgan iste'molchining ehtiyojlarini qondirish xususiyatidir. Tovarning iste'mol qiymati uning iste'molxususiyati majmuasidir. Tovarning quyidagi xususiyatlariga karab aloxida e'tibor beriladi:

-rangi, upakovkasi (urash, bog'lash), tashki ko'rinishining fasohati (dizayni), ergonomikxususiyatlari (foydalanish, ta'mirlash va boshkalar). Tovarni ishlab chiqarishdan

oldin uning iste'mol xususiyati tahlil qilinadi.

Tovar-murakkab ko'p kirrali tushuncha, biroq bunda eng asosiy narsa iste'mol xususiyatlari, ya'ni tovarning uz vazifasini bajarish-unga ega bo'lgan iste'molchining ehtiyojlarini qondirish xususiyatidir. Tovarlar quyidagi mezonlari bo'yicha aloxida guruxlarga bulinadi:

- maqsadli ko'rsatkich bo'yicha
- bozor turiga kura
- foydalanishga tayyorligiga kura
- iste'molchilar soniga karab bulinadi.

Maqsadli xarakteriga ko'ra esa tovarlar iste'mol tovarlari va ishlab chiqarishga oid tovarlarga bulinadi. Iste'mol tovarlari – bu shaxsiy iste'mol uchun muljallangan tovarlardir. Ular kundalik talab tovarlari, dastlabki tanlov asosida olinadigan tovarlar, aloxida talabdagi tovarlar, passiv talabdagi tovarlarga bulinadi.

Kundalik talab tovarlariga kundalik turmush uchun zaruriy ozik-ovkatlar, kir yuvish, tozalash vositalari, uy xujaligi uchun zaruriy mayda tovarlarni kiritish mumkin. Kundalik iste'mol tovarlarini iste'mol qilish intensivligiga ko'ra ularni uz navbatida 3 ta quyi guruxga ajratish mumkin:

1. Doimiy ehtiyojdagi asosiy tovarlar (non, xujalik sovuni)
2. Impulsiv tarzda sotib olinadigan tovarlar (sakich, gazeta)
3. Favkulodda xolatlar uchun xarid qilinadigan tovarlar (zont).

Dastlabki tanlov asosidagi tovarlar safiga: mebel, kiyim-kechak, uy-ruzgor uchun elektr jixozlari kiradi va u xaridorlarni kiyoslashni, narx, moda, dizayn jixatidan tanlovda bir muncha muloxaza yuritishni talab qiladi. Ushbu tovarlar:

- uxshash tovarlar (sifat jixatdan bir-biriga yakin, lekin dizayn, narxi bo'yichafarklanadi,)
- aloxida ko'rinishdagi tovarlar (rangi, fasoni, navi jixatidan)

Passiv talabdagi tovarlar – xaridorlarga notanish yoki ular xususida juda kam uylaydigan tovarlardan tarkib topadi. Ishlatish vaktiga kura

- kiska muddatli foydalanishga oid tovarlar
- uzoq muddatli foydalanishga oid tovarlar

Tovar siyosatida asosiy maqsadga erishish quyidagi sohalardagi vazifalarni xal etishorqali amalga oshiriladi:

- uning innovatsiyasi
- variatsiya
- differentsiya
- eliminatsiya
- markani urnatish va tanlash
- kadoklash
- tovarni shakli, turi va boshkalar

SHunga mos xolda tovar siyosatining masalalariga quyidagilar kiradi:

- yangi tovarlarni kidirish
- yangi tovarlarni rivojlantirish
- bozorga yangi tovarlarni kiritish
- tovar shakllarini asoslash
- tovar sifatini tartibga solish
- bozordagi yangi tovarlar xulk-atvorini nazorat qilish va boshkalar.

Birinchi 3 tasi bozorga yangi tovarlarni kiritayotganda xal etiladi, kolgan vazifalarni xal etish tovarni butun xayoti davomida amalga oshadi. Buning uchun, ya'ni qarorni asoslash uchun tovarni xayotiylik tsikli modeli ishlatiladi.

Tovarlar va xizmatlar assortimenti – bu foydalanish boʻyicha bir-biriga juda uxshash tovarlar (xizmatlar) guruxidir. Tovar sifati – bu tovarning uz funksiyalarini bajarishda koʻrinadi va u quyidagi parametr bilan xarakterlanadi, yaʼni uzoq muddat xizmat koʻrsatishi, pishikligi, foydalanishda soddaligi va boshkalar.

## 11.2. Firmaning bozordagi hukmronligini oshishi

Raqobatning asosiy quroli boʻlib, talabni shakllantirish va sotishni ragbatlantirish vositalari xizmat qiladi. Asosiy axborotni xaridorlar tovar ishlab chiqaruvchilardan olishadi. Xaridorlarni asosan tovarning isteʼmol qiymati qiziqtiradi. Raqobat asosan quyidagi koʻrinishlarda boʻlishi mumkin: tovarlarning xizmatlari boʻyicha, bir xil ehtiyojni qondirishga qaratilgan raqobat, bir xil tovarni xar xil firmalar ishlab chiqarish orqali boʻladigan raqobat; yoki bir xil firma tomonidan xar xil modifikatsiyada tovar ishlab chiqarish. Narxlar orqali raqobatlashish eng keng tarkalgan. Xozirgi davrda raqobat oʻziga xos qiyofa kasb etmoqda. Narxlar sohasida raqobat ishlab chiqarishni xarajatlar eng kam boʻladigan mamlakatlarda yoʻlga quyishni talab qiladi. Narx bilan raqobat utmishda erkin bozor raqobati boʻlgan, bozorda bir xil tovarlar xar xil narxlar bilan sotilgan davrlarda paydo boʻlgandi.

Ishlab chiqaruvchi narxni pasaytirish bilan oʻz tovarini ajratib koʻrsatishga, unga eʼtiborni qarashga va pirovard natijada oʻzi istagan bozor xissasini egallashga erishgan. Xozirgi zamon bozor sharoitlarida narx bilan ochiq raqobat amal qilmaydi, chunki ishlab chiqaruvchilardan biri narxni pasaytirishi bilan uning raqibi xam shu ishni qiladi, bu esa firmaning bozordagi mavqeini oʻzgartirmaydi, balki, umuman tarmoqdagi foydaning pasayishiga, asosiy fondlarni yangilash va kengaytirish uchun investitsiyalarning kamayishiga olib keladi. Natijada kutilgan zafar va raqiblarni surib chiqarish oʻrniga kutilmagan xonavayronlik va sinish yuz beradi. SHu sababli sanoat monopoliyalari narxlarni iloji boricha uzoqroq ushlab turishga, tannarxni xamda marketing xarajatlarini tobora pasaytirib, foydani koʻpaytirishga intiladi. Fan- texnika taraqqiyoti yutuqlari tufayli raqobatning narx bilan bogʻliq boʻlmagan usullaridan foydalanishning qulay sharoitlari yuzaga keldi.

Narxsiz raqobatda tovarning narxi emas, balki uning yuqori sifat, past isteʼmol narxi, zamonaviy dizayn, servis xizmati, ishlab chiqargan firma shuxrati raqobat kurashining asosiy omiliga aylanadi. Narxni pasaytirib bozorni egallash strategiyasini oʻrganishda quyidagi savollarga javob topiladi:

- boshqa tovarlarni raqobatbardoshligini belgilovchi omillar kaysilar?
- raqobatchi firmalarning reklama vositalari va sotishni ragbatlantirish usullari qanday?
- qaysi savdo belgilari ishlatilmoqda?
- raqobatchilar tovarlarining uramasi-bezaklari, dizaynida nimalar kuzga tashlanmoqda?
- tovarni kafolatli va undan keyingi ishlatish davrlarida kanday servis taklifqilinmoqda?
- milliy savdo tarmoqlari orqali tovar sotilmoqdami yoki firma oʻz shaxobchasini ochganmi?
- raqobatchilar qoʻllayotgan tovar xarakati (transport, zaxiralar xajmi, omborlarining joylanishi. Natijada raqobatchi shundjay xarakat qilishyapti? Boshkacha yoʻliyukmi?

Degan savollarga javob topiladi. P.S.Zavyalov fikricha “Raqobatbardoshlik deganda, tovarning bozorda xaridorgirligini taʼminlaydigan isteʼmol va qiymat tavsiflari majmuini, yaʼni uxshash raqobatchi tovarlarni ayirboshlashga taklif katta boʻlgan sharoitlarda xuddi shutovarni pulga ayirboshlanish qobiliyatini tushunmoq lozim”. Xaridorning xarajatlari ikki qismdan tashkil topadi, uning bir qismini xarid xarajatlari (tovar narxi), ikkinchi qismini uni isteʼmol etish bilan bogʻliq xarajatlar tashkil etadi.

Raqobatbardoshlik keng tushuncha boʻlib, unga koʻplab omillar taʼsir etadi. Firmaning raqobatbardoshligi darajasini baxolashda tarmoq bozorida raqobat kurashi jadalligini belgilaydigan omillar tahlil uchun asos sifatida xizmat qiladi. Bu omillarga quyidagilar kiradi:

1. Raqobatchi firmalar soni, va ularni qiyosiy quvvati;



2. Raqiblar xarakatlarining diversifikatsiyalashuvi darajasi;
3. Bozordagi talab xajmini o'rganish;
4. Mahsulotni tabakalashuvi darajasi;
5. Iste'molchining bir ishlab chiqaruvchidan boshkasiga kuchish xarakatlari;
6. Bozordan chiqib ketish tusiklari va ularning darajasi.
7. Bozorga kirib kelish va uning darajasi.
8. Endosh tarmoq bozorlaridagi vaziyat.
9. Raqiblar strategiyasidagi farqlar.
10. Ushbu bozorda raqobat uchun aloxida sabablarning bo'lishi, raqobat darajasi bozorning aloxida bir jalb etuvchanlik yeki aksincha bezdiruvchanlik xususiyatlaribilan xam belgilanadi.

J.J.Lamben raqobatli afzalliklarni ikkita keng kategoriyalarga guruxlaydi – tashki va ichki raqobatli afzalliklar, ya'ni firma va tovarni raqobatdoshligini tavsiflovchi raqobatli afzalliklardir. Tashki raqobatli afzallik tovarni “bozor kuchini ifodalaydi, ya'ni u bozorni imtiyozli raqobatchidagiga nisbatan yuqorirok sotish narxlarini kabul qilishga majbur kila oladi va mavjud tovarlardan norozi bo'lgan xaridorlarning istaklarini aniqlash va qondirishdagi afzalliklarga tayanadi. Ichki raqobatli afzallik firmaning ishlab chiqarish xarajatlari, raqobatchidan ko'ra kamroq tannarxga erishishga imkon beruvchi va ishlab chiqaruvchi uchun qiymat xosil kiluvchi tovarga asoslangan xamda sotish narxlarining bozor yoki raqobat tomoindan pasaytirilishiga ko'prok darajada bardoshli kiluvchi yuqorirok unumdorlik okibatidir”

Tovarni jalb etuvchanligi va raqobatbardoshligini ifodalovchi omillar klassifikatsiyasi sxemasini zanjir ko'rinishida ko'rsatish mumkin: narx – sifat – servis – marketing muxit. Raqobatbardoshlik sifat va qiymat omillari bilan bog'liqdir. Ular sifat, iqtisodiyot va marketing ko'rsatkichlari yordami bilan to'liq tavsiflanishi mumkin.

### **11.3. Tovarni differentsiallashda raqobat ustunligiga erishish manbalari**

Firmalar mahsulotning xolatini aniqlashda uning yashash davrini tadqiq etishga tayanadilar. Mahsulotning yashash davri tovarning bozorga kirib kelishidan boshlab, to uning bozordan chiqib ketishiga qadar bo'lgan davrda amalga oshiriladigan tadbirlardan iborat kontseptsiyadir. Birinchi marta tovarning yashash davri kontseptsiyasini 1965 yili Teodor Levitt tomonidan e'lon qilingan. Tovarning yashash davri to'rt tipga ajratiladi: mahsulotning katta sinfining yashash davri, mahsulot turining yashash davri, ko'llash usullarining yashash davri, mahsulot markasining yashash davri. Masalan, birinchisiga soat misol kilib keltirsak, mahsulot turiga esa kul va osma soatlarni keltirish mumkin, ko'llash usullariga ko'ra esa kungirokli soatlardan foydalanishni misol kilib keltirish mumkin. Marketing maqsadlarida yashash davrining jami to'rtta tipi o'rganiladi, firma doirasida ikkincha va uchinchi tiplariga ko'prok e'tibor beriladi. Tovarning yashash davri bosqichlarini aniqlashning asosiy mezon mahsulot sotish xajmiva foyda normasi dinamikasidir.

Mahsulot ishlab chiqarish (ITTKI) bosqichi tovarni barcha xayotiy davrida muxim bosqich bo'lib xisoblanadi. Mahsulot ishlab chiqarish kancha samarali amalga oshirilsa, ya'ni loyixalashtirilayotgan tovar bo'yicha bozor talabi va xaridor extiyojini firma vakt bo'yicha tezrok xisobga olsa, ushbu bosqichda xarajatlar shuncha kam bo'ladi. Firma yangi tovar bilan bozorga tezrok chikadi va zarur foydani oladi. Kirib kelish bosqichida sotish xajmining goyat keskin usishi bilan ajralib turadi. Bozor mahsulotni xalikul kilmagan narxlar nisbatan yuqori bo'ladi. Savdo yuqori daromadli guruxlarga muljallanadi. Raqobatchilar umuman oz. SHunday kilib bu davr kapital sarflar davri xisoblanadi, sarflar keyinchalik foyda keltirishi mumkin, yeki mahsulot ishlab chiqarishdan voz kechiladigan bulsa, ular to'liq xarajatlar xisobiga utkaziladi, ya'ni xisobdan uchiriladi. Usish davrida tovar sotish xajmi usib boradi- iste'molchilar mahsulotni kabul kilgan va unga bo'lgan talab ta'minlangan bo'ladi. Xar kandy mahsulot bu bosqichga yetib kelmaydi: ko'plari bozorga kirib kelish davrida ek kasodga uchraydi. Bozor sifati yuqori raqobatchi mahsulot bilan tulib ketadi.

Narxlar tobora arzonlashib boradi. Yetuklik bosqichi tovar oborotini maksimalashtirish, bozorni kengayishini davom etishi va absolyut usishi bilan tavsiflanadi. Ishlab chiqarish va tovar taksimlash tizimida tayyor mahsulot zaxiralari oshib boradi. Bozorda intensiv raqobat xukm suradi. Yangi

modifikatsiyali tovarlarni kiritish ularni assortiment guruxini kengaytirish xamda xaridorlarga yangi xizmat ko'rsatish uslublarini kiritish intensiv innovatsiya chora-tadbirlari vositalari orqali amalga oshiriladi.

Mahsulotni yetuklik bosqichida marketingni asosiy strategiyalari bozorni modifikatsiyalash, tovarni modifikatsiyalash va marketing-miksni modifikatsiyalash bo'lib xisoblanadi. To'yinish davrida bozor va narxlar barqarorlashadi. Sifatsiz va raqobatga bardosh bermaydigan mahsulotlar bozordan siqib chiqariladi. Tovar sotish sur'atlari tobora pasayadi. Tuyinish davrida firmaning umumiy maqsadi, mahsulotni barcha turlari bo'yicha to'liq sotishni tobora oshirib borishni ta'minlashga qaratiladi. Inqiroz davrida mahsulotning o'tishi qiyinlashadi, foyda kamayadi, raqiblar maydondan ketadi. Bu bosqich davomida firmaning maqsadi "mahsulot tayyorlashni davom ettirishdan iborat" bo'ladi, mahsulotni bozorga yetkazib berishni to'xtatish haqida qat'iy qarorga kelgunga qadar undan olish mumkin bo'lgan jami foydani siqib olish uchun shunday qilinadi. Tovarni yashash davri kontseptsiyasi mahsulot assortimentini rejalashtirishda katta ahamiyatga egadir.

### **Tayanch so'z va iboralar**

Tovarlarning maqsadli xususiyatlari. Raqiblar xarakterlarining diversifikatsiyalashuvi. Marketing-miksni modifikatsiyalash. Intensiv - innovatsiya chora-tadbirlar. Bozorning to'yinishi. tovar oborotini maksimallashtirish. Tovarni jalb etuvchanligi. Narx – sifat – servis – marketing muxiti. Zamonaviy dizayn, servis xizmati. Reklama muxiti.

## **MAVZU-12. RAQOBATNING BOZOR TAXMONLARI STRATEGIYA SI**

---

### **Reja:**

- 12.1. Raqobatning bozor taxmonlari strategiyasi, faoliyatni iste'molchilarning alohida guruhiga ixtisoslashuvi
- 12.2. Maqsadli bozor talablarini qondirish imkoniyatlari
- 12.3. Iste'molchilar talabining xilma-xilligi

#### **12.1. Raqobatning bozor taxmonlari strategiyasi, faoliyatni iste'molchilarning alohida guruhiga ixtisoslashuvi**

Firmalar mahsulotning xolatini aniqlashda uning yashash davrini tadqiq etishga tayanadilar. Mahsulotning yashash davri tovarning bozorga kirib kelishidan boshlab, to uning bozordan chiqib ketishiga qadar bo'lgan davrda amalga oshiriladigan tadbirlardan iborat kontseptsiyadir. Birinchi marta tovarning yashash davri kontseptsiyasini 1965 yili Teodor Levitt tomonidan e'lon qilingan. Tovarning yashash davri to'rt tipga ajratiladi: mahsulotning katta sinfining yashash davri, mahsulot turining yashash davri, qo'llash usullarining yashash davri, mahsulot markasining yashash davri. Masalan, birinchisigasoat misol kilib keltirsak, mahsulot turiga esa qo'l va osma soatlarni keltirish mumkin, ko'llash usullariga ko'ra esa kungirokli soatlardan foydalanishni misol kilib keltirish mumkin. Marketing maqsadlarida yashash davrining jami to'rtta tipi o'rganiladi, firma doirasida ikkincha va uchinchi tiplariga ko'prok e'tibor beriladi. Tovarning yashash davri bosqichlarini aniqlashning asosiy mezonini mahsulot sotish xajmi va foyda normasi dinamikasidir.

Mahsulot ishlab chiqarish (ITTKI) bosqichi tovarni barcha xayotiy davrida muxim bosqich bo'lib xisoblanadi. Mahsulot ishlab chiqarish kancha samarali amalga oshirilsa, ya'ni loyixalashtirilayotgan tovar bo'yicha bozor talabi va xaridor extiyojini firma vakt bo'yicha tezrok xisobga olsa, ushbu bosqichda xarajatlar shuncha kam bo'ladi. Firma yangi tovar bilan bozorga tezrok chikadi va zarur foydani oladi. Kirib kelish bosqichida sotish xajmining goyat keskin usishi bilan ajralib turadi. Bozor mahsulotni xali qabul qilmagan narxlar nisbatan yuqori bo'ladi. Savdo yuqori daromadli guruxlargamuljallanadi. Raqobatchilar umuman oz. SHunday kilib bu davr kapital sarflar davri xisoblanadi, sarflar keyinchalik foyda keltirishi mumkin, y e ki mahsulot

ishlabchiqarishdan voz kechiladigan bulsa, ular to'liq xarajatlar xisobiga utkaziladi, ya'nixisobdan uchiriladi. Usish davrida tovar sotish xajmi usib boradi- iste'molchilar mahsulotni kabul kilgan va unga bo'lgan talab ta'minlangan bo'ladi. Xar kanday mahsulot bu bosqichga ye tib kelmaydi: ko'plari bozorga kirib kelish davridaek kasodga uchraydi. Bozor sifati yuqori raqobatchi mahsulot bilan tulib ketadi.

## **12.2. Maqsadli bozor talablarini qondirish imkoniyatlari**

Narxlar tobora arzonlashib boradi. Yetuklik bosqichi tovar oborotini maksimallashtirish, bozorni kengayishini davom etishi va absolyut usishi bilan tavsiflanadi. Ishlab chiqarish va tovar taksimlash tizimida tayyor mahsulot zaxiralari oshib boradi. Bozorda intensiv raqobat xukm suradi. Yangi modifikatsiyali tovarlarni kiritish ularni assortiment guruxini kengaytirish xamda xaridorlarga yangi xizmat ko'rsatish uslublarini kiritish intensiv innovatsiya chora-tadbirlari vositalari orqali amalga oshiriladi

Mahsulotni etuklik bosqichida marketingni asosiy strategiyalari bozorni modifikatsiyalash, tovarni modifikatsiyalash va marketing-miksni modifikatsiyalash bo'lib xisoblanadi. To'yinish davrida bozor va narxlar barqarorlashadi. Sifatsiz va raqobatga bardosh bermaydigan mahsulotlar bozordan siqib chiqariladi.

Tovar sotish sur'atlari tobora pasayadi. Tuyinish davrida firmaning umumiy maqsadi, mahsulotni barcha turlari bo'yicha to'liq sotishni tobora oshirib borishni ta'minlashga qaratiladi.

Inqiroz davrida mahsulotning o'tishi qiyinlashadi, foyda kamayadi, raqiblar maydondan ketadi. Bu bosqich davomida firmaning maqsadi "mahsulot tayyorlashni davom ettirishdan iborat" bo'ladi, mahsulotni bozorga yetkazib berishni to'xtatish haqida qat'iy qarorga kelgunga qadar undan olish mumkin bo'lgan jami foydani siqib olish uchun shundayqilinadi. Tovarni yashash davri kontseptsiyasi mahsulot assortimentini rejalashtirishda katta ahamiyatga egadir.

Raqobatning asosiy quroli bo'lib, talabni shakllantirish va sotishni ragbatlantirish vositalari xizmat qiladi. Asosiy axborotni xaridorlar tovar ishlab chiqaruvchilardan olishadi. Xaridorlarni asosan tovarning iste'mol qiymati qiziqtiradi. Raqobat asosan quyidagi ko'rinishlarda bo'lishi mumkin: tovarlarning xizmatlari bo'yicha, bir xil ehtiyojni qondirishga qaratilgan raqobat, bir xil tovarni xar xil firmalar ishlab chiqarish orqali bo'ladigan raqobat; yoki bir xil firma tomonidan xar xil modifikatsiyada tovar ishlab chiqarish. Narxlar orqali raqobatlashish eng keng tarkalgan.

Xozirgi davrda raqobat o'ziga xos qiyofa kasb etmoqda. Narxlar sohasida raqobat ishlab chiqarishni xarajatlar eng kam bo'ladigan mamlakatlarda yo'lga quyishni talab qiladi. Narx bilan raqobat o'tmishda erkin bozor raqobati bo'lgan, bozorda bir xil tovarlar xar xil narxlar bilan sotilgan davrlarda paydo bo'lgandi.

Ishlab chiqaruvchi narxni pasaytirish bilan o'z tovarini ajratib ko'rsatishga, unga e'tiborni qaratishga va pirovard natijada o'zi istagan bozor xissasini egallashga erishgan. Xozirgi zamon bozor sharoitlarida narx bilan ochiq raqobat amal qilmaydi, chunki ishlab chiqaruvchilardan biri narxni pasaytirishi bilan uning raqibi xam shu ishni qiladi, bu esa firmaning bozordagi mavqeini o'zgartirmaydi, balki, umuman tarmoqdagi foydaning pasayishiga, asosiy fondlarni yangilash va kengaytirish uchun investitsiyalarning kamayishiga olib keladi. Natijada kutilgan zafar va raqiblarni surib chiqarish o'rniga kutilmagan xonavayronlik va sinish yuz beradi. SHu sababli sanoat monopoliyalari narxlarni iloji boricha uzoqroq ushlab turishga, tannarxni xamda marketing xarajatlarini tobora pasaytirib, foydani ko'paytirishga intiladi. Fan- texnika taraqqiyoti yutuqlari tufayli raqobatning narx bilan bog'liq bo'lmagan usullaridan foydalanishning qulay sharoitlari yuzaga keldi.

## **12.3. Iste'molchilar talabining xilma-xilligi**

Tovar-murakkab ko'p kirrali tushuncha, biroq bunda eng asosiy narsa iste'mol xususiyatlari ya'ni tovarning o'z vazifasini bajarish-unga ega bo'lgan iste'molchining ehtiyojlarini qondirish xususiyatidir. Tovarning iste'mol qiymati uning iste'molxususiyati majmuasidir. Tovarning quyidagi xususiyatlariga karab aloxida e'tibor beriladi:

-rangi, upakovkasi (urash, boglash), tashki ko'rinishining fasohati (dizayni), ergonomik xususiyatlari (foydalanish, ta'mirlash va boshkalarning kulayligi va boshkalar). Tovarni ishlab chiqarishdan oldin uning iste'mol xususiyati tahlil qilinadi.

Tovar-murakkab ko'p kirrali tushuncha, biroq bunda eng asosiy narsa iste'mol xususiyatlari, ya'ni tovarning o'z vazifasini bajarish-unga ega bo'lgan iste'molchining ehtiyojlarini qondirish xususiyatidir. Tovarlar quyidagi mezonlari bo'yicha aloxida guruxlarga bulinadi: Maqsadli xarakteriga ko'ra esa tovarlar iste'mol tovarlari va ishlab chiqarishga oid tovarlarga bulinadi. Iste'mol tovarlari – bu shaxsiy iste'mol uchun muljallangan tovarlardir. Ular kundalik talab tovarlari, dastlabki tanlov asosida olinadigan tovarlar, aloxida talabdagi tovarlar, passiv talabdagi tovarlarga bulinadi. Kundalik talab tovarlariga kundalik turmush uchun zaruriy ozik-ovkatlar, kir yuvish, tozalash vositalari, uy xujaligi uchun zaruriy mayda tovarlarni kiritish mumkin. Kundalik iste'mol tovarlarini iste'mol qilish intensivligiga ko'ra ularni o'z navbatida 3 ta quyi guruxga ajratish mumkin:

1. Doimiy extiyojdagi asosiy tovarlar (non, xujalik sovuni)
2. Impulsiv tarzda sotib olinadigan tovarlar (sakich, gazeta)
3. Favkulodda xolatlar uchun xarid qilinadigan tovarlar (zont).

Dastlabki tanlov asosidagi tovarlar safiga: mebel, kiyim-kechak, uy-ro'zgor uchun elektr jixozlari kiradi va u xaridorlarni kiyoslashni, narx, moda, dizayn jixatidan tanlovda bir muncha muloxaza yuritishni talab qiladi.

Xozirgi davrda raqobat o'ziga xos qiyofa kasb etmoqda. Narxlar sohasida raqobat ishlab chiqarishni xarajatlar eng kam bo'ladigan mamlakatlarda yo'lga quyishni talab qiladi. Narx bilan raqobat utmishda erkin bozor raqobati bo'lgan, bozorda bir xil tovarlar xar xil narxlar bilan sotilgan davrlarda paydo bo'lgandi.

Ishlab chiqaruvchi narxni pasaytirish bilan o'z tovarini ajratib ko'rsatishga, unga e'tiborni qaratishga va pirovard natijada o'zi istagan bozor xissasini egallashga erishgan. Xozirgi zamon bozor sharoitlarida narx bilan ochiq raqobat amal qilmaydi, chunki ishlab chiqaruvchilardan biri narxni pasaytirishi bilan uning raqibi xam shu ishni qiladi, bu esa firmaning bozordagi mavqeini o'zgartirmaydi, balki, umuman tarmoqdagi foydaning pasayishiga, asosiy fondlarni yangilash va kengaytirish uchun investitsiyalarning kamayishiga olib keladi.

### **Tayanch so'z va iboralar**

Tovarning yashash davri. Bozor taxmonlari. Bozorni absolyut o'sishi. Maqsadli bozor talablari. Doimiy extiyojdagi tovarlar. Impulsiv tovarlar. Tovarning iste'mol qiymati. Narxni pasaytirish. Firmaning bozordagi mavqei. Sanoat monopoliyalari. Tovarlarining maqsadli xarakteri. Fan-texnika taraqqiyoti yutuqlari. Bozordan siqib chiqarish. kapital sarflar. Tovar sotish hajmi.

## **MAVZU-13. O'ZBEKISTONDA RAQOBATCHILIK MUXITINING VUJUDGA KELISHI VA MONOPOLIYA GA QARSHI QONUNCHILIK**

---

### **Reja:**

- 13.1.** Raqobatchilik muhitining vujudga kelishi va uni saqlashda davlatning roli
- 13.2.** Respublikamizda sog'lom raqobat muhitini yaratishga oid O'zbekiston Respublikasining maxsus qonunlari.
- 13.3.** O'zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirish davlat qo'mitasining iqtisodiyotni barqaror rivojlanishidagi roli.

### 13.1. Raqobatchilik muhitining vujudga kelishi va uni saqlashda davlatning roli

O'zbekiston tovar bozorlarida raqobatni rivojlantirishga yo'naltirilgan birinchi me'yoriy hujjat bo'lib 1992 yil 2 iyulda qabul qilingan O'zbekiston Respublikasining «Monopolistik faoliyatni cheklash to'g'risida»gi qonuni hisoblanadi.

Iqtisodiyot va monopoliyaga qarshi amaliyot sohasidagi ahamiyatli o'zgarishlar tegishli qonunchilik bazasini takomillashtirish zaruriyatini taqozo etdi. SHunga ko'ra, 1996 yilning 27 dekabrda yangi - «Tovar bozorlarida monopolistik faoliyatni cheklash va raqobat to'g'risida»gi qonuni kuchga kiritildi. Qonunda ko'zda tutilgan taqiqlar ham rivojlangan bozor iqtisodiyoti mamlakatlari uchun, O'zbekiston va boshqa o'tish davri iqtisodiyoti mamlakatlari uchun xos bo'lgan monopolistlar hatti-harakatiga qarshi o'rnatilgan.

Quyidagi hatti-harakatlar monopoliyaga qarshi qonunchilikka zid hisoblanadi:

- xo'jalik yurituvchi sub'ekt tomonidan bozordagi ustunlik holatining suiste'mol qilinishi;
- xo'jalik sub'ektlarining raqobatni cheklashga qaratilgan bitimlari (o'zaro kelishilgan hatti-harakatlari);
- boshqaruv barcha darajalaridagi hokimiyat organlarining raqobatni cheklashga yo'naltirilgan hatti-harakatlari;
- nohalol raqobat.

Monopolistik faoliyat ustidan nazorat o'rnatish uchun monopolist-korxonalar Davlat reestri joriy etildi. 1999 yilning 1 oktyabr holatigareestrda 716 xo'jalik yurituvchi sub'ekt 1924 turdagi mahsulot, ish, xizmat bo'yicha ro'yxatga olindi. Mazkur korxonalar faqat alohida xo'jalik yurituvchi sub'ekt bozoridagi tovarlarning ulushi miqdoriy ko'rsatkichi bo'yicha monopolist korxonalar tarkibiga kiritilgan. Bu o'rinda bozorning sifat jihatidan tarkibi, xususan, raqobat muhitini yarata olishga layoqatli bo'lgan o'rni bosuvchi mahsulotlarning mavjudligi hisobga olinmaydi. Bunday yondoshuvni to'g'ri deb hisoblash mumkin emas. SHunga ko'ra, qonunda tovar bozorida ustun mavqega ega bo'lgan xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning mezonlarini yanada aniqroq belgilab, ularni monopolistlar toifasiga kiritishda ham miqdoriy, ham sifat ko'rsatkichlaridan foydalanish zarur.

Amaldagi qonunchilikka muvofiq holda tovar bozoridagi monopolistlarni nazorat qilishning nisbatan ahamiyatli shakllaridan biri bo'lib narxlarning davlat tomonidan tartibga solinishi hisoblanadi. Jahon amaliyotida narxlarning davlat tomonidan tartibga solinishi tabiiy monopoliyalar uchun xosdir. Tabiiy monopoliyalarning mavjudligi sharoitida davlat ishlab chiqarish xarajatlarini tartibga solish yoki narxning eng yuqori darajasini belgilash orqali bozor mexanizmi harakati vositasida ta'minlanuvchi samaraga sun'iy yo'l bilan erishishga harakat qiladi.

O'zbekistonda O'zR VMning 1997 yil 31 martdagi «O'zbekiston Respublikasining «Tovar bozorlarida monopolistik faoliyatni cheklash va raqobat to'g'risida»gi Qonunini amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi qaroriga muvofiq moliyaviy idoralarga erkin narxlarning yuqori chegarasi yoki rentabellik darajasi borasida deklaratsiya topshirish orqali barcha monopolist-korxonalar mahsulot (tovar, xizmat)lariga bo'lgan narxlarni davlat tomonidan tartibga solish qo'llanilmoqda.

Amaliyotning ko'rsatishicha, chegaraviy narxlar va rentabellik me'yorlarini qo'llagan holda narxni tashkil etishni davlat tomonidan tartibga solinishi ko'pinchajobiy natija bermaydi, chunki u narxlarni shakllantirishning bozor munosabatlarini hisobga olmagan holdagixarajat mexanizmiga asoslanadi. Narxlarni deklaratsiyalashning byurokratik taomilining qo'llanishi korxonalar bozordagi narx bo'yicha manevr qilish imkoniyatini pasaytiradi. Buning ustiga, monopolist-korxonalar uchun narxni o'rnatishda raqobatchilarning mahsulotiga tarkibtopgan narxlar hisobga olinmaydi.

Ko'plab mutaxassislar fikricha, monopol yuqori narxlar doimo qam davlatning aralashuvini taqozo etmaydi. Bunday narxlar hamda foyda olish imkoniyati bozorda faoliyat ko'rsatayotgan sub'ektlarning ishlab chiqarish hajmini oshirishga, boshqalarining esa bozorga kirib kelishiga rag'bat yaratadi. Davlat faqat bozorga kirish uchun to'siqlar paydo bo'lgan holdagina aralashuvi lozim.

### **13.2. Respublikamizda sog'lom raqobat muhitini yaratishga oid O'zbekiston Respublikasining maxsus qonunlari.**

Xalqaro amaliyot hamda keng miqyosda narxlarni davlat tomonidan tartibga solishning samarasizligini hisobga olgan holda narxni tashkil etish sohasidagi monopoliyaga qarshi siyosatning asosiy yo'nalishi bo'lib korxonalarining mahsulot va xizmatlari narxlarini bevosita davlat tomonidan tartibga solish sohasining qisqartirilishi hisoblanadi. Narxlarning umumiy nazoratidan ularning monitoringiga o'tish lozim. Tavsiya etilayotgan yondoshuv moliyaviy idoralarga narxlarning chegaraviy darajasi to'g'risida deklaratsiya topshirishning bekor qilinishini ko'zda tutadi. Faqat narxlarning keskin oshirib yuborilishi holati aniqlanganda tarkib topgan narxlarning iqtisodiy asoslanganligi tahlil qilinishi zarur. Faqat monopol yuqori narxlar belgilangan holatlarda monopolist-korxonalar uchun narxning mumkin bo'lgan chegarasini o'rnatish lozim. Bizning fikrimizcha, taklif etilayotgan mexanizm hozirgi bosqichda eng samarali hisoblanadi.

Ta'kidlash lozimki, O'zbekiston Respublikasining «Tovar bozorlarida monopolistik faoliyatni cheklash va raqobat to'g'risida»gi Qonuni xalqaro analoglar asosida tuzilgan, biroq, bu qonun amalga oshirilayotgan muhit rivojlangan mamlakatlar sharoitidan tubdan farq qilib, uning bajarilishiga ta'sir ko'rsatadi. Qonunchilikning samarali ojarilishiga halaqit beruvchi nisbatan muhim omil bo'lib idorachilik hisoblanadi.

Amaldagi qonunchilikka ko'ra, huquqiy shaxslarning birlashmalari (uyushmalar, assotsiatsiyalar, kontsernlar va h.k.) uchun assotsiatsiyalashgan sub'ektlarning xo'jalik faoliyatiga aralashuv taqiqlanadi. Biroq, amalda tashkil etilgan birlashmalar, odatda ilgari amal qilgan tarmoq vazirliklarining davomchilari bo'lib, hozirgi vaqtda ularga xom ashyo resurslarini, markazlashtirilgan kapital qo'yilmalarni taqsimlash, mahsulotlarni sotish va boshqa vazifalarning yuklatilishi ko'pincha raqobat muhitining rivojlanishini sekinlashtirib qolmay, balki ularning yaratilishiga to'sqinlik ham qilmoqda. Ularning amal qilishi kichik biznesning xom ashyo resurslariga, valyuta mablag'lariga bo'lgan imkoniyatini cheklash orqali to'siqlar qo'yishi jiddiy salbiy holat hisoblanadi.

Tarkib topgan sharoitda amal qilayotgan birlashmalarni tarkibiy qayta tuzish monopoliyalarni cheklash va raqobatni rivojlantirishning zarur sharoitlaridan biri hisoblanadi. Bunday birlashmalarining vazifasi bo'lib marketing xizmatlari bilan ta'minlash, ilmiy-tadqiqot ishlanmalarini amalga oshirish, ularning amaliyotga tatbiq etilishiga ko'maklashish hisoblanadi.

O'zbekistonda amal qilayotgan monopoliyaga qarshi qonunchilikning yana oir muammosi — davlat monopoliyaga qarshi organiga qonunchilikni buzganlik uchun iqtisodiy sanksiya qo'llash huquqining berilishidir. Chunki xalqaro amaliyotda bu kabi masalalar sud ajrimlari orqali hal etiladi. Respublikada monopoliyaga qarshi qonunchilikka amal qilish masalalarini ko'rib chiqishda sud amaliyotining rivojlantirilishi xo'jalik sub'ektlarining mas'uliyatlarini oshiradi.

O'zbekistonda yaratilgan raqobat siyosatini olib borish tizimi o'z ichiga qonunlar va qonunosti hujjatlarni, uni amalga oshirish hamda iste'molchilar huquqini himoya qilish uchun mas'ul bo'lgan maxsus muassasalarni, shuningdek, mazkur siyosatni amalga oshirish mexanizmlarini o'z ichiga oladi.

Biroq, mazkur sohadagi ma'lum muvaffaqiyatlarga qaramay, raqobat siyosatini amalga oshirish maqsad va usullari uni yanada takomillashtirishni taqozo etadi.

Bu, eng avvalo, globallashtirish miqyoslari va ta'sir kuchlarining o'sishi bilan shartlangan bo'lib, buning natijasida milliy ishlab chiqaruvchilar raqobatbardoshligini oshirish uchun sharoit yaratish taqozo etiladi.

Ayniqsa, O'zbekistonda 2003 yilda joriy operatsiyalar hisobi bo'yicha erkin konvertatsiya kiritilgan bo'lib, bu ichki bozordagi milliy va xorijiy ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi raqobatni kuchaytiradi.

Bundan tashqari, shuni tan olish kerakki, respublikada raqobatni rivojlantirish borasida o'tkazilayotgan siyosat yetarli darajada ta'sirchanemas.

Bozor iqtisodiyoti tarixi - bu ko'p jihatdan monopolizmning salbiy oqibatlariga qarshi kurash tarixini namoyon etadi. Nazariyot va amaliyot shuni ko'rsatadiki, monopolizm quyidagi oqibatlarni keltirib chiqaradi:

- iste'molchilar monopolist firmalarning mahsulotlari uchun raqobatli bozordagi shunga o'xshash mahsulotlar narxiga nisbatan to'lashi yuzim bo'lgan o'ta yuqori narxlar;
- yuqori narxlarni ushlab turish uchun turli tarmoqlar o'rtasida resurslarning samarasiz taqsimlanishiga, ulardan monopoliyalashtirilgan tarmoqlarda etarli darajada foydalanmaslikka olib keluvchi tovar va xizmatlarning alohida turlarini ishlab chiqarishni sun'iy ravishdacheklash,
- ishlab chiqarishning texnik jihatdan rivojlanmay qolishi, mahsulotning pastsifati.

### **13.3. O'zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirish davlat qo'mitasining iqtisodiyotni barqaror rivojlanishidagi roli.**

Monopolizm rejali iqtisodiyotdan bozor iqtisodiyotiga o'tishni amalga oshirayotgan mamlakatlarda yanada ko'proq muammolarni keltirib chiqaradi. Bu O'zbekistonga ham taalluqli bo'lib, mamlakatimizda tarixiy rjablarga ko'ra davlat tuzilmalariga o'xshash (uyushmalar, kontsernlar, shirkoratsiyalar, kompaniyalar) shakldagi monopoliyalar saqlanib qolgan.

Ular ko'pincha tarmoq vazirliklari mavqe va vazifalariga ega bo'ladilar.

Mahsulot va xom ashyolarning alohida turlarini limit va fond ko'rinishida taqsimlashning eskicha tizimi, shuningdek, biznesni amalga oshirish uchun ruxsat, litseziya, sertifikatlar berish, kelishish kabi mavjud ma'muriy to'siqlar monopolistik tendentsiyalarga ko'proq imkon yaratadi.

SHunga ko'ra, O'zbekistonda samarali raqobat muhitini yaratish uchun ; quyidagilar bo'yicha chora-tadbirlarning amalga oshirilishi taqozo etiladi:

a) iqtisodiyotda davlat monopolizmining har qanday namoyon bo'lishini maksimaldarajada bartaraf etish. Buning uchun tadbirkorlikni rivojlantirish va iqtisodiyotni davlat tomonidan boshqarish tizimini takomillashtirish uchun nisbatan qulay shart-sharoitlarni yaratishga qaratilgan chuqur institutsional islohotlar zarur;

b) bozor sharoitida vujudga kelayotgan monopoliyalarning bozordagi o'z ustunlik mavqelarini suiste'mol qilish imkoniyatlarining oldini olish. Davlat muassasalari raqobatning rivojlanishini ta'minlashlari lozim.

Busiz samarali innovatsiyalar, pastxarajatlar va narxlar, mahsulotning yuqori sifatiga erishish, boshqacha aytganda, butun iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirish mumkin emas.

Raqobatni rivojlantirish bo'yicha chora-tadbirlarni amalga oshirish natijalari bo'lib iqtisodiy agentlar faoliyatini tartibga solishda bozor mexanizmlari rolining kuchayishi, bozorga kirishdagi ma'muriy to'siqlarning bartaraf etilishi, iqtisodiyotning barcha sub'ektlari uchun raqobat sharoitlarining shakllanishi hisoblanishi lozim. Raqobatning rivojlanishidagi muhim strategik maqsad - iste'molchi tomonidan iqtisodiy jihatdan maqbul narxlarga barqaror ravishda sifatli ijtimoiy xizmatlarni olish imkoniyatini yaratishdan iborat.

Raqobat muhitini rivojlantirishning ko'plab mexanizmlari mavjud. Bular - xususiylashtirish, tartibga solishdan qaytish, monopoliyadan chiqarish, kichik va o'rta tadbirkorlikni rivojlantirish va boshqalar. Ulardan foydalanish mamlakatning tegishli bozorlaridagi holatga, iqtisodiyotning yaxlit rivojlanish darajasiga, ichki va tashqi omillarning ta'siriga bog'liq. O'zbekistonda qo'llaniluvchi usullarni ko'rib chiqamiz.

*Davlat korxonalarini xususiylashtirish va monopoliyadan chiqarish.* Bu mexanizmlar bozorda amal qiluvchi raqobatchilar sonini oshirish imkonini beradi. Amaliyot shuni ko'rsatadiki, xususiylashtirishning raqobat muhiti shakllanishiga ta'siri yirik korxonalarining raqobatbardosh bo'linmalarini mustaqil tuzilmalarga ajratish orqali ularni yiriklashtirishdan qaytarishni ko'zda tutuvchi demonopolizatsiya jarayoni bilan uyg'unlashgan holdagina samarali bo'ladi.

Mazkur jarayonlarni jadallashtirish maqsadida 2003 yilning aprel oyida respublika hukumati tomonidan Korxonalarni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirishning 2003-2004 yillarga mo'ljallangan dasturi qabul qilinib, unga ko'ra ikki yil mobaynida davlat mulkidagi korxonalarining 77% xususiylashtirilishi lozim. Mazkur dasto'rni amalga oshirish natijasida korxonalarining ustav kapitalida davlatning ishtiroki keskin qisqaradi, ularning investitsion faolligi oshadi, raqobat

sharoitlari yaxshilanadi.

Bu tadbirlar shu bilan ayniqsa ahamiyatli, xususiylashtirish hanuzgacha ko'plab tarmoqlarda raqobat muhitini yaratishda ahamiyatli o'zgarishlarga olib kelgani yo'q. Tarkibiy o'zgarishlar davomida oldingi tarmoq vazirliklari o'rniga tarmoq xo'jalik birlashmalari tashkil etildi. Vu xo'jalik birlashmalariga hukumat shunday keng vakolatlar berdiki, natijada ular davlat tomonidan tartibga solish funksiyasiga ega bo'lgan «konuniy» monopoliyalarga aylandilar. Bu sanoatning deyarli barcha tarmoqlariga, turizm, tabiiy monopoliya sohalari tegishli bo'lib, bu sohalarda saqlanib qolgan tarmoqni tartibga solishning ma'muriy usullari samarali raqobat muhitini yaratish uchun jiddiy to'siqqa aylandi. *Samarali raqobatning vujudga kelishi hamda bozorlarga yangi ishtirokchilarning kirib kelishidagi to'siqlarni bartaraf etish. Buyalish to'siqlar orqali xo'jalik sub'ektlariga tovar bozoriga kirish hamda u yerda ooshqa korxonalar bilan baravar ravishda raqobatlashuvga halaqit beruvchi xuquqiy, tashkiliy, texnologik, iqtisodiy, moliyaviy tavsifdagi barcha millar tushuniladi.*

Asosiy e'tiborni barcha darajadagi davlat hokimiyati organlari faoliyati natijasida paydo bo'luvchi to'siqlar (soliq imtiyozi, subsidiya va jatsiya, mutloq huquqlarning taqdim etilishi ko'rinishida alohida .fkalik yurituvchi sub'ektlarga davlat yordami; korxonalar xo'jalik faoliyatini tartibga solishning ma'muriy usullarini qo'llash; standartlashtirish va sertifikatlash bo'yicha murakkab normativlar va ooshqalar)ni bartaraf etishga qaratmoq lozim. Masalan, bugungi kunda u yoki ou mahsulotni ishlab chiqarishga sertifikat olish taomili bir necha oylarni qamrab olib, tegishli hujjatlarni olish yuz mingdan bir necha million so'mga qadar (ishlab chiqarilayotgan mahsulotning assortimenti va gurlari sonidan kelib chiqqan holda) tushishi mumkin.

### **Tayanch so'z va iboralar**

Iqtisodiyot va monopoliya. Monopoliyaga qarshi qonunchilik. CHegaraviy narxlar. Rentabellik me'yorlari. Bozordagi ustunlik holatini suiste'mol qilinishi. Raqobatni cheklashga qaratilgan bitimlar. Monopol yuqori narxlar. Monopolizmning salbiy oqibatlari. Davlat korxonalarini xususiylashtirish va monopoliyadan chiqarish. Samarali raqobatning vujudga kelishi.

## **MAVZU-14. MILLIY IQTISODIYOTDA RAQOBAT MUHITINISHAKLLANTIRISHNING INSTITUTSIONAL ASOSLARI**

### **Reja:**

- 14.1. Iqtisodiy institutlar milliy iqtisodiyotda raqobat muhitini shakllantirish sifatida.
- 14.2. Kichik biznesni rivojlantirish raqobat muhitini shakllantirishning asosisifatida.
- 14.3. O'zbekistonda raqobatbardosh qimmatli qog'ozlar bozorini rivojlantirishmuammolari.

#### **14.1. Iqtisodiy institutlar milliy iqtisodiyotda raqobat muhitini shakllantirish sifatida.**

Bozor iqtisodiyotining qaror topishi uning infratuzilmasini yanada takomillashtirish va rivojlantirish zaro'ratini keltirib chiqaradi.

Institutlar deganda iqtisodiy va ijtimoiy sohalarda individlar o'zaro ta'sirini tartibga soladigan rasmiy (huquqiy mustahkamlangan), norasmiy va o'z-o'zidan yuzaga keladigan chegaralar jami tushuniladi. Ushbu o'zaro ta'sirni ro'yobga chiqarish uchun raqobat muxitini rivojlantirishning qator iqtisodiy institutlari mavjud. Bular: xususiylashtirish, qayta tarkibiy tuzish, monopoliyadan chiqarish, kichik va o'rta tadbirkorlikni rivojlantirish va hokazolar. Ulardan foydalanish mamlakatning tegishli bozorlaridagi raqobat muhitini, umuman iqtisodiyot qay darajada rivojlanganini belgilaydi.

O'zbekistonda raqobat munosabatlarini shakllantirishning quyidagi iqtisodiy institutlari qaror topgan:



1. Davlat korxonalarini xususiylashtirish va monopoliyadan chiqarish. Mulkchilik munosabatlari va tarkibini o'zgartirish muammosi - o'tish iqtisodiyoti xos bo'lgan har bir mamlakat uchun muxim masaladir. Mulk-chilikning xo'jalik tizimi sifatidagi rolining o'ziyoq mazkur sohadagi o'zgarishlarning ham, umuman o'tish iqtisodiyoti doirasidagi islohotlarning ham tizimli xususiyatini ko'rsatadi,

Bunday tizimli ta'rif bo'yicha mulkiy munosabatlar sohasidagi tizimli transformatsiyaning asosiy bosqichlarini xam yanada chuqurroq tushunish mumkin.

Birinchi bosqich iqtisodiy bo'lmagan ixtiyoriy harakat, ya'ni texnik xususiylashtirishdan o'zga narsa emas, uning muvaffaqiyati esa ijtimoiy kelishuv (manfaatlar balansini xisobga olish)ga bog'liq. Uning iqtisodiy emasligi ikkita sabab bilan belgilanadi. Birinchidan, rasmiy texnik xususiylashtirish boshlanmasidanoq bu jarayonda xususiylashtirish ham qonuniy yoki yarim qonuniy shaklda, ham jinoiy tarzda o'z-o'zidan tartibsiz kechadi. Ikkinchi bosqichda mulkchilik munosabatlarining birlamchi texnik xususiylashtirishdan keyingi jadal qayta taqsimlanishi va davlatning mikrodarajadagi qayta taqsimlanish jarayoniga tartibsiz aralashuvining tartibga solinishi yuz beradi. Xususiylashtirish tajribasi shuni ko'rsatadiki, korxoyalarning yiriklashishini hamda alohida ra-qobatbardosh bo'linmalarining mustaqil tuzilma bo'lib ajralishini nazarda tutuvchi monopoliyadan chiqarish jarayonlari bilan olib borilgandagina u raqobat muhitiga samarali ta'sir ko'rsatishi mumkin.

Boshqa iqtisodiy institut - bu monopollashgan sohalardagi boshqaruv tizimlarini va korxonalarni tarkibiy qayta tuzish (restrukturizatsiya)dir. O'zbekistonning aksariyat korxonalari tarkibiy qayta tuzilishi kerak, ammo, fikrimizcha, restrukturizatsiya - tizimli o'zgarishlar majmuasi bo'lib, ularni amal-ga oshirish korxonaning tashkiliy tuzilmasini tubdan o'zgartirish va uning biznesi qiymatini oshirishni hisobga olgan holda mavjud aktivlar va jalb qilingan passivlarni boshqarishni o'zgartirishga yo'naltirilgan. Ushbu jarayonlar:

- korxonaning haqiqiy mulkdorlari tomonidan tashabbus ko'rsatilishi va amalga oshirilishi;
- aniq maqsadga ega bo'lishi;
- korxonaning alohida bo'limlariga emas, butunligicha taalluqli bo'lishi;
- hammaga tushunarli va bajarilishi mumkin bo'lishi kerak.

Tarkibiy qayta tuzish quyidag'i tuzilmalarda ishlab chiqarish dasturini o'zgartirishni va unga bog'liq yangiliklarni ko'zda tutadi:

- ishlab chiqarishda (ishlab chiqarish-texnik bazaning tarkibiy qismlari);
- funktsional (ijtimoiy mehnat taqsimoti vazifalarini amalga oshirishda);
- axborot (foydalaniladigan axborot tizimlarida);
- tashkiliy (iqtisodiy-huquqiy shakllar va korxonada qabul qilingan huquq va majburiyatlar taqsimotida);
- kasbiy (xizmatchilarning kasb va malaka tarkibida);
- moliyaviy (aktivlar va passivlar).

O'zbekiston sharoitida boshqaruv va xo'jalik faoliyatini ajratish raqobat muhitini rivojlantirishning muhim iqtisodiy instituti sifatida namoyon bo'ladi. O'zbekistonda amalga oshirilayotgan ma'muriy islohotlar davlat va mintaqaviy boshqaruv organlari tarkibini sezilarli optimallashtirishga imkon berdi va apparat soni hamda unga xizmat ko'rsa-tish xarajatlarining qisqarishiga olib keldi. Kichik biznesni rivojlantirish raqobat muhitini yaratishning muhim institutlaridan biridir. Kichik korxonalar iste'mol bozoridagi talab va taklifni yaxshiroq his qiladi, beqaror iqtisodiyot sharoitida o'z faoliyati strategiyasini tezroq moslashtiradi, raqobatni qo'llab turishni kafolatlaydi, salmoqli mehnat resurslarini safarbar qiladi, iqtisodiy islohotlar davrida yirik korxonalar uchun o'ziga xos bufer rolini o'ynaydi va ularni inqirozdan asraydi.

## **14.2. Kichik biznesni rivojlantirish raqobat muhitini shakllantirishning asosi sifatida.**

Bozor islohotlarini chuqurlashtirish va iqtisodiyotni erkinlashtirish jamiyatni demokratiyalashtirish va yangilash, aholi farovonligini oshirish maqsadiga qaratilgan bo'lib, raqobatbardosh iqtisodiyotni har tomonlama rivojlantirishni taqozo etadi, unda esa kichik biznes va xususiy tadbirkorlik aloxida o'rin egallaydi. Mamlakatimiz Prezidenti I.A.Karimov ta'kidlaganidek: "O'zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishga asosiy e'tiborni qarataramiz, shu orqali uchta muxim masalani yechishni ko'zda tutamiz. Birinchi masala - yaqin besh-o'n yil ichida ushbu sohada yalpi ichki mahsulotning 50-60 foizini ishlab chiqarishga erishish. Ikkinchi masala -bu sohani rivojlantirish aholini ish bilan ta'minlash va uning daromadlari o'sishining eng muhim manbalaridan biriga aylanishi lozim. Doimiy diqqat markazimizda turishi kerak bo'lgan uchinchi masala -mamlakatimizdagi siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy barqarorlikning poydevori bo'lmish kichik va o'rta mulkdorlar sinfini shakllantirishdan iborat".<sup>1</sup>

Tadbirkorlik sub'ektlari, o'zining moslashuvchanligi va nisbatan kam kapital xarjligi tufayli yirik korxonalariga qaraganda ishlab chiqarishni modernizatsiyalash va mahsulot turini yangilashni muvaffaqiyatliroq ta'minlamoqda, bozor talabiga tezroq moslashmoqda, axoli bandligi masalasini xal qilmoqda. O'zbekistonning demografik xususiyati shundan iboratki, mamlakatda aholi o'sish sur'atlari ancha yuqori bo'lib, aholining 60 foizdan ortig'i qishloqda yashaydi, shuning uchun bandlikni ta'minlash masalasi ancha dolzarb ahamiyat kasb etadi.

O'zbekistonda biznes-muxitni rivojlantirishga xalal berayotgan asosiy kamchiliklarga quyidagilarni kiritish mumkin:

1. Tadbirkorlar va aholidan undiriladigan soliq stavkalarining yuqoriligi. Ko'p sonli soliqlar va to'lovlar korxonalar daromadining 90% igacha yetmoqda, oqibatda kichik korxonalar qanchalik muxim xo'jalik ahamiyatiga ega bo'lmasin, inqirozga yuz tutmoqda.

2. Tadbirkor manfaatlariga yetarlicha e'tibor berilmasligi. Bozor iqtisodiyotini barpo etish mantiqan "pastdan-yuqoriga" - tadbirkor manfaatlaridan uni ro'yob qiladigan va unga xizmat qiladigan markazlashgan bozor infratuzilmasi (soliq, kredit siyosati, banklar, birjalar va xokazo) tomon harakatni taqozo etadi.

3. Tadbirkor uchun tadbirkorlik faoliyatini boshlashga boshlang'ich kapitalni shakllantirish manbalarining deyarli yo'qligi. Kreditlash masalasi tadbirkorlarning ko'pchiligi uchun muammolidir, chunki foiz stavkalari juda yuqori va tijorat banklari katta tavakkalchilik borligi hamda kafolatning yo'qligi sababli biznesga pul tikishni istamaydi.

Maxalliy kichik tadbirkorlikning o'ziga xos belgisi shundan iboratki, bugungi kunda aynan shaxsiy, yakka tartibdagi biznes sub'ektlari sonining o'z-o'zidan ortishi yuz bermoqda, boshqa kichik tadbirkorlik shakllari esa ancha sekin rivojlanmoqda. Yuridik shaxs tashkil qilmasdan faoliyat yurituvchi kichik tadbirkorlik sub'ektlari yuridik shaxs tashkil qilgan sub'ektlarga nisbatan ko'proq davlat imtiyozlariga ega. Yakka tartibdagi tadbirkorlik boshqa kichik tadbirkorlik sub'ektlari uchun jiddiy raqobatchiga aylanmoqda, bu esa ularning keyingi rivojiga salbiy ta'sir ko'rsatadi va turli xo'jalik yuritish shakllaridagi kichik korxonalarining o'z-o'zidan yo'q bo'lib ketishiga olib keladi

Demak, keyinchalik tadbirkorlik faoliyatini yakka tartibda yuritish foydali bo'lib qoladi.

---

<sup>1</sup> Manba: Xalq so'zi, №28, 10.02.2004 y.

### **14.3. O'zbekistonda raqobatbardosh qimmatli qog'ozlar bozorini rivojlantirish muammolari.**

Har qanday mamlakat bozorining raqobatbardoshligi kontseptual jihatdan umuman olganda ikkita asosiy va majburiy tarkibiy qismdan - tovarlar raqobatbardoshligi va ko'rsatnadigan xizmatlar raqobat-bardoshligidan iborat.

Qimmatli qog'ozlar bozoridagi tovar - bu qimmatli qog'ozlardir. Ma'lumki, har qanday qimmatli qog'ozning raqobatbardoshligi korxonalar - emitentning raqobatbardoshligi bilan, uning tovar, pul va boshqa bozorlarda, jumladan, chet el bozorlarida raqobat qila olishi qobiliyati bilan uzviy bog'liqlikda qaralishi kerak. Boshqacha aytganda, bu yerda gap muomalaga chiqarilayotgan qimmatli qog'ozlarning sifati haqida ketyapti. Bu fond bozori raqobatbardoshligining, aytaylik, ichki tomonidir.

Qimmatli qog'ozlar bozorida ko'rsatilayotgan xizmatlar raqobatbardoshligiga kelsak, bunda biz fond bozorining milliy professional ishtirokchilarining qimmatli qog'ozlar bozorida narxi, sifati va muddatlari bo'yicha jahon andozalariga mos xizmat ko'rsatishini, bozorning xam ichki, ham tashqi ishtirokchilarini qoniqtirishini tushunamiz. Bu - fond bozori raqobatbardoshligiing tashqi tomonidir.

Respublikamiz qimmatli qog'ozlar bozoridagi tovarning sifati haqida quyidagilarni aytish mumkin. Ma'lumki, bunday tovarlar aksiyalar, obligatsiyalar, depozitli sertifikatlar va g'azna majburiyatlaridir. Agar o'z vaqtida (1996-1999 yillar) davlatning qisqa muddatli obligatsiyalari ichki investorlar uchun fond bozorining juda ommabop va katta foyda beruvchi vositasi bo'lgan bo'lsa, hozirgi vaqtda ular o'zining jozibadorligini yo'qotgan, chunki ushbu qimmatli qog'ozlarning daromadligi ancha pasayib ketgan. Bunga yana inflyatsiyaning ta'sirini qo'shadigan bo'lsak, xo'jalik sub'ektlari bunday qimmatli qog'ozlarni sotib olishdan foyda ko'rmaydi. SHuning uchun ularni qimmatli qog'ozlar bozoridagi raqobatbardosh tovar sifatida qabul qilish to'g'ri bo'lmaydi.

Umuman olganda esa, mamlakatimizdagi davlat qimmatli qog'ozlar bozorini muvaffaqiyatli rivojlantirish uchun yuqorida tilga olingan bazaning mavjudligiga qaramay, uni raqobatbardosh deb atab bo'lmaydi.

O'zbekiston fond bozorining muayyan raqobatbardoshlikka da'vo qiluvchi muxim vaistiqbolli bo'g'inlari, fikrimizcha, korxonalar aksiyaya va obligatsiyalari bozori (korporativ qimmatli qog'ozlar bozori deb ham ataladi) va depozitli sertifikatlarining birlamchi bozoridir.

Mahalliy qimmatli qog'ozlar bozorining raqobatbardoshligini oshirish muammosi nuqtai nazaridan ularning likvidligini, birinchi galda, aksiyalar likvidligini oshirish muhim ahamiyatga ega. Qimmatli qog'ozlarning likvidligi bozorning barcha ishtirokchilari faolligini belgilasa, uning o'zi emitentlarning moliyaviy ahvoriga bevosita bog'liq. Aktsiyador jamiyat faoliyati qanchalik yaxshi, barqaror bo'lsa, uning aksiyalari likvidligi ham shunchalik yuqori bo'ladi va ular fond birjasida va birjadan tashqari bozorlarda shunchalik tez sotiladi, aksiyalarning raqobatbardoshligi ham shunchalik yuqori bo'ladi.

SHuni nazarda to'tish kerakki, mahalliy aktsiyadorlik jamiyatlarining aksariyati davlat korxonalarini xususiy lashtirish yo'li bilan tashkil qilingan. Korxonani xususiy lashtirish jarayoni korxonalar mulki qiymatini baholash, ta'sis hujjatlarini tayyorlash, aksiyalar emissiyasi (blanklar uchun pul to'lash yoki depozitariy xizmatlari uchun hisob-kitob qilish), konsalting xizmatlarga bog'liq bo'lgan muayyan qo'shimcha xarajatlarni taqozo qiladi. Korxonalar xususiy lashtirilgandan so'ng nodavlat tuzilmaga aylanib, ilgari imtiyozlardan foydalanmaydi va xo'jalik yuritishning bozor tamoyillari bo'yicha ishlaydi. Boshida mulkchilikning xususiy shakliga ega bo'lgan yangi xo'jalik sub'ekti bankdan kredit olishda, o'z mahsulotini sotishda xom ashyo, butlovchilarni zarur rentabellikni ta'minlaydigan narxlarda sotib olishda qiyinchiliklarga uchraydi.

Mana shu ob'ektiv sabablar tufayli, shuningdek, ijroiya tashkilotlarning savodsiz xatti-harakatlari oqibatida aktsiyador jamiyatlarda katta kreditorlik qarzi, soliqlar bo'yicha qarzdorlik,

byudjetdan tashqari fondlarga badallar va boshqa to'lovlar bo'yicha qarzдорlik paydo bo'ladi, rivojlanish uchun aylanma mablag'lar bo'lmaydi. Ayrim korxonalarda soliqlar bo'yicha qarzlار ustav fondi qiymatidan ham oshib kyotadi. "Eski" qarzlار rentabelli moliyaviy jadval ishlab chiqishga yo'l qo'ymaydi.

Mahalliy qimmatli qog'ozlar bozorining raqobatbardoshligini oshirishda fond bozorining mahalliy va xorijiy ishtirokchilariga, investorlar va emitentlarga ko'rsatilayotgan servis xizmatlarini to'g'ri muvofiqlashtirish muxim ahamiyatta ega.

### **Tayanch so'z va iboralar**

Qimmatli qog'ozlar. Mulkchilik munosabatlari. Mikrodarajadagi qayta taqsimlanish. Tadbirkorlik sub'ektlari. Fond bozori. Soliq stavkalari.

O'zbekistonning demografik xususiyati. Fond bozori raqobatbardoshligi. Davlat imtiyozlari. Boshlang'ich kapitalni shakllantirish. Investorlar va emitentlar. Inflyatsiyaning ta'siri. kichik va o'rta mulkdorlar sinfini shakllantirish.

## **MAVZU-15. RAQOBATNI RIVOJLANTIRISHNING ZAMONAVIY TENDENTSIYALARI**

### **Reja:**

15.1.O'zbekiston iqtisodiyoti raqobatbardoshligini oshirishda modernizatsiyajarayonlarining o'rni

15.2.Iqtisodiyotdagi integratsiya jarayonlarining mmalakat iqtisodiyoti raqobatbardoshligiga ta'siri

15.3.Globallashuv va O'zbekistonning jahon xo'jaligiga integratsiyalashuviningbog'liqligi.

### **15.1. O'zbekiston iqtisodiyoti raqobatbardoshligini oshirishda modernizatsiya jarayonlarining o'rni.**

Milliy xo'jaliklar barqaror rivojlanishining muvaffaqiyatli strategiyasi, eng avvalo, raqobatbardosh iqtisodiy tizimning real sharoitlarini xolisona baholash va uni tushunib yetish hamda boshqarish mexanizmining yangi metodologik yo'nalishlarini ishlab chiqishga bog'liqdir. Turli darajada rivojlangan iqtisodiy tizimlar faoliyat yuritishining va iqtisodiyotning barqaror rivojlanishiga ta'sir ko'rsatadigan barcha omillarni e'tiborga oluvchi bozor muxitining qat'iy talabi sifatida raqobatbardoshlikni tan olishga asoslangan tizimli metodologik yondashuv milliy iqtisodiyotni takomillashtirishning to'liq tizimini tashkil etishga imkon yaratadi. Jahon talablarining o'zgarib turuvchi sharoitlarida bunday yo'nalishlar iqtisodiy tizimlarni libe-rallashtirish va davlatlarning milliy raqobatbardosh ustuvorliklaridan foydalanish hamda o'z iqtisodiyotini takomillashtirishni amalga oshirish mu-ammolarini birinchi navbatdagi vazifalari qatoriga kiritadilar.

Respublikada iqtisodiy modernizatsiya dinamikasi ishlab chiqarish munosabatlari va iqtisodiy aloqalarning o'zgarishida, jahon bozorining tarkibiy qismi sifatida milliy bozorning shakllanishida, O'zbekiston iqtisodiyotining tuzilmaviy qayta qurishda aks etayotgan iqtisodiy plyuralizm tomoniga jamiyatning harakatlanishini ko'rsatmoqda.

O'zbekistonda modernizatsiya jarayonining o'ziga xosligi xam bir qator xususiyatlarni oldinga surmoqda. Jamiyatimizda so'z faqat iqtisodiyotning ra- qobatbardoshligini oshirish tomoniga o'zgarish haqida emas, balki milliy iqtisodiyotni erkinlashtirish va uning vazifalarini

markazlashishdan xolis qilish, ya'ni iqtisodiy xavfsizlikni ta'minlab bera ola-digan yangi davlatchilikni va samarali iqtisodiyotni yaratish to'g'risida ham bormoqda.

Globalashuv jarayonlari bilan birga kuzatiladigan iqtisodiyotdagi tarkibiy islohotlar bir tekis bo'lmagan tavsifga ega. Bunda moliya va tovar bozorlari, mehnat va kapital bozorlari tubdan o'zgaradi. Bularning barchasi esa, o'z navbatida, kommunikatsiya oqimlari tuzilmalari va institutlarning o'zaro munosabatlari bo'yicha yuzaga kelgan xususiyatlarini xam sezilarli tarzda o'zgartirib yuboradi.

O'zbekistonda bozor iqtisodiyotiga o'tish jarayonlari va uning makroiqtisodiy dinamikaga ta'sirini tahlil qilish natijasida o'tish davri mobaynida milliy iqtisodiyot rivojlanishining uchta asosiy bosqichi aniqlandi.

I bosqich. Bozor asoslarini yaratish va iqtisodiyotning bosqichma-bosqich o'zgarishi (1991 yildan 1996 yil oxirigacha). Bunda O'zbekistonning SHarqiy Yevropa va MDHning boshqa mamlakatlaridan farq etuvchi o'ziga xosligi - iqtisodiy islohotlarning tadrijiy xarakteri va ijtimoiy-iqtisodiy barqarorlikni saqlab qolingandir. Islohotlarning dastlabki yillarida hukumatning asosiy kuchi bozor iqtisodiyotining me'yoriy-huquqiy bazasi va institutsional asoslarini yaratishga safarbar etildi, davlat boshqaruv organlarining vazifalari tubdan o'zgartirildi va kichik hamda xususiy biznesni rivojlantirish uchun barcha sharoitlar yaratib berildi.

II bosqich. Tashkiliy-huquqiy bazaning yaratilishi, davlatning tuzilmaviy- investitsiya siyosatini o'tkazishdagi ishtiroki, bozor islohotlarining bosqichma- bosqichligi. O'zbekistonda bir vaqtda uchta yirik va murakkab muammo hal etildi. Bu - iqtisodiyotda institutsional va tuzilmaviy qayta qurishlar makroiqtisodiy va moliyaviy barqarorlikni ta'minlash (1996-2000 yillar).

III bosqich. Bozor islohotlarini chuqurlashtirish va iqtisodiyotni liberallashtirish (2001 yildan hozirgacha). Bu bosqich boshqalaridan, eng avvalo, valyuta bozorini erkinlashtirish va soliq jarayonlarining ka-maytirilishi bo'yicha tashlangan katta qadamlari bilan ajralib turadi.

Bunda tovarlar eksporti va importi bilan shug'ullanuvchi tadbirkorlarni qayd qilish tadbirlarining soddalashtirilishi; Tashqi iqtisodiy aloqalar, investitsiya va savdo vazirligida import bo'yicha bitimlarni avvaldan ro'yxatdan o'tkazish tadbirining bekor qilinishi; raqobatbardosh tayyor iste'mol tovarlari ishlab chiqaruvchi, xorijiy investitsiyalar kiritilgan, qo'shimcha qiymat solig'idan tashqari byudjetga ajratiladigan barcha turdagi soliq va to'lovlardan ozod qilingan korxonalarining ishlab chiqarishini rag'batlantirish bo'yicha qo'shimcha tadbirlarning qabul qilinishi; turli operatsiyalar va axborot almashinuvi yago-na elektron tizimining yaratilishi ayniqsa muxim.

## **15.2. Iqtisodiyotdagi integratsiya jarayonlarining mamlakat iqtisodiyoti raqobatbardoshligiga ta'siri.**

Iqtisodiy integratsiya tovarlar savdosini erkinlashtirishdan boshlanib, uchinchi mamlakatlarga nisbatan umumiy bojxona tariflarini yaratishni ham o'z ichiga oladi, shuningdek, ishlab chiqarish omillarining davlatlaro erkin harakati bilan to'ldirilgan holda makroiqtisodiy siyosatni bir xillashtirish va davlatlar ustidan boshqaruv organlarini yaratish bilan tugallanadi. Integratsiya birlashmalari sonining tez sur'atlarda o'sishiga qaramay, ularning aksari qismi tashkil topishning boshlang'ich bosqichlaridadir.

MDH mamlakatlarida sho''ba korxonalarining ochilishi faol tarzda sotish talab etiladigan tovarlar savdosini kengaytirish, shartnomalar bo'yicha o'z vaqtida va to'liq ravishda yetkazib berilgan tovarlar uchun xech bir to'siqsiz hisob-kitob qilish muammolarini hal etishga imkon yaratadi.

Sanoat-texnik ahamiyatdagi mahsulotlar bo'yicha TMKni mashinasozlik mahsulotlari, shuningdek, murakkab assortimentdagi mahsulotlar ishlab chiqarish bo'yicha tashkil etish maqsadga muvofiqdir. Bunda filiallarning rentabelligini belgilash uchun MDHning mos

mamlakatlarida sotiladigan resurslar hajmini aniqlab olish talab etiladi.

TMK huquqiy holatini belgilashda BMT tomonidan TMK va hukumatlar o'rtasidagi munosabatlar majmuasini tartibga solib turuvchi hujjatlar ishlab chiqilishini ham e'tiborga olish taqozo etiladi. Ularda barcha davlatlar uchun ochiqbo'lgan global mexanizm, ya'ni o'ziga xos tartiblar majmuasini yaratish ko'zda tutiladi. Xususan, u TMKning quyidagi tamoyil, maqsad va vazifalarini nazarda tutadi:

- milliy suverenitetni to'liq hurmat qilish;
- davlatlarning tabiiy resurslari, moddiy boy-liklari va iqtisodiy faoliyati ustidan ajralmas suvereniteti;
- ichki va hukumatlararo munosabatlarga aralashmaslik;
- davlatning TMK faoliyatini tartibga solish va nazorat qilish, foydani taqsimlashda qatnashish va hududida joylashgan xorijiy mulkni milliy lashtirish huquqi;
- xalqaro huquqdan foydalanish, adolatli tartib va qonuniy faoliyatni himoya qilish. Milliy tartib rivojlanish sohasidagi milliy iqtisodiy reja va maqsadlarga mos kelgan taqdirda TMKga havola etiladi.

Fan-texnika taraqqiyoti omillarining qiyosiy tahlili jahon tajribasidan o'tgan rivojlanish modellarida asosiy farq qiluvchi omillarni aniqlashga imkon beradi. Bu bir tomondan, fan, ta'lim va ko'p ilm talab qiluvchi tarmoqlarni rivojlantirishga asoslangan dinamik o'sishdir. Urushdan keyingi davrlarda bu Yaponiya va Germaniyada, 80- yillarda Janubiy-SHarqiy Osiyoning yangi industrial mamlakatlarida kuzatilgan. Boshqa tarafdin, mazkur davrda maqbul innovatsiya muxitini yarata olmagan, fan va ta'lim tizimlari tanazzuliga olib kelgan inflyatsiya o'sishi Lotin Amerikasi mamlakatlari uchun xos bo'lgan.

SHu bilan birga, O'zbekistonda iqtisodiyotning raqobatbardoshlik muammosi, mamlakatning strategik jihatlarini ishlab chiqish uchun yetarli darajada aniq anglab yetilmagan. Iqtisodiyotning raqobatbardoshligi rivojlangan mamlakatlarning makrodarajadagi iqtisodiy siyosatining asosiy muammosi xisoblanadi. Bunda mamlakatlarning raqobatbardoshlik mezoni tizim rivojlanishining makro- va mikroiqtisodiy darajalari nuqtai nazaridan shakllanadi. Agar, birinchi holatda, u mamlakatning makroiqtisodiy doirasi, uning texnologik va institutsional rivojlanishiga taalluqli bo'lsa, mikroiqtisodiy yondashuv nuqtai nazardan esa milliy kompaniyalarning faoliyati va strategiyasi hamda milliy biznes-muxit sifati baholanadi.

### **15.3. Globallashuv va O'zbekistonning jahon xo'jaligiga integratsiyalashuvining bog'liqligi.**

Zamonaviy globallashuv jarayoni avvalgi integratsiya jarayonlaridan ma'lum qadar farq qiladi. Eng avvalo, bu juda ko'p mamlakatlarning savdo, moliya, investitsiya va axborotlar uchun o'z chegaralarini ochishida ko'rinadi. Nafaqat rivojlangan mamlakatlar, balki rivojlanayotgan mamlakatlar ham o'z iqtisodiyotlarida umumjahon tamoyillariga muvofiq ravish-da islohotlar o'tkazmoqdalar.

Zamonaviy axborot texnologiyalari ishlab chiqaruvchilar bilan iste'molchilar o'rtasida jismoniy munosabatlar zaruriyatini kamaytirdi va avval xalqaro bozorlarda sotishning iloji bo'lmagan ba'zi xizmatlarni savdo ob'ektiga aylantirishga imkon berdi. Bunda tovar va xizmatlar aylanmasi bo'yicha xarajatlar ancha qisqardi.

Zamonaviy dunyoda mamlakatlarning tutgan o'rni, bugungi kunda, eng avvalo inson kapitalining sifati, ta'lim holati va ishlab chiqarishda fan va texnikadan foydalanish darajasi bilan

belgilanadi. Ishchi kuchi va xom ashyo resurslarining seroblighi xozigi kunda raqobat afzalligi sifatida ko'rilmaydi, chunki mahsulot tannarxining yaratilishida bu omillarning ulushi kamayib bormovda.

Investitsiya jarayonlari va hodisalarining o'sib borayotgan o'zaro bog'liqligi sifatida e'tirof etiladigan globallashuv natijasida, nafaqat o'zaro, balki davlat bilan teng asoslarda birgalikda xarakat qiluvchi jaxon kapitali, xalqaro korporatsiyalar, xalqaro investitsiya institutlari, transmilliy boshqaruv tuzilmalaribosimi ostida sekinasta milliy davlat suvereniteti emirilib boradi. Globallashuvning bu jihati mazkur jarayonning hozirgi zamon bosqichi uchun ayniqsa xos. Nafaqat rivojlanish darajasi, balki jahon xo'jaligi va xalqaro mehnat taqsimotiga (XMT) jalb etilganlik darajasi bo'yicha xam turlicha bo'lgan tizimlarning o'zaro ta'siri jahon xo'jaligining eng muhim muammosi xisoblanadi. Hozirgi zamon jaxon iqtisodiyotining o'ziga xos xususiyati - integratsiya, buning ustiga umumiy, ya'ni kapital, ishlab chiqarish, mehnat integratsiyasi.

So'nggi yillarda integratsiya yangi mamlakat va mintaqalarni qamrab oldi va quyidagi yo'nalishlar bo'yicha rivojlanmoqda:

- ishlab chiqarish kuchlarining baynalmilallashuvi;
- xalqaro mehnat taqsimotining baynalmilallashuvi;
- moddiylashgan tovarlar bo'yicha an'anaviy xalqaro savdo xususiyatining sifat o'zgarishi va ko'lamlarning kengayishi;
- turli mamlakatlarda iqtisodiy faoliyatning chatishib ketishi va o'zaro bog'liqligini ta'minlovchi moliyaviy va ishlab chiqarish resurslarining xalqaro miqyosdako'chib yurishi;
- xizmat ko'rsatish sohasining rivojlanishi;
- ilmiy-texnik bilimlar bilan xalqaro almashinuv;
- ishchi kuchining xalqaro migratsiyasi;
- zamon talablaridagi global muammolar (tabiatni muxofaza qilish, Dunyo okeani, kosmosni o'zlashtirish, rivojlanayotgan mamlakatlarning och axolisiga yordam ko'rsatish va boshqalar)ni hal etishga yo'naltirilgan xalqaro hamkorlik.

Integratsiya iqtisodiy rivojlanish darajasi bo'yicha yaqin bo'lgan milliy xo'jaliklarning barqaror iqtisodiy munosabatlari va mehnat taqsimoti rivojlanishining ob'ektiv jarayonidir. Tashqi iqtisodiy ayirboshlash va ishlab chiqarish sohasini qamrab olgan xolda, u milliy xo'jaliklarning zich chatishib ketishi, mintaqaviy xo'jalik majmualarining yaratilishiga olib keladi.

Xalqaro iqtisodiy integratsiya (XII) - alohida milliy xo'jaliklar o'rtasidagi barqaror o'zaro munosabatlarning chuqur rivojlanishi va mehnat taqsi-motiga asoslangan ravishda mamlakatlarning iqtisodiy va siyosiy birlashishi, ular iqtisodiyotining turli darajada va turli sohalarda birgalikda faoliyat ko'rsatish jarayonidir..

Hozirgi zamon jahon iqtisodiyotida ikkita asosiy yo'nalish mavjud:

1. Mamlakatlar o'rtasidagi iqtisodiy aloqalarning rivojlanishi, savdoni erkinlashtirish, zamonaviy kommunikatsiya va axborot tizimlarining, jahon texnik standart va me'yorlarining yaratilishi natija-sida jahon xo'jaligining yaxlitlashuvi, globallashuvining kuchayishi.

2. Mintaqaviy darajada mamlakatlarning o'zaro iqtisodiy yaqinlashuvi va faoliyati, jahon xo'jaligining nisbatan mustaqil markazlarini yaratish yo'nalishida rivojlanayotgan yirik mintaqaviy integratsiya tuzilmalarining shakllanishi.

Jaxon xo'jalik tizimi doirasida integratsiya, savdoni yanada erkinlashtirish yo'lidagi qadam yoki, aksincha, savdo oqimlari yo'lidagi cheklashlardan iborat bo'lib qolmayotganligi nuqtai nazaridan baxolanishi kerak. Zamonaviy jahon xo'jaligi juda xilma-xil. Uning tarkibiga o'zining ijtimoiy tuzilmasi, siyosiy tarkibi, ishlab chiqarish kuchlari va munosabatlarning rivojlanganlik darajasi, shuningdek, iqtisodiy munosabatlarning ko'lamlari va usullari, shuningdek, xususiyatlari bilanfarq qiluvchi davlatlar kiradi.

SHunga bog'liq ravishda, global jarayonlar bilan birga kuzatiladigan barqaror rivojlanish iqtisodiy munosabatlarni tartibga solishning mamlakat ichida, davlatlararo va xalqaro darajalardagi yangi qirralarini shakllantirishni maqsad qilib qo'yadi. SHu sababli, bozor islohotlarini yanada chuqurlashtirish sharoitlarida raqobatbardoshlik va iqtisodiyotni ri-vojlantirishning barqarorligi masalalari milliy xo'jalik yuritish nazariyasi va amaliyotida eng muhim o'rinni egallaydi.

### **Tayanch so'z va iboralar**

Globalashuv. Integratsiya. Tizimli metodologik yondashuv. Jaxon xo'jaligi integratsiyasi. Global jarayonlar. Savdoni yanada erkinlashtirish. Xalqaro mehnat taqsimoti. Xalqaro investitsiya institutlari. Transmilliy boshqaruv tuzilmalari. Ishchi kuchi va xom ashyo resurslari. Mamlakatlarning savdo, moliya, investitsiya va axborotlar uchun o'z chegaralarini ochishi.



# **AMALIY MASHG'ULOTLAR**

## **1-mavzu Raqobat nazariyasi evolyutsiyasi**

1. "2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasi"ning Iqtisodiyotni yanada rivojlantirish va liberallashtirishning ustuvor yo'nalishlari
2. Raqobatning iqtisodiy mazmuni va shakllanishining asosiy tamoyillari
3. Raqobat nazariyalari
4. Raqobatning asosiy vazifalari, turlari va usullari
5. Raqobat strategiyasi va raqobat bosqichlari

## **2-mavzu Mukammal va nomukammal raqobat nazariyalari**

1. Mukammal raqobat tushunchasi mazmuni. Mukammal raqobatdagi bozor modelishartlari.
2. Nomukammal raqobat turlari, amalga oshish sabablari
3. Monopoliyalarning iqtisodiy asosi va ularning turlari.

## **3-mavzu Raqobat kuchlari nazariyasi**

1. M. Porterning raqobatning besh kuchi nazariyasi
2. Raqobat 5 kuchi nazariyasining oltin qoidasi
3. Korxonalar (firmalar) SWOT analizini qo'llash sxemasi
4. SWOT analizi bosqichlari
5. "McKinsey 7S" tahlil modeli
6. Firmaning strategik holatini baxolash ko'rsatkichlari

## **4-mavzu Raqobatbardoshlik va uning namoyon bo'lish shakllari**

1. Raqobatbardoshlik tushunchasining iqtisodiy mazmuni va o'ziga xos xususiyatlari.
2. Raqobatbardoshlikni tavsiflovchi muhim ko'rsatkichlar.
3. Makroiqtisodiy, mezon iqtisodiy va mikroiqtisodiy darajadagi raqobatbardoshlikni baholash

## **5-mavzu Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini baholashga nisbatan uslubiy yondashuvlar**

1. Raqobatbardoshlik darajalari
2. Tovar raqobatbardoshligini baxolash bosqichlari
3. Raqobatbardoshlikni shakllantirish va rivojlantirishning M. Porter modeli (milliy romb)

## **6-mavzu Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishning ijtimoiy omillari**

1. Inson kapitali rivojlanishining nazariy asoslari.
2. Ishchi kuchi takror ishlab chiqarish xarajatlari tarkibi va ularning samaradorligi.
3. Ta'lim milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishning omilli sifatida.

## **7-mavzu Raqobatbardoshlikni oshirishda narx siyosatidan foydalanish va narx shakllanishining boshqarish usullari**

- 1.Raqobatning turli ko'rinishlari sharoitida raqobatbardoshlikni oshirishdanarx omilidan foydalanish
- 2.Raqobatlik narxlar shakllanishida davlat narx siyosatining o'rni
- 3.Narx shakllanishining makro va mikroiqtisodiy shart-sharoitlari
- 4.Monopol bozorlarida narx shakllanishini boshqarish usullari

## **8-mavzu Raqobat ustunligi va unga erishish kontseptsiyalari**

- 1.“Barqaror strategiya, tuzilma va raqobatchilik” sifatida belgilangan raqobatjihatdan ustunligini shakllantirishning eng muhim omili
- 2.Iqtisodiyot raqobatbardoshligini belgilab beruvchi omillar ta'siriga ko'rabosqichlarga bo'linishi
- 3.Milliy iqtisodiyotni raqobatbardoshligining xalqaro iqtisodiyotda namoyonbo'lishi

## **9-mavzu Milliy iqtisodiyotning raqobat ustunliklarinishakllantirishning metodologik asoslari**

- 1.Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini davlat tomonidan tartiblashnisababalari
- 2.Klasterlarni shakllantirish–iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirishning muhim omili.
- 3.O'zbekistonda paxta majmuining tarkibi va takomillashtirish yo'nalishlari
- 4.Raqobatbardoshlikni baholashning tabaqalashuvi

## **10-mavzu Raqobatning innovatsiyalarni tadbiq etish strategiyasi**

- 1.Davlat investitsiya siyosatining milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishdagi roli.
- 2.Iqtisodiyotningrealsektoritararmoqlaridaraqobatmuhitinishallantirishning innovatsion omillari.
- 3.Raqobatning kuchayishi sharoitida mintaqalarni rivojlantirishning investitsiyaviy-innovatsion strategiyasi.

## **11-mavzu Raqobatning differentsiallashtirish strategiyasi**

- 1.Differentsiallashtirishning iqtisodiy mazmuni va xususiyatlari
- 2.Firmaning bozordagi hukmronligini oshishi
- 3.Tovarni differentsiallashtirishda raqobat ustunligiga erishish manbalari

## **12-mavzu Raqobatning bozor taxmonlari strategiyasi**

- 1.Raqobatning bozor taxmonlaristategiyasi, faoliyatni iste'molchilarning alohida guruhiga ixtisoslashuvi
- 2.Maqsadli bozor talablarini qondirish imkoniyatlari
- 3.Iste'molchilar talabining xilma-xilligi

### **13-mavzu O'zbekistonda raqobatchilik muxitining vujudgaketishi va monopoliyaga qarshi qonunchilik**

- 1.Raqobatchilik muhitining vujudga kelishi va uni saqlashda davlatning roli
- 2.Respublikamizda sog'lom raqobat muhitini yaratishga oid O'zbekiston Respublikasining maxsus qonunlari.
- 3.O'zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirish davlat qo'mitasining iqtisodiyotni barqaror rivojlanishidagi roli.

### **14-mavzu Milliy iqtisodiyotda raqobat muhitini shakllantirishning institutsional asoslari**

- 1.Iqtisodiy institutlar milliy iqtisodiyotda raqobat muhitini shakllantirish sifatida.
- 2.Kichik biznesni rivojlantirish raqobat muhitini shakllantirishning asosisifatida.
- 3.O'zbekistonda raqobatbardosh qimmatli qog'ozlar bozorini rivojlantirish muammolari.

### **15-mavzu Raqobatni rivojlantirishning zamonaviytendentsiyalari**

- 1.O'zbekiston iqtisodiyoti raqobatbardoshligini oshirishda modernizatsiya jarayonlarining o'rni
- 2.Iqtisodiyotdagi integratsiya jarayonlarining mamlakat iqtisodiyoti raqobatbardoshligiga ta'siri
- 3.Globallashuv va O'zbekistonning jahon xo'jaligiga integratsiyalashuvining bog'liqligi.

---

**MUSTAQIL TA'LIMNI BAHOLASH BO'YICHA  
USLUBIY KO'RSATMA**

---

«Hozirgi zamon raqobat nazariyasi» fanidan talabalar mustaqil ishlarini tashkil etish, nazorat qilish va baholash bo'yicha tayyorlangan ushbu uslubiy ko'rsatma bakalavr bosqichi 60310100 – Iqtisodiyot (tarmoqlar va sohalar bo'yicha), 410000 - Biznes va boshqaruv, 60411700 – Logistika (yo'nalishlar bo'yicha) yo'nalishi 2-kurs bakalavryat talabalarining mazkur fandan mustaqil ishini tashkil etish va nazorat qilishda foydalanish uchun tavsiya etiladi.

Mustaqil ishning o'ziga xosligi shundaki, o'quv faoliyatining bu qismi talabalarning mustaqil faolligi hamda tegishli professor-o'qituvchilarning nazorati asosida tashkil etilib, o'quv rejada semestrlar bo'yicha belgilangan soatlar hajmiga ko'ra amalga oshiriladi. Xususan, magistratura bosqichi 230101–“Iqtisodiy nazariya” yo'nalishi uchun «Monetar siyosat nazariyasi» fani bo'yicha mustaqil ishlarining umumiy hajmi o'quv rejada 40 soat miqdorida belgilangan.

Mazkur uslubiy ko'rsatmada talabalar mustaqil ishlarining asosiy shakllari va ularning mazmuni, mustaqil ishni amalga oshirishda talaba bajarishi lozim bo'lgan vazifalar, mustaqil ishni bajarish bo'yicha maslahatlarni tashkil etish, ularni nazorat qilish va baholash tartibi bayon etilgan.

### 1. Talabalar mustaqil ishlarining mazmuni va asosiy shakllari

«Hozirgi zamon raqobat nazariyasi» fani bo'yicha talabalar mustaqil ishlarini tashkil etish ularda iqtisodiy bilim, dunyoqarash, ijtimoiy faollik va mustaqil fikrlashni shakllantirishga qaratilgan tadbirlar tizimini o'z ichiga oladi. U o'quv rejasi va fanlar dasturlarida ko'zda tutilgan zarur bilimlar va ko'nikmalarning talabalar tomonidan oqilona, kam vaqt va kuch sarflab o'zlashtirilishini ta'minlaydi.

«Hozirgi zamon raqobat nazariyasi» fanini o'qitish jarayonini takomillashtirish, talabaning qiziqishlarini, anglash faolligini va mustaqil ishlarini rivojlantirish yo'nalishida boradi, bunda ijodiy fikrlash, mustaqil o'qish, ko'nikma va layoqatlarishakllanadi.

**Talaba mustaqil ishi** – muayyan fandan o'quv dasturida belgilangan bilim, ko'nikma va malakaning ma'lum bir qismini talaba tomonidan fan o'qituvchisi maslahatiga tavsiyalari asosida auditoriya va auditoriyadan tashqarida o'zlashtirishiga yo'naltirilgan tizimli faoliyatdir.

Mustaqil ishni bajarishdan **asosiy maqsad** – «Yashil Iqtisodiyot va barqaror biznes» kafedra professor-o'qituvchilarining bevosita rahbarligi va nazorati ostida talabalarni semestr davomida fanni uzluksiz o'rganishini tashkil etish, olingan bilim va ko'nikmalarni yanada mustahkamlash, kelgusidagi darslarga tayyorgarlik ko'rish, aqliy mehnat madaniyatini, yangi bilimlarni mustaqil ravishda izlab topish va qabul qilishni shakllantirish hamda ushbu tariqa universitetda raqobatbardosh kadrlarni tayyorlashga erishishdan iborat.

Mustaqil ish uchun beriladigan topshiriqlarning shakli va hajmi, qiyinchilik darajasi semestrndan–semestrga ko'nikmalar hosil bo'lishiga muvofiq ravishda o'zgarib, oshib borishi lozim. Ya'ni, talabalarning topshiriqlarni bajarishdagi mustaqilligi darajasini asta-sekin oshirib, ularning topshiriqlarni bajarishga tizimli va ijodiy yondoshishga o'rganib borishi kerak.

«Hozirgi zamon raqobat nazariyasi» fani bo'yicha talabalar mustaqil ishini tashkil etishda talabaning akademik o'zlashtirish darajasi va qobiliyatini hisobga olgan holda **quyidagi shakllardan** foydalanish mumkin:

- fanning ayrim mavzularini o'quv adabiyotlari yordamida mustaqil o'zlashtirish, o'quv manbalari bilan ishlash;
- seminar mashg'ulotlariga tayyorgarlik ko'rib borish;
- belgilangan mavzular bo'yicha referat tayyorlash;
- O'zbekiston Respublikasi qonunlari, Prezident qarorlari va farmonlari hamdaboshqa me'yoriy hujjatlarni konspektlashtirish;
- testlar yechish;
- amaliyotdagi mavjud muammoning yechimini topish bo'yicha keyslar yechish;
- munozarali savollar va topshiriqlarga tayyorgarlik ko'rish;
- talabalarning ilmiy jamiyatlari va to'garaklarida ishtirok etish;

- ko'rgazmali vositalar tayyorlash;
- kurs ishi (loyihalari)ni bajarish;
- hisob-kitob va grafik ishlarini bajarish;
- ilmiy maqola, tezislari va ma'ruza matnlarini tayyorlash;
- "talaba-o'qituvchi-kutubxona" kunida fan bo'yicha yangi o'quv adabiyotlari sharhini o'qituvchi bilan hamkorlikda tayyorlash;
- axborot resurs markazida belgilangan mavzular bo'yicha nazariy, amaliy va statistik ma'lumotlarni yig'ish, qayta ishlash va muayyan tizimga solish;
- belgilangan mavzular bo'yicha zamonaviy axborot texnologiyalari yordamida taqdimot materiallari tayyorlash;
- talabalar yotoqxonasiidagi ma'naviyat xonasi, kutubxona, zamonaviy axborot texnologiyalar markazi imkoniyatlaridan foydalanilgan holda mustaqil o'qish jarayonlarida ishtirok etish;
- fakultativlar va maxsus seminarlar ishlarida ishtirok etish;
- kafedralar va fakultetlarning ilmiy hamda ilmiy-uslubiy ishlarida ishtirok etish va boshqalar.

Talabalarning mustaqil ishi ta'lim va tarbiyaning shunday vazifalariga bo'ysundirilganki, butun o'quv jarayoni to'laligicha talabalar tomonidan faol, ongli, puxta va tizimli ravishda fan asoslarini o'zlashtirish va ularda iqtisodiy dunyoqarashni shakllantirish imkonini beradi. Bu vazifalar ta'lim jarayoni va shaxsni shakllantirish qonuniyatlarini bilmasdan va foydalanmasdan turib hal qilinishi mumkin emas. Ularning mazmuniga qisqacha to'xtalib o'tamiz.

**Mavzuni mustaqil o'zlashtirish.** Fanning xususiyati, talabalarning bilim darajasi va qobiliyatiga qarab ishchi o'quv dasturiga kiritilgan alohida mavzular talabalarga mustaqil ravishda o'zlashtirish uchun topshiriladi. Bunda mavzuning asosiy mazmunini ifodalash va ochib berishga xizmat qiladigan tayanch iboralar, mavzuni tizimli bayon qilishga xizmat qiladigan savollarga e'tibor qaratish, asosiy adabiyotlar va axborot manbalarini ko'rsatish lozim.

Topshiriqni bajarish jarayonida talabalar mustaqil ravishda o'quv adabiyotlaridan foydalanib, ushbu mavzuni konspektlashtiradilar, tayanch iboralarning mohiyatini anglagan holda mavzuga taalluqli savollarga javob tayyorlaydilar. Zarur hollarda (o'zlashtirish qiyin bo'lsa, savollar paydo bo'lsa, adabiyotlar yetishmasa, mavzuni tizimli bayon eta olmasa va h.k) o'qituvchidan maslahatlar oladilar. Mustaqil o'zlashtirilgan mavzu bo'yicha tayyorlangan matn o'qituvchiga himoya qilish orqali topshiriladi.

O'quv jarayonining ajralmas tarkibiy qismi bo'lgan iqtisodiyot nazariyasi fani bo'yicha mustaqil ishlar ko'proq referatlar qo'rinishida bo'lib kelmoqda. Referat talabalar ilmiy ishlarining birinchi shaklidir. Talabalar ilmiy ijodi o'quv jarayonlaridan biri sifatida o'qitish, bilim berish va tarbiyalash vazifalarini bajarishda o'z xususiyatlariga ega. Talaba tadqiqot faoliyatiga jalb qilinib, ilmiy adabiyotlar bilan ishlash, statistik va boshqa materiallarni yig'ish, qayta ishlash va tahlil qilish ko'nikmalariga ega bo'ladi, o'rganilayotgan hodisani tanqidiy baholashga o'rganadi, nazariyani amaliyot bilan bog'laydi va h. k.

Agar referat tayyorlashning darslik bo'yicha tayyorlangan seminar mashg'ulotidagi chiqishga qaraganda mazmun va sifat jihatdan yuqoriligi hisobga olinsa, referat shubhasiz katta foyda keltiradi. Talaba auditoriya oldida referatda bayon qilingan qoidalarni himoya qilishga, yoqlashga tayyorlanishi kerak, iqtisodiyot nazariyasini o'rganishda bu muhim ahamiyatga ega.

**Referat** - bu talabalar mustaqil ishlarining samarali shakllaridan biridir. Mazkur shakl talaba tomonidan referat mavzusini tanlash, unda yoritiladigan masalalar mazmunini oldindan rejalashtirish, referatni tayyorlash va muhokama qilishning barcha bosqichlarida kafedra professor-o'qituvchilarining tashkiliy-uslubiy yordami va maslahati asosidagina samarali amalga oshishi mumkin. Bu yerda o'qituvchi tomonidan talabalarning referat ishlariga rahbarlik qilish qanchalik batafsil va malakali amalga oshirilganligi va referatlarga talabalar mezoni qanchalik to'g'ri qo'yilganligi albatta, hal qiluvchi ahamiyatga ega. Topshiriq talabalarning referat yozish ko'nikmalarini, ilmiy qiziqishlari va bilim darajasini hisobga olgan holda berilishi juda muhim.

**Ko'rgazmali vositalar tayyorlash.** Talabaga muayyan mavzuni bayon qilish va yaxshiroq o'zlashtirish uchun yordam beradigan ko'rgazmali materiallar tayyorlash vazifasi topshiriladi. Mavzu o'qituvchi tomonidan aniqlanib, talabaga ma'lum ko'rsatmalar, yo'l-yo'riqlar beriladi. Ko'rgazmali vositalarning miqdori, shakli va mazmuni talaba tomonidan mustaqil tanlanadi. Bunday vazifani bir mavzu bo'yicha bir necha talabaga yoki talabalar guruhiga topshirish ham mumkin.

**Mavzu bo'yicha testlar, munozarali savollar va topshiriqlar tayyorlash.**

Talabaga mustaqil ish sifatida muayyan mavzu bo'yicha testlar, qiyinchilik darajasi har xil bo'lgan masalalar va topshiriqlar, munozaraga asos bo'ladigan savollar tuzish vazifasi topshiriladi.

Bunda o'qituvchi tomonidan talabaga testga qo'yiladigan talablar va uni tuzish qonun-qoidalari, qanday maqsad ko'zda tutilayotganligi, muammoli savollar tuzishda mavzuning munozarali jihatlarini qanday ajratish lozimligi, topshiriqlarni tuzish usullari bo'yicha yo'l-yo'riq beriladi.

**Ilmiy maqola, tezislar va ma'ruzalar tayyorlash.** Talabaga biron-bir mavzu bo'yicha (mavzuni talabaning o'zi ham tanlashi mumkin) ilmiy maqola, tezis yoki ma'ruza tayyorlash topshirilishi mumkin. Bunda talaba o'quv adabiyotlari, ilmiy-tadqiqot ishlari, dissertatsiyalar, maqola va monografiyalar hamda boshqa axborot manbalaridan mavzuga tegishli materiallar to'playdi.

**Talabalarning ilmiy-nazariy konferentsiyalari** ham talabalar mustaqil ishlarining shakllaridan biridir. Kafedra professor-o'qituvchilari talabalar ilmiy-nazariy konferentsiyasini tashkil etish orqali o'z ishini guruhning kasbiy yo'naltirilganligini, a'zolarining yosh tarkibini, qiziqishlarini hisobga olib, tabaqalashgan holda tashkil qilishi kerak. Faqat shu holdagina talabalarning konferentsiyani o'tkazishda faol ishtiroki va manfaatdorligi ta'minlanadi. Talabalarning ilmiy-nazariy konferentsiyalarini bosqichma-bosqich o'tkazish maqsadga muvofiqdir. Iqtisodiyot nazariyasi fani bo'yicha talabalarning ilmiy-nazariy konferentsiyalarini quyidagi bosqichlarda amalga oshirish maqsadga muvofiqdir:

1-bosqich – fan o'qitilayotgan barcha o'quv guruhlarida konferentsiyalarni o'tkazish;

2-bosqich – har bir guruhda tanlab olingan talabalarning eng yaxshi ma'ruzalarini fakultet va fakultetlararo konferentsiyaga taqdim etish va o'tkazish;

3-bosqich – fakultetlararo konferentsiyada tanlab olingan eng yaxshi ma'ruzalarni umumuniversitet ilmiy-nazariy konferentsiyasiga taqdim etish.

Butun guruhlar uchun yagona bo'lgan konferentsiya mavzusini tasdiqlab, talabalarning ma'ruza va chiqishlarini guruhlarining qiziqishlariga qarab ixtisoslashtirish mumkin.

### **3.Talabalar mustaqil ishlarini tashkil etishning asosiy tamoyillari**

Talabalar mustaqil ishlarini tashkil etishda «Talabalar mustaqil ishini tashkil etish va nazorat qilish» bo'yicha yo'riqnomada belgilangan quyidagi asosiy tamoyillarga rioya qilish maqsadga muvofiqdir:

1.Talabalar mustaqil ishlarini ikki ko'rinishda – auditoriyada va auditoriyadan tashqarida tashkil etish.

2.Talabalar mustaqil ishlarini tizimli ravishda, ya'ni bosqichma-bosqich, oddiydan murakkabga qarab tashkil etilishini ta'minlash.

3. Talabalar mustaqil ishlarining shakli va hajmini belgilashda quyidagi muhimjihatlariga e'tibor qaratish:

- talabaning o'qish bosqichi;
- muayyan fanning o'ziga xos xususiyati, o'zlashtirishdagi qiyinchilik darajasiga;
- talabaning qobiliyati, nazariy va amaliy tayyorgarlik darajasiga;
- fanning axborot manbalari bilan ta'minlanganlik darajasiga;
- talabaning axborot manbalaribilan ishlay olish darajasiga;

- mustaqil ish uchun topshiriqlar kursdan-kursga o'tish bilan shakl va hajmjihatidan o'zgarib borishiga;
- mustaqil ish fan xususiyati hamda talabaning akademik o'zlashtirish darajasigava qobiliyatiga mos holda tashkil etish.

#### **4. Mustaqil ishni amalga oshirishda talaba bajarishi lozim bo'lgan vazifalar**

Talabalar mustaqil ishlarini tashkil etishda quyidagi vazifalarni bajarishlarilozim:

- yangi bilimlarni mustaqil tarzda puxta o'zlashtirish ko'nikmalariga ega bo'lish;
- zarur ma'lumotlarni izlab topish uchun qulay usullarni va vositalarni aniqlash;
- axborot manbalaridan samarali foydalanish;
- an'anaviy o'quv va ilmiy adabiyotlar hamda me'yoriy xujjatlar bilan ishlash;
- elektron o'quv va ilmiy adabiyotlar va ma'lumotlar banki bilan ishlash;
- Internet tarmog'idan maqsadli foydalanish;
- ma'lumotlar bazasini tahlil etish;
- ish natijalarini ekspertizaga tayyorlash va ekspert xulosasi asosida qayta ishlash;
- topshiriqlarni bajarishda tizimli va ijodiy yondashish;
- ishlab chiqilgan yechim, loyiha yoki g'oyani asoslash va mutaxassislar davrasida himoya qilish.

#### **5. Talabalar mustaqil ishi bo'yicha maslahatlarni tashkil etish tartibi**

Talabalar mustaqil ishi bo'yicha maslahatlar darsi auditoriyadan tashqarida amalga oshirishga mo'ljallangan mustaqil ishlarni bajarish yuzasidan tegishli yo'llanmalar berish va uning bajarilishini nazorat qilib borish maqsadida tashkil qilinadi.

Talabalar mustaqil ishi bo'yicha maslahatlar darsi fanning kalendar-tematik rejasiga muvofiq o'tkaziladi. "Hozirgi zamon raqobat nazariyasi" fani bo'yicha talabalarning mustaqil ish mavzulari va mazmuni, ularni bajarish yuzasidan hisobot shakllari quyidagi jadvalda keltirilgan:

##### **Talabalar mustaqil ta'limining mazmuni va hajmi**

<b>t/r</b>	<b>Mustaqil ta'lim mavzulari</b>	<b>Berilgan topshiriqlar</b>	<b>Bajarish Muddati</b>	<b>Ajratilgan soatlar</b>
1.	"Xalq bilan mulokot va inson manfaatlarini yili" Davlat dasturidan o'rin olgan makroiqtisodiy masalalar tahlil va ularning ijrosi	Davlat dasturi va bajarilgan ishlar bo'yicha referat tayyorlash	1 –hafta	2
2.	I.A.Karimovning "Bosh maqsadimiz mavjud qiyinchiliklarga qaramasdan, olib borayotgan islohotlarni, iqtisodiyotimizda tarkibiy o'zgarishlarni izchil davom ettirish, xususiy mulkchilik, kichik biznes va tadbirkorlikka yanada keng yo'l ochib berish hisobidan oldinga yurishdir" mavzusidagi ma'ruzasida keltirilgan ustuvor vazifalar	Ma'ruza mazmun - mohiyatini o'rganish va tarmoqlar bo'yicha taqdimotlar tayyorlash	2,3 - haftalar	4



3.	Raqobatning iqtisodiy mazmuni, mohiyati va o'ziga xos xususiyatlari. A.Smit, A.Marshall nazariyalari asosida.	Keys-stadi ishlash	4,5 - haftalar	2
4.	Nomukammal raqobat turlari, amalga oshish sabablari va evolyutsiyasi. XIX-XX asrlarda nomukammal raqobatning kuchayishi.	Individual topshiriqlarni bajarish	6, 7 - haftalar	2
5.	Raqobat kuchlari nazariyasi. M. Porterning raqobat besh kuchi modeli	Individual topshiriqlarni bajarish	8,9 - haftalar	2
6.	Raqobatbardoshlik va uning namoyon bo'lish shakllari. O'zbekiston iqtisodiyotining raqobatbardosh- ligini baholashga nisbatan uslubiy yondashuvlar	Keys-stadi ishlash	10 –hafta	2
7.	Strategik rejalarning SWOT tahlili va SWOT tahlili bosqichlari.	Alohida korxonalar, firmalarni o'rganish bo'yicha topshiriqlarni bajarish	11 –hafta	4
8.	Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishning ijtimoiy omillari	Individual topshiriqlarni bajarish	13–hafta	2
9.	A. Marshallning tanlash erkinligi kontseptsiyasi. M.Porterning milliy rombi.	Ma'ruza mazmun - mohiyatini o'rganish va taqdimotlar tayyorlash	14 –hafta	2
10.	Narx shakllanishi milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligining asosiy omili sifatida	Real sektor korxonalaribo'yicha individual topshiriqlarni bajarish	15-hafta	2
11.	Raqobatning innovatsiyalarni tadbiq etish strategiyasi, differentsiallashtirish strategiyasi va bozor taxmonlari strategiyasi	Individual topshiriqlarni bajarish	16-hafta	2
12.	Raqobat bozorining jozibadorligini tahlil qilish vatalabni o'rganish	Alohida tovarlar bo'yicha individual topshiriqlarni bajarish	17 –hafta	2
13.	Raqobat muxitini shakllantirishning innovatsion omillari. Respublikamizda sog'lom raqobat muhitini yaratishga oid O'zbekiston Respublikasining maxsus qonunlari	Ma'ruza mazmun - mohiyatini o'rganish va taqdimotlar tayyorlash	18 –hafta	4
14.	Globalashuv sharoitida O'zbekistonning jahon xo'jalik tizimiga integratsiyalashuvining asosiy yo'nalishlari	Individual topshiriqlarni bajarish	18 –hafta	2

15.	Respublikamizda sog'lom raqobat muhitini yaratishga oid O'zbekiston Respublikasining maxsus qonunlari	Keys-stadi ishlash	19 –hafta	4
	<b>Jami</b>			<b>38</b>

Maslahat darsi tegishli fan o'qituvchisi tomonidan o'tkaziladi.

Fan o'qituvchisi maslahat darsida quyidagi ishlarni amalga oshiradi:

- talabalar mustaqil ishlari topshiriqlarini bajarish yuzasidan tegishli yo'llanma beradi.
- topshiriqni bajarish rejasini tuzishga yordamlashadi;
- tegishli adabiyotlar axborot manbalarini tavsiya qiladi;
- talabalar mustaqil ishlari yuzasidan tayyorlangan ishlanma, hisobot, referat, hisob-kitob va topshiriq natijalarini qabul qiladi hamda baholaydi.

Talabalar mustaqil ishi bo'yicha maslahatlar o'quv jarayonining 1 va 2 smenada tashkil etilishiga qarab talabalarning darsdan bo'sh vaqtlarida dars jadvaliga kiritiladi.

## MUSTAQIL TA'LIMGGA OID TOPSHIRIQLAR

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti SHavkat Mirziyoevning mamlakatimizni 2016 yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning asosiy yakunlari va 2017 yilga mo'ljallangan iqtisodiy dasto'rning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasining kengaytirilgan majlisidagi ma'ruzasida ilgari surilgan iqtisodiy masalalar.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti SH.Mirziyoevning "Tadbirkorlik faoliyatining jadal rivojlanishni ta'minlashga, xususiy mulkni har tomonlama himoya qilishga va ishbilarmonlik muhitini sifat jihatidan yaxshilashga doir qo'shimcha chora- tadbirlar to'g'risida"gi Farmoni. PF-4848. 05.10.2016 y.

3. Prezident SH.Mirziyoyevning O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi qabul qilinganining 25 yilligiga bag'ishlangan tantanali ma'rosimdagi ma'ruzasida ilgari surilgan iqtisodiy masalalar.

4. 2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha harakatlar strategiyasida belgilangan ustuvor vazifalar

5. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti SHavkat Mirziyoevning Oliy Majlisga Murojaatnomasida ijtimoiy-iqtisodiy sohani isloh qilish bo'yicha qabul qilingan vazifalar.

6. Raqobatning iqtisodiy mazmuni, mohiyati va o'ziga xos xususiyatlari. A.Smit (1723-1790), A.Marshall (1842-1924)) nazariyalari asosida.

7. Nomukammal raqobat turlari, amalga oshish sabablari va evolyutsiyasi.

8. XIX-XX asrlarda nomukammal raqobatning kuchayishi.

9. E.CHemberlin (1899-1967) va J.Robinsonning (1903-1983) monopolistik raqobat nazariyalari.

10. Tabiiy, legal va sun'iy monopoliyalar. Y.SHumpetter (1883-1950) gipotezasi.

11. Raqobat kuchlari nazariyasi

12. M. Porterning raqobat besh kuchi modeli

13. Raqobatbardoshlik va uning namoyon bo'lish shakllari

14. O'zbekiston iqtisodiyotining raqobatbardoshligini baholashga nisbatan uslubiy yondashuvlar

15. Strategik rejalarning SWOT tahlili va SWOT tahlili bosqichlari.

16. Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishning ijtimoiy omillari
17. A. Marshallning tanlash zrkinligi kontseptsiyasi
18. M. Porterning milliy rombi.
19. Narx shakllanishi milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligining asosiy omilisifatida
20. Raqobat ustunligi va unga erishish kontseptsiyalari
21. Milliy iqtisodiyotning raqobat ustunliklarini shakllantirishning metodologik asoslari
22. Narx shakllanishi milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligining asosiy omilisifatida
23. Raqobatning innovatsiyalarni tadbiq etish strategiyasi
24. Raqobatning differentsiallash strategiyasi
25. Raqobatning bozor taxmonlari strategiyasi
26. O'zbekistonda raqobatchilik muxitining vujudga kelishi va monopoliyaga qarshi qonunchilik
27. Raqobat muxitini shakllantirishning innovatsion omillari.
28. Respublikamizda sog'lom raqobat muhitini yaratishga oid O'zbekiston Respublikasining maxsus qonunlari
29. Raqobatning innovatsiyalarni tadbiq etish strategiyasi
30. Raqobatning differentsiallash strategiyasi
31. O'zbekistonda raqobat munosabatlarini shakllantirishning iqtisodiy institutlari.
32. Raqobatni rivojlantirishning zamonaviy tendentsiyalari
33. Globallashuv sharoitida O'zbekistonning jahon xo'jalik tizimiga integratsiyalashuvining asosiy yo'nalishlari
34. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish raqobat muhitini yaratishning muhim iqtisodiy instituti.
35. M.Porterning mamlakat xalqaro raqobatbardoshligi nazariyasi.
36. Antimonopol qonunchilik va monopoliyalarni tartibga solish.

### **Talabalar mustaqil ishlarini nazorat qilish va baholash tartibi**

Hap bip fan bo'yicha talaba mustaqil ishiga pahlilik qilish professor-o'qituvchi shaxsiy ish rejasining tashkiliy-uslubiy bo'limida qayd etiladi,

Talabaning mustaqil ishi bo'yicha konsultatsiya soatlari gupuh jurnalida qayd etib bopiladi.

Talaba mustaqil ishini nazorat qilish kafedrada ishlab chiqilgan jadval va fanning texnologik kaptasi asosida olib boruvchi professor-o'qituvchi tomonidan amalga oshiriladi.

Talabaning mustaqil ishi, muayyan fan ishchi dasturida ajratilgan soatlarga mos reyting ballari bilan baholanadi va natijasi fan bo'yicha talabaning umumiy reytingiga kiritiladi.

Talabaning reyting ko'rsatkichlari, shu jumladan mustaqil ishi bo'yicha fakultetning an'anaviy guruh reyting oynasida yoki maxsus elektron tarmog'ida yopitib bopiladi.

Talaba mustaqil ishining nazorat qilish turlari va uni baholash mezonlari universitetning tegishli kafedralari tomonidan ishlab chiqiladi va fakultet Ilmiy kengashida tasdiqlanadi. Mustaqil ishlarni baholash mezonlari talabalarga o'quv yili boshlanishi oldidan uslubiy materiallar bilan birgalikda tarqatiladi.

Fanlar kesimida talabalar mustaqil ishlari bo'yicha o'zlashtirishi muntazam ravishda talabalar guruhlarida, kafedra yig'ilishlari va fakultet Ilmiy kengashlarida muhokama etib bopiladi.

Talabalar mustaqil ishi materiallari kafedra arxivida ro'yxatga olinadi va o'quv yili mobaynida saqlanadi.

Fani bo'yicha talabalar mustaqil ishlarini oraliq va yakuniy nazoratlar jarayonida quyidagi topshiriqlarni bajarish orqali nazorat qilish hamda baholash tavsiya etiladi:

<b>Oraliq nazoratda baholanadigan ishlar</b>			
<b>1.</b>	Darslarga qatnashganlik darajasi. Ma'ruza darslaridagi faolligi, konspekt daftarlarining yuritilishi va to'liqligi	<b>Semestr davomida</b>	<b>5 bahogacha</b>
<b>2.</b>	Tanlangan mehmonxona bo'yicha mustaqil loyiha qilish va himoya qilish	<b>Semestr davomida</b>	<b>5 bahogacha</b>
<b>3.</b>	Oraliq nazorat bo'yicha yozma ish	<b>Semestr davomida</b>	<b>5 bahogacha</b>

### **Adabiyotlar**

1. O'zbekiston Respublikasining "Ta'lim to'g'risida"gi qonuni. 1997 yil 29 avgust. T.: "Adolat", 1997.
2. O'zbekiston Respublikasining "Kadrlar tayyorlash milliy dasturi", 1997 yil 29 avgust. T.: "Adolat", 1997.
3. O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligining "Oliy ta'lim muassalarida talabalar bilimni baholashning reyting tizimi to'g'risida"gi buyrug'i, 2009 yil 30 sentyabr, 217-son.
4. O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligining 2009 yil 14 avgustdagi 286-sonli "Talabalar mustaqil ishlarini tashkil etish to'g'risida"gi buyrug'i.
5. O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligining 2009 yil 14 avgustdagi 286-sonli buyrug'iga 1-ilova. "Talabalar mustaqil ishlarini tashkil etish va nazorat qilish" bo'yicha yo'riqnomasi.
6. SHodmonov SH.SH., G'ofurov U.V. Iqtisodiyot nazariyasi. Darslik. – T.: IQTISOD-MOLIYA, 2010. – 728 b.
7. Alimov R.O., Rasulev A.F., Qodirov A.M. "O'zbekiston iqtisodiyotining raqobatbardoshligini oshirish muammolari: nazariya va amaliyot". Monografiya. T.:CONSAUDITINFORM - NASHR, 2006. – 438 b.

---

**TAVSIYa ETILADIGAN ADABIYoTLAR  
RO'YXATI**

---

## Asosiy adabiyotlar

1. Porter, M. E. The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. NY: Free Press, 2010.
2. Michael E. Porter. Competitive strategy: Techniques Analyzing Industries and Competitors. The free press. New York London Toronto Sydney Singapore.2005
3. Alimov R.O., Rasulev A.F., Qodirov A.M. “O‘zbekiston iqtisodiyotining raqobatbardoshligini oshirish muammolari: nazariya va amaliyot”. Monografiya. T.:CONSAUDITINFORM - NASHR, 2006. – 438 b.
4. Porter M. «Konkurentnoe preimustvo» 2-e izdanie. Moskva - 2006. –1200 s.
5. Porter M. «Konkurentnaya strategiya» 2-e izdanie. Moskva - 2012.- 936s.
6. Rubin Yu.B. Konkurentsia: Uporyadochennoe vzaimodeystvie v professionalnom biznese. – M.: Market DS, 2010. – 464 s.
7. Taranuxa Yu.V. «Konkurentsia i konkurentnaya strategiya». Uchebnoe posobie. M6 2008. – 270 s.
8. Filosofova T.G, Bukov V.A. Konkurentsia innovatsii. Ucheb. posob. – M.: YuNITI-DANA, 2008. – 295 s.
9. CHepurin M.N., Kiseleva Y e .A. «Kurs ekonomicheskoy teorii». Uchebnik. –M: «ASA», 2009. – 758 s.
10. Xodiyev B.Y., SHodmonov SH.SH. Iqtisodiyot nazariyasi. Darslik. - T.: «Barkamol Fayz media», 2017, 159-b.
11. SHodmonov SH.SH., G‘ofurov U.V. Iqtisodiyot nazariyasi. Darslik. – T.:IQTISOD-MOLIYA, 2010. – 728 b.

## Qo‘shimcha adabiyotlar

12. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. T.: O‘zbekiston, 2014.– 46 b.
13. O‘zbekiston Respublikasining «Markaziy banki to‘g‘risida»gi Qonuni.
14. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti SHavkat Mirziyoev Birlashgan Millatlar Tashkiloti Bosh Assambleyasining 72-sessiyasidagi nutqi. 19 sentyabr, 2017 y.
15. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti SHavkat irziyoevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. 23 dekabr, 2017 yil.
16. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi PF-4947- sonli “2017-2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni.
17. SH.M. Mirziyoev. Erkin va farovon, demoqratik O‘zbekiston davlatini birgalikda barpo etamiz. –Toshkent: O‘zbekiston, 2016. -56 b.
18. SH.M. Mirziyoev. Tanqidiy tahlil, qat‘iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik- har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo‘lishi kerak. –Toshkent: O‘zbekiston, 2017. -104 b.
19. SH.M. Mirziyoev. Qonun ustuvorligi va inson manfaatlarini ta‘minlash yurt taraqqiyoti va xalq farovonligining garovi. –Toshkent: O‘zbekiston, 2017. -48 b.
20. SH.M. Mirziyoev. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. –Toshkent: O‘zbekiston, 2017. -488 b.
21. Inson taraqqiyoti. Darslik. I.f.d., prof. Q.X. Abdurahmonov tahriri ostida. – T.: Fan va texnologiya, 2014. – 476 s.
22. Gorbunov A. Natsionalnaya konkurentosposobnost. – M.: «Ankil», 2010. – 256 s.
23. Mazilkina Y e .I, Panichkina T.G. Upravlenie konkurentosposobnostyu. Ucheb. posob. – «Omega-L», 2009. – 325 s.

24. Mikroekonomika: ucheb. / Pod.red. Gryaznovoy A.G. i Yudanova A.Yu. M.: KNORUS, 2010. – 704 s.
25. Nosova S.S. Ekonomicheskaya teoriya. Uchebnoe posobie. M.: KNORUS, 2010 – 510 s
26. Samuelson Pol E., Nordxaus Vilyam D. Ekonomika. Uchebnik. 18-e izd.: Per s angl. – M.: OOO «I.D.Vilyams», 2009. – 1360 s.

### **Elektron jurnallar**

27. International Journal of Business Forecasting. [www.inderscience.com](http://www.inderscience.com)
28. Ansoff matrix. [www.free-management-ebooks.com](http://www.free-management-ebooks.com)
29. Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. Ilmiy-elektron jurnal. [www.iqtisodiyot.uz](http://www.iqtisodiyot.uz)
30. Ekonomicheskoe obozrenie. [www.cer.uz](http://www.cer.uz)
31. Sovremennaya konkurentsia. [www.ama.org](http://www.ama.org)
32. Molodoy uchyonuy. [www.ama.org](http://www.ama.org)
33. Problemu sovremennoy ekonomiki. [www.ama.org](http://www.ama.org)

### **Internet saytlari**

34. [www.gov.uz](http://www.gov.uz) – O'zbekiston Respublikasi xukumat portali.
35. [www.lex.uz](http://www.lex.uz) – O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlarimilliy bazasi.
36. [www.economist.com](http://www.economist.com)
37. [www.worldeconomics.com](http://www.worldeconomics.com)
38. [www.tradingeconomics.com](http://www.tradingeconomics.com)
39. <http://grad-schools.usnews.rankingsandreviews.com/best-graduate-schools/top-humanities-schools/economics-rankings>
40. [www.ereport.ru](http://www.ereport.ru) - Obzornaya informatsiya po mirovoy ekonomike
41. [www.stplan.ru](http://www.stplan.ru) - ekonomika i upravlenie

---

# **GLOSSARIYLAR**

---



## GLOSSARIYLAR

<b>Atamalarning o'zbek tilida nomlanishi</b>	<b>Atamalarning ingliz tilida nomlanishi</b>	<b>Atamalarning rus tilida nomlanishi</b>	<b>Atamaning ma'nosi</b>
<b>Avans</b>	<b>Prepaid expense</b>	<b>Avans</b>	biror ish evaziga keyinchalik hisob-kitob qilish sharti bilan oldindan beriladigan pul, mahsulot, oziq-ovqat va h.k.
<b>Agentlik operatsiyalari</b>	<b>agency operations</b>	<b>Agentskie operatsii</b>	bir tomonning topshirig'i bilan kelishilgan hududda ikkinchi (agent) tomon amalga oshiradigan oldi-sotdi bilan bog'liq bo'lgan amaliy va huquqiy harakatlar.
<b>Antimonopol qonunchilik</b>	<b>Antitrust</b>	<b>Antimonopolnue zakonu</b>	iqtisodiyotda yakka hukmronlik maqomiga ega bo'lgan biror bir faoliyat turiga qarshi davlatning kurash siyosatidan iborat.
<b>Asosiy kapital</b>	<b>Main capital</b>	<b>Osnovnoy kapital</b>	ishlab chiqarish jarayonida bir necha yil davomida ishtirok etuvchi va o'z qiymatini tayyorlanayotgan mahsulotga qisman o'tkazib boruvchi mehnat vositalaridir
<b>Aylanma kapital</b>	<b>Working capital</b>	<b>Oborotnuy kapital</b>	to'lov xom ashyo materiallar, energetika resurslarida moddiylashgan va bir ishlab chiqarish tsiklida sarflanuvchi, o'z qiymatini tayyorlangan mahsulotga to'liq ko'chiruvchi kapital.
<b>Auksion</b>	<b>Auction</b>	<b>Auksion</b>	«kim oshdi» savdosi, ochiq savdo qilish. bu savdo davomida mahsulotni eng yuqori narx bo'yicha ko'targan xaridor sotib oladi.
<b>Birja kotirovkasi -</b>	<b>Stock quotes</b>	<b>Birjevue kotirovki</b>	birjalar orqali sotiladigan mahsulotlar bahosi. har bir birja ularni ma'lum tizimga soladi va chopetadi. odatda, birinchi ertalabki va kechki savdo (birja sessiyasi) boshlanishiga va tugashiga mo'ljallab chop etiladi.
<b>Bozor segmenti.</b>	<b>Market segmentation</b>	<b>Segmentatsiy arunka</b>	bozorda savdo-sotiqning shart-sharoitiga qarab ko'pgina bo'g'inlarga ajratishidir
<b>Bozor kon'yukturasi</b>	<b>market conditions</b>	<b>Kon'yunktura runka</b>	ayrim bozorlarda muayyan xolatlar mavjudligi. bozor kon'yukturasi muayyan davrdagi bozor holati, bozorda muvozanatning

			mavjudligi yoki buzilganligi bilan xarakterlanadi
<b>Devalvatsiya</b>	<b>Devaluation</b>	<b>Devalvatsiya</b>	mamlakat savdo to'lov balansining keskin yomonlashuvi, valyuta rezervining holdan toyishi, xalqaro valyuta bozorida milliy valyuta kursining pasayishi bilan bog'liq holda milliy pul birligi qiymatining rasmiy ravishda pasaytirilishi.
<b>Dividend</b>	<b>Dividend</b>	<b>Dividend</b>	aktsioner, aktsiya egasining daromadi ; aktsionerlik jamiyati foydasining bir qismi.
<b>Dotatsiya</b>	<b>subsidy</b>	<b>Dotatsiya</b>	tashkilot, korxonalariga davlat tomonidan beriladigan yordam puli, moddiy yordam, qo'shimcha to'lov. asosan zararni qoplash va boshqa maqsadlar uchun ishlatiladi.
<b>Integratsiya</b>	<b>Integration</b>	<b>Integratsiya</b>	mustaqil xo'jalik faoliyatining milliy, mintaq va xalqaro miqyosda o'zaro qo'shib yaxlit xo'jalik tizimini tashkil etishi.
<b>Innovatsiya</b>	<b>Innovation</b>	<b>Innovatsiya</b>	yangilikni joriy qilish, fan- texnika yutuqlarini boshqarish va tashkil qilish sohasidagi yangiliklar majmui.
<b>Iste'mol savati</b>	<b>Consumer basket</b>	<b>Potrebitelskaya korzina</b>	muayyan oziq-ovqat, sanoat mollari va xizmatlarning tirikchilikni ta'minlash uchun yetarli bo'lgan miqdori.
<b>Ish kuchining xalqaro migratsiyasi</b>	<b>International labor migration</b>	<b>Mejdunarodnaya migratsiya rabochiy silu</b>	mehnat resurslarining ancha qo'lay sharoitda ish bilan ta'minlanishi maqsadida bir mamlakatdan boshqasiga ko'chib o'tishini bildiradi.
<b>Ipoteka</b>	<b>Mortgage</b>	<b>Ipoteka</b>	qarz, kredit olish uchun biror-bir muayyan ko'chmas mulkni (er, imorat va hokazo) garovga qo'yish.
<b>Iqtisodiy resurslar</b>	<b>economic resources</b>	<b>Ekonomicheskie resursu</b>	tabiiy, insoniy, moddiy, moliyaviy va intellektual resurslardan iborat.
<b>Kalkulyatsiya</b>	<b>calculation</b>	<b>Kalkulyatsiya</b>	mahsulotning o'lchov birligini yoki bajarilgan ishning tannarxini hisoblash.

<b>Kliring</b>	<b>Clearing.</b>	<b>Kliring</b>	tozalash, ravshanlashtirish)-o'zaro talab va majburiyatlarni hisobga olib, amalga oshiriladigan naqd pulsizhisob-kitob tizimi. mamlakat ichidagi k. banklar o'rtasidagi to'lovlarni, naqd pulsiz hisob- kitoblarni o'z ichiga oladi. xalqaro hisob-kitoblarda k. kelishuvlar (kliring kelishuvlari, valyuta k.) ko'rinishida amalga oshiriladi. davlatlararo o'zaro qarzlarini tilla va valyutaga o'tkazmasdan savdo-sotiq talablariga ko'ra amalga oshiradilar. masalan, paxta tolasi o'rniga uning qiymatiga teng miqdorda mashina, asbob-uskuna olish.
<b>Konsortsium</b>	<b>Consortium</b>	<b>Konsortsium</b>	korxonalarining vaqtincha tashkil etilgan birlashmalari, ular odatda moliyaviy ishlar yuzasidan tashkil etiladi. unda davlat, banklar, moliyaviy muassasalar, yirik firmalar eshtiroketadi.
<b>Kontsern</b>	<b>Concern</b>	<b>Kontsern</b>	ishlab chiqarish diversifikatsiyasi asosida tarkib topadigan yirik, ko'p tarmoqli korporatsiya. ular asta-sekin sanoat monopoliyasining y e takchi shakliga aylanadi.
<b>Monopoliya</b>	<b>Monopoly</b>	<b>Monopoliya</b>	yakkahokimlik; 2) ishlab chiqarishni markazlashtirish oqibatida yuzaga keladigan katta birlashma (kartel, sindikat, trest, kontsern, konsortsium konglomerat va shu kabilar). ushbu birlashma o'z ichiga ishlab chiqarishni, xizmat ko'rsatishni, mahsulot sotishning ko'p qismini mujassamlashtiradi, shu sohada o'zini hukmron mavqeini o'rnatadi.
<b>Monopoliyadan chiqarish</b>	<b>marketing Management</b>	<b>Upravlenie marketingom</b>	davlat tomonidan tarmoq bozorida raqobat munosabatlarini rivojlantirishga ko'maklashuvchi tartib-qoidalarini joriy etilishi.
<b>Baxo</b>	<b>cost of</b>	<b>Stoimost</b>	baho - tovar qiymatining pulda aks etishi, bozor iqtisodiyotiga asoslangan jamiyat xo'jalik mexanizmida amal qiluvchi iqtisodiy dastak. n. faqat tannarxga emas, balki talab va taklif,

			shuningdek tovarning ijtimoiy foydaliligi, sifati va boshqa tovarlar o'rnini bosa olishi, muomaladagi pulning xarid qobiliyatiga ham bog'liq.
<b>Pul tizimi</b>	<b>Structure of money</b>	<b>Struktura deneg</b>	tovar muomilasining rivojlanishining natijasi bo'lib, davlatlar tomonidan qonunchilik asosida mamlakatda pul muomalasini tashkil etish.
<b>Proteksionizm</b>	<b>Protectionis</b>	<b>Proteksionizm</b>	milliy iqtisodiyotni boshqa davlatlar bilan bo'ladigan raqobatdan bojxona to'siqlarini joriy qilish, mamlakatga chet el tovarlari, xizmat turlari va kapitalarini kirib kelishini cheklash yo'li bilan himoya qilish va saqlashga yo'naltirilgan.
<b>Raqobat</b>	<b>Competition</b>	<b>Konkurentsia</b>	yuqori foyda olish maqsadida mahsulotni ishlab chiqarish va sotish uchun ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi kurash
<b>Reklama</b>	<b>Advertising</b>	<b>Reklama</b>	tovar yoki ko'rsatiladigan xizmat to'g'risidagi xolis axborot, ularni ko'proq sotish maqsadida xaridorlarga ularning xossalari, afzalliklari va sotib olish shartlarini yetkazish. r. maxsus firmalar orqali amalga oshiriladi va yuqori daromad manbai hisoblanadi.
<b>Savdoagenti</b>	<b>Tradingagent</b>	<b>Torgovuy agent</b>	bir yoki bir qancha korxonalar tovarlarini shartnoma asosida sotadigan vakil
<b>Tarif stavkasi</b>	<b>Tariff rate</b>	<b>Tarifnaya stavka</b>	tegishli ish toifasiga ega bo'lgan ishchining mehnatiga to'lanadigan haq miqdorini belgilab beradi.
<b>Tovarbelgisi</b>	<b>Trademark</b>	<b>Tovarnuy znak</b>	muayyan firma tovarlariga qo'yiladigan belgi. tb (savdo markasi) faqat ma'lum firmaga tegishli bo'ladi va uni boshqa firmalar o'z tovarlariga qo'ya olmaydilar
<b>Franchayza</b>	<b>franchisee</b>	<b>Franchayza</b>	foydalanish uchun tayyor korxonalar, firma yoki mashhur firma mahsulotining savdo markasidan foydalanilgan holda amalga oshiriluvchi biznes yuritish usuli.
<b>Fyuchers operatsiyalari</b>	<b>Futures transactions</b>	<b>Fyuchersnue operatsii</b>	birjalarda amalga oshiriladigan savdo-sotiq operatsiyalari. bu operatsiyalar shartnoma tuzilganidan so'ng ishlab chiqariladigan yoki yetishtirib beriladigan mahsulotlar bo'yicha amalga

			<p>oshiriladi. odatda, ushbu shartnoma tuzilgandan so'ng buyurtmachi bajaruvchiga avans tariqasida ma'lum summani o'tkazib beradi.</p>
<b>Embargo</b>	<b>Embargo</b>	<b>Embargo</b>	<p>chet el tovarlarini kiritish yoki chiqarish, olib chiqib ketishni davlat tomonidan ta'qiqlash yoki chet davlatga qarashli mulkni vaqtincha to'xtatibturish, ta'qiqlash.</p>
<b>Emissiya</b>	<b>Emission</b>	<b>Emissiya</b>	<p>muomalaga bank biletlari, pul va qimmatbaho qog'ozlarni chiqarish, davlatning emissiya banklari tomonidan amalga oshiriladi. e. asosan davlat byudjetidagi kamomadni to'ldirish, izdan chiqqan pul muomalasini tiklash maqsadida o'tkaziladi.</p>

---

**ILOVALAR**

---

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI**  
**OLIY TA’LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI**  
**NAMANGAN DAVLAT UNIVERSITETI**  
**YASHIL IQTISODIYOT VA BARQAROR BIZNES KAFEDRASI**



## **HOZIRGI ZAMON RAQOBAT NAZARIYALARI** **FANINIG O‘QUV DASTURI**

*2-kurs, kunduzgi ta’lim shakli uchun*

<b>Bilim sohasi:</b>	300000 - Ijtimoiy fanlar, jurnalistika va axborot
<b>Ta’lim sohasi:</b>	310000 - Ijtimoiy va hulq atvorga oid fanlar
<b>Bakalavriat ta’lim yo’nalishi:</b>	60310100 – Iqtisodiyot (tarmoqlar va sohalar bo’yicha)
<b>Bilim sohasi:</b>	400000 - Biznes, boshqaruv va huquq
<b>Ta’lim sohasi:</b>	410000 - Biznes va boshqaruv
<b>Bakalavriat ta’lim yo’nalishi:</b>	60411700 – Logistika (yo’nalishlar bo’yicha)

**Namangan-2023**

<b>Fan/modlu' kodi HZRN1409</b>		<b>O'quv yili 2023-2024</b>	<b>Semestr 3-4</b>	<b>EKTS-Kreditlar 9</b>
<b>Fan/modul' turi Majburiy</b>		<b>Ta'lim tili O'zbek</b>		<b>Haftadagi dars soatlari 4 soat</b>
<b>1</b>	<b>Fanning nomi</b>	<b>Auditoriya mashg'ulotlari (soat)</b>	<b>Mustaqil ta'lim (soat)</b>	<b>Jami yuklama (soat)</b>
	<b>Hozirgi zamon raqobat nazariyasi</b>	<b>120</b>	<b>150</b>	<b>270</b>
<b>2</b>	<p style="text-align: center;"><b>I. FANNING MAZMUNI</b></p> <p>Fanni o'qitishdan maqsad - Ushbu fan raqobat nazariyasi evolyutsiyasi, uning amal qilish xususiyatlari, raqobatbardoshlik va uning namoyon bo'lish shakllari, raqobat ustunligi va unga erishish kontseptsiyalari, raqobatni rivojlantirishning zamonaviy tendentsiyalari, milliy iqtisodiyotda raqobat muhitini shakllantirish va takomillashtirish kabi masalalarni qamrab oladi. zamonaviy jamiyatni shakllantirishda raqobatning vazifalari va mamlakatning iqtisodiy siyosatidagi rolini o'rgatish hamda hozirgi zamon raqobat nazariyalari mohiyatini ochishda tapabalarni zarur bo'lgan bilimlar bilan qurollantiradi.</p> <p>Fanning vazifasi – Ushbu maqsadga erishish uchun fan talabalarni nazariy bilimlar, amaliy ko'nikmalalar, iqtisodiy xodisa va jarayonlarga uslubiy yondoshuv hamda ilmiy dunyoqarashini shakllantirish vazifalarini bajaradi.</p> <p>Fan bo'yicha talabalarning bilim, ko'nikma va malakalariga quyidagi talablar qo'yiladi. Talaba:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-raqobat nazariyasining evolyutsiyasi, raqobat tadqiqotlarini olib borish to'g'risida tasavvurga ega bo'lishi;</li> <li>-raqobatning tipologiyasi, raqobatbardoshlik va uni rivojlantirishning usullari, firmaning bozordagi o'rni, raqobatbardoshlik va uning modellari, raqobat sharoitida firmaning faoliyat davomiyligi, zamonaviy bozor sharoitida raqobatning kurashish usullarini bilishi va ulardan foydalana olishi;</li> <li>-talaba raqobatbardoshlikning mohiyati va uning shakllarini, raqobatchi korxonalar tovarining raqobatbardoshligini, tarmoqdarning raqobatbardoshligini, firmaparning raqobatbardoshligini, raqobat ustunligi va kontseptsiyasini, raqobat kuchlari nazariyasini, yangiliklarni joriy qilishning raqobat strategiyasini, jahon bozorida raqobat usullaridan foydalanish ko'nikmalariga ega bo'lishi kerak.</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>II. ASOSIY NAZARIY QISM (MA'RUZA MASHG'ULOTLARI)</b></p> <p style="text-align: center;"><b>II.1. Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi:</b></p> <p style="text-align: center;"><b>1-mavzu. Raqobat nazariyasi evolyutsiyasi</b></p> <p>«Hozirgi zamon raqobat nazariyalari» kursiga kirish. Fanning mohiyati va vazifalari, talabalar bilishi lozim bo'lgan asosiy tushunchalar. Raqobat - iqtisodiy kategoriya sifatida. Raqobat bozor iqtisodiyotini xarakterga keltiruvchi mexanizm. Raqobatning iqtisodiy mazmuni, mohiyati va o'ziga xos xususiyatlari. Raqobatning mohiyatini belgilab beruvchi asosiy jihatlar. Raqobat nazariyalari evolyutsiyasi. Raqobat tushunchasiga berilgan ta'riflar (F.Perru, A.Smit (1723-1790), A.Marshapl (1842-1924)). Raqobat bosqichlari. Bozor raqobatining tarixan 4 bosqichi. Natural xo'jalikdan bozor iqtisodiyotining dastlabki shakllariga o'tish davridagi raqobat. Tovar xo'jaligining ommaviy tus olishi davridagi raqobat. Monopol raqobat bosqichi. Yangicha erkin raqobat</p>			



bosqichi. Qonun-qoidalar bilan tartibga solinuvchi sivilizatsiyalashgan raqobat. Raqobat turlari. Raqobat vositalari. Raqobat usullari. Raqobatning kurash vositalari va usullari jixatidan xalol raqobat va girrom raqobatga bo'linishi. Raqobat vazifalari. Gomogen (differentiallashtirilmagan) va geterogen (differentiallashtirilgan) raqobat

## **2- mavzu. Mukammal va nomukammal raqobat nazariyalari**

Mukammal raqobat tushunchasi mazmuni. Djoan Vayolet Robinsonning (1903-1983) mukammal raqobatga bergan tavsifi. Mukammal raqobatdagi bozor modeli shartlari. Nomukammal raqobat tushunchasi. Nomukammal raqobat turlari, amalga oshish sabablari va evolyutsiyasi. XIX-XX asrlarda nomukammal raqobatning kuchayishi. Monopolistik raqobat. Monopolistik raqobat sharoitida "Quvvatlar ortiqchaligi fenomeni". Monopoliyalarning moddiy va iqtisodiy asosi va uning turlari. Monopoliyalarning bozorni qamrab olish darajasiga ko'ra va vujudga kelish sababiga ko'ra turlari. Oligopoliya. Duopoliya. Monopsoniya. Oligopsoniya. Bilateral monopoliya. E. CHemberlin (1899-1967) va J. Robinsonning (1903-1983) monopolistik raqobat nazariyalari. Tabiiy monopoliya - korxonaning texnologik xususiyatlari sababli mahsulotga bo'lgan talabni qondirish. Legal monopoliya - qonuniy tarzda tashkil etiluvchi monopolistik raqobat va sun'iy monopoliya - monopol foyda olish maqsadida tashkil etiluvchi birlashmalarning shartli nomi. Kartel. Sindikat. Trest. Kontsern. Kontsorsium. Y. SHumpetter (1883-1950) gipotezasi. Monopoliyalarning ijobiy va salbiy xususiyatlari.

## **3- mavzu. Raqobat kuchlari nazariyasi**

Raqobatning besh kuch nazariyasi. M. Porterning (1947) raqobat besh kuchi modelining ta'rifi. Raqobat 5 kuchi nazariyasining oltin qoidasi. Porter nazariyasiga ko'ra tarmoq raqobatini taxlil qilishning o'ziga xos xususiyatlari. 5 kuch modelining ko'proq strategik boshqarishda va marketingda qo'llanilish yo'nalishlari. Kompaniyada SWOT analiz o'tkazish. Kengaytirilgan raqobat taxlili va bozor taxlilini tuzish. Raqobatlashuvchi sotuvchilar o'rtasidagi bellashuv. Bir-birini o'rnini bosuvchi va narx nuqtai nazaridan raqobatbardosh bo'lgan tovarlar o'rtasidagi raqobat. Yangi raqobatchilarning paydo bo'lish xavfi. Mol yetkazib beruvchilarning iqtisodiy imkoniyatlari va savdo qobiliyatlari. Xaridorlarning iqtisodiy imkoniyatlari va savdo qobiliyatlari. Tarmoqqa kirish to'sikdariga ta'sir etuvchi asosiy omillar. Xaridorlarning bozordagi xukmronligi. O'rinbosar tovarlarning paydo bo'lishi. O'rinbosar tovarlarga qarshi kurashning samarali usullari. SWOT analiz qo'llash sxemasi. Kuchlilik, zaiflik, zaiflikni kuchga va taxdidni imkoniyatga aylantirish uchun barcha kuchni sarflash. imkoniyatlar va taxdidlar. Firmaning kuchli tomonlarini uning cheklangan imkoniyatlari asosida rivojlantirish. Raqobatning samaradorlik darajasini oshirishning shart- sharoitlari. "MsKinseu 7S" taxlil modeli. Firmaning strategik holatini baholash ko'rsatkichlari

## **4- mavzu. Raqobatbardoshlik va uning namoyon bo'lish**

Raqobatbardoshlik tushunchasining iqtisodiy mazmuni va o'ziga xos xususiyatlari. Raqobatbardoshlik - nisbiy tushuncha. Raqobatbardoshlikning muhim ko'rsatkichlari. Mahsulot raqobatbardoshligi mazmuni va manbapari, omillari va ko'rsatkichlari. mamlakatlarning raqobatbardoshlik kontseptsiyasi milliy iqtisodiyotning xalqaro mehnat taqsimoti va har bir mamlakatning xalqaro savdodagi rolini asoslab beruvchi qiyosiy ustunliklari (arzon mehnat, boy tabiiy resurslar, qulay geografik iqlim, infratuzilma omillari va h.k.) nazariyasiga asoslananligi. Mahsulot sifati. Texnologik daraja. Ta'minotni tashkil etish. Maxsulot yangiligi. Firma raqobatbardoshligini tavsiflovchi muhim ko'rsatkichlar. Makroiqtisodiy, mezoiktisodiy va mikroiktisodiy omillar. Jahon Iqtisodiy Forumi (JIF) ning mamlakatlar raqobatbardoshligini baholash metodikasi. Mamlakat faoliyatining umumiy ko'rsatkichlari. Makroiqtisodiy muhit. Texnologik yangiliklar va ularning diffuziyasi. Axborot va kommunikatsiya texnologiyalari. Mamlakatning umumiy infratuzilmasi. Davlat muassasalari - qonunlar va faoliyat. Davlat qilish. Xalqaro tashkilotlar. (banklar). Daromadlilik darajasi. Firma reytingi va o'sish tempi. Firmaning musobaqalashish ruxi. Innovatsion faolligi. Tashkiliy egiluvchanligi.

## **5- mavzu. Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini baholashga niebatan uslubiy yondashuvlar**

Milliy raqobatbardoshlikka erishish usullari. Raqobatbardoshlikni baholashning makrodarajasi. Mamlakat raqobatbardoshligini baholash metodikasi. Butunjaxon iqtisodiy forumi (BIF) (Vsemirniy ekonomicheskii forum (VEF) (The Slobal Sompetitiveness Report)ning mamlakatlar raqobatbardoshligini baholash metodikasi. Raqobatbardoshlikni baholashning mezodarajasi. Raqobat ustunligini taxlil qilishning yordamchi usullari. Strategik rejalarning SWOT taxlili. SWOT tahlili bosqichlari. Raqobatbardoshlikni baholashning mikrodarajasi. Raqobatbardoshlikni baholashning ekspert usuli. M. Porter kontseptsiyasiga asoslangan zamonaviy model'. M. Porterning milliy rombi. Mamlakatning raqobat jihatdan ustunliklari determinantlari: barqaror strategiya, strategiya va raqobatchilik, omillar uchun shart- sharoitlar, talab holati, turdosh va qo'llab-quvvatlovchi tarmoqlar. O'zbekistonning raqobat jihatdan ustunliklari. Mamlakat siyosiy va huquqiy tizimining barqarorligi. Insonni rivojlantirishga (ta'lim, sogliqni saqlash, ijtimoiy ehtiyojlarga) katta qo'yilmalar. Axoli hayot kechirishining davomiyliigi. Ishchi kuchi resurslarining raqobatbardoshligi. Mamlakat axolisi ta'lim darajasining yuqoriligi.

## **6-mavzu. Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishning ijtimoiy omillari**

Milliy iqtisodiyotda inson kapitali rivojlanishining asosiy yo'nalishlari. Inson kapitalini takror barpo etishning zamonaviy kontseptsiyalari. A. Marshallning tanlash erkinligi kontseptsiyasi. Ishchi kuchini takror ishlab chiqarish xarajatlari tarkibi. Ishga yollovchilarning ishchi kuchiga xarajatlari. Davlat va mahalliy byudjetning ijtimoiy maqsadlarga xarajati. Inson kapitalini takror barpo etish xarajatlari va samaradorligi. Inson kapitali rivojlanishining ijtimoiy ko'rsatkichlari. Inson salohiyati rivojlanishi indeksi (ISRI). Mamlakat inson kapitalining rivojlanishi bo'yicha uchta eng muxim ko'rsatkichlar: tug'ilganda kutilayotgan umr davomiyliigi, salomatlik, ekologik xavfsizlik va demografik o'sish. Aholining ta'lim bo'yicha qamrovi. aholi jon boshiga yalpi ichki mahsulot (YaIM) umumiqtisodiy rivojlanish, daromad va iste'molni belgilovchi ko'rsatkich sifatida. Inson rivojlanishini integral baholash ko'rsatkichlari. Iqtisodiy faol aholi raqobatbardoshligining mamlakatlararo darajasi. Iqtisodiy faol aholi raqobatbardoshligini oshirishning iqtisodiy demografik, mehnat, ta'lim, tibbiy, ilmiy texnikaviy omillari. Uzluksiz ta'lim O'zbekistonda kadrlar tayyorlash tizimining asosi. Ta'limning turlari.

## **7-mavzu. Narx shakllanishi milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligining asosiy omili sifatida**

Bozor narxlari ustidan nazorat o'rnatish maqsadi. Narx shakllanishining makro va mikroiqtisodiy shart-sharoitlari. Iste'molchining narxga nisbatan yuqori sezgirligi. Ishlab chiqarishning kamxarjligini ta'minlash. Ishlab chiqarish omillarini boshqarishga e'tiborni fokuslash. Xarajatlar shakllanishiga etiborni fokuslash. Arzon narxlar liderligi strategiyasini qo'llash sharoitlari va qamrov darajasi. Narxli raqobat bozorlari. Mahsulotlarni standartlashtirishning yuqori darajasi. Savdo belgisi bo'yicha hukmronligi past bo'lgan bozorlar. Yuqori raqobat kuchiga ega bo'lgan iste'molchilar bozori. Monopol bozorlarda narx shakllarini boshqarish usullari. Davlat narx siyosati raqobatli narxlar shakllanishining asosi sifatida Narx siyosati nuqqai nazaridan soliq solish tizimining ahamiyatliliigi. Narx shakllanishining makro va mikroiqtisodiy shart-sharoitlari. Narx belgilash va raqobatbardoshlik o'rtasidagi bog'liklikning nazariy jihatlari. Ishlab chiqarilayotgan mahalliy mahsulot raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan chora-tadbirlar.

## **8-mavzu. Raqobat ustunligi va unga erishish kontseptsiyalari**

Raqobat ustunligi va unga erishish strategiyasi. Firma faoliyati o'sishini optimallashtirishning raqobat strategiyasi. Bozor makonini shakllantirish raqobat strategisi. Bozor liderligini ta'minlash raqobat strategiyasi. Tashkiliy madaniyatni rivojlantirish raqobat strategiyasi. Raqobat ustunligining hayotiy tsikli. Raqobat ustunligi barqarorligini ta'minlash. Raqobat strategiyasining zamonaviy talqinlari. Bozor makonini shakllantirish

kontseptsiyasida raqobat sstrategiyasini taxlil qilish parametrlari. Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligining xalqaro iqtisodiyotda namoyon bo'lishi. "Barqaror strategiya, tuzilma va raqobatchilik" sifatida belgilangan raqobat jihatdan ustunligini shakllantirishning eng muhim omili. Iqtisodiyot raqobatbardoshligini belgilab beruvchi omillar ta'siriga ko'ra bosqichlarga bo'linishi. Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini davlat tomonidan tartibga solinishini sabablari. Davlatni o'tish iqtisodiyotidagi barcha funksiyalari. Bozor munosabatlarini shakllantirish va rivojlantirishning o'zaro bog'liqligiga ko'ra ikki guruxga ajralishi. Iqtisodiy rivojlanishning raqobatbardoshlik strategiyasini ishlab chiqish va amalga oshirish borasida chet el tajribasidan foydalanish sabablari.

### **9-mavzu. Milliy iqtisodiyotning raqobat ustunliklarini shakllantirishning metodologik asoslari**

Iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishning o'ziga xos xususiyatlari va omillari. Raqobat va klasterlar. Klasterlarning umumiy iqtisodiy siyosatga ta'siri. Klasterlar iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishning asosiy omili sifatida. Milliy iqtisodiyotning raqobat ustunliklari determinantlari. M. Porterning milliy rombi. Mamlakatning raqobat jihatdan ustunliklari 4 determinantlari: Barqaror strategiya, strategiya va raqobatchilik; omillar uchun shart - sharoitlar; turdosh va qo'llab -quvvatlovchi tarmoqlar; talab holati. Raqobat strategiyasining tayanch usullari. Mamlakatlarning raqobatbardoshlik kontseptsiyasi milliy iqtisodiyotning xalqaro mehnat taqsimoti va qiyosiy ustunlik nazariyasiga asoslanganligi. O'zbekiston ega bo'lgan qiyosiy ustunliklar. Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligining davlat tomonidan tartibga solinishi. Iqtisodiy rivojlanishning raqobatbardosh strategiyasini ishlab chiqish va amalga oshirish borasida chet el tajribasi.

### **10-mavzu. Raqobatning innovatsiyalarni tadbiiq etish strategiyasi**

Raqobatning innovatsiyalarni tadbiiq etish strategiyasining umumiy tavsifi. Raqobat strategiyasini qo'llash imoniyati va shart-sharoitlari. Raqobatning innovatsiyalarni tadbiiq etish strategiyasi. Uning yo'nalishlari va afzalliklari. Raqobatning innovatsiyalarni tadbiiq etish strategiyasidagi bozor xavfi. Innovatsiyalar mamlakat xalqaro raqobatbardoshligining muhim omil sifatida. Fan-texnika taraqqiyoti avj olgan hozirgi sharoitda, texnika va texnologiyaning eng yangi yutuqlari ustidan nazorat qilish uchun kurash raqobatning asosiy usullaridan biri Mamlakatning xalqaro raqobatbardoshligiga innovatsion siyosatning ta'siri. Yangi mahsulot yaratish. Yangi ishlab chiqarish metodlarini yaratish. Biznesni tashkil etishning yangi tamoyillarini tadbiiq etish. Xom-ashyoning yangi manbalarini topish va undan foydalanish. Raqobatning innovatsion vazifasi fan-texnika taraqqiyoti yutuqlariga asoslanuvchi hamda bozor iqtisodiyoti sub'ektlarining rivojlanishini taqozo etuvchi turli ko'rinishdagi yangiliklarning joriy etilishi. Yangi ta'minot bozorlarini ochish. Raqobat muxitini shakllantirishning innovatsion omillari. M. Porterning mamlakat xalqaro raqobatbardoshligi nazariyasi. Innovatsion biznesning global raqobatdagi roli.

### **11-mavzu. Raqobatning differentsiallashtirish strategiyasi**

Differentsiallashtirishning iqtisodiy mazmuni va xususiyatlari. Differentsiallashtirish yo'nalishlari. Iste'molchi bilan uzoq mudtsatli aloqalarni saqlab qolish. Tovarning iste'mol xususiyatiga iste'molchining yuqori baho berishi. Iste'molchining tovarga nisbatan sezuvchanligining pastligi. Differentsiallashtirishdagi xatolik taqlid ehtimoli (veroyatnost imitatsii). Firmaning bozordagi hukmronligini oshishi. Xarajatga nisbatan daromadning oshishi. Tovarning hukmron savdo belgisiga ega bo'lish xususiyatlari. Dizayn, Brend, texnologiya va funktsionap imkoniyatlar. Dillerlik tarmog'ining rivojlanishi. Iste'molchilarga xizmat ko'rsatish. Tovarlarning unikal xususiyatlarga ega bo'lishi. Tovarni differentsiallashtirishda raqobat ustunligiga erishish manbalari. Maqsulot yoki xizmatlar differentsiatsiyasi. Soqa doirasida maqsulot yoki xizmat noyob deb qabul qilinishi mumkin bo'lgan holat. Differentsiatsiyaning turli xil shakllarda amalga oshirilishi: dizayn yoki brendning mavqeiga muvofiq, texnologiyaga muvofiq, funktsional imkoniyatlariga muvofiq, iste'molchilarga xizmat ko'rsatishga muvofiq, dilerlik

tarmog'iga muvofiq va boshqa parametrlar.

### **12-mavzu. Raqobatning bozor taxmonlari strategiyasi**

Faoliyatni iste'molchilarning alohida guruhiga ixtisoslashuvi. Bozorni demografik va geografik segmentlash. Faoliyatni tovarning alohida guruhiga ixtisoslashuvi. Bozor taxmoniga xizmat qilishda yuqori samradorlikka erishish qobiliyati. Maqsadli bozor talablarini qondirish imkoniyatlari. Iste'molchilar talabining xilma-xilligi. Bozor taxmonlarining barqarorligi. O'ziga xos talabga ega bo'lgan bozor segmentlari hajmi. Bozorda bir turdagi tovarga bo'lgan talab segmenti. Bozor taxmonini tanlash. Bozor taxmoniga erishish taktikasini tanlash. Tor darajadagi bozor taxmonlariga chuqur moslashish. Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligining davlat tomonidan tartibga solinishi.

### **13-mavzu. O'zbekistonda raqobatchilik muxitining vujudga kelishi va monopoliyaga qarshi qonunchilik**

Raqobatlashish muhitining vujudga kelishi va uni saqlashda davlatning roli. O'zbekistonda raqobatchilik muhitini yuzaga keltirish va amal qilishi uchun ma'lum shart-sharoitlar. Monopolistik faoliyatni cheklashga oid huquqiy kafolatlar. Raqobat muhitini shakllantirishga hukumat siyosatining ta'siri darajasi. Respublikamizda sog'lom raqobat muhitini yaratishga oid O'zbekiston Respublikasining maxsus qonunlari. O'zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish, raqobat va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash davlat qo'mitasi O'zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirish davlat qo'mitasi etib qayta tashkil qilinganligi.

### **14- mavzu. Milliy iqtisodiyotda raqobat muxitini shakllantirishning institutsional asoslari**

Raqobatni rivojlantirishning muhim strategik maqsadi. O'zbekistonda raqobat munosabatlarini shakllantirishning iqtisodiy institutlari. Davlat korxonalarini xususiylashtirish va monopoliyadan chiqarish. Samarali raqobatning yuzaga chiqishiga yo'l qo'ymaydigan to'siqlarni bartaraf etish. Monopollashgan sohalardagi boshqaruv tizimlarini va korxonalarni tarkibiy qayta restrukturizatsiyalash. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish raqobat muhitini yaratishning muhim iqtisodiy instituti. O'zbekiston iqtisodiyotida raqobat muhitini rivojlantirishning amaldagi institutlardan biri tarmoqdi va xududiy monopoliyadan chiqarish va xususiylashtirish dasturlari.

### **15-mavzu. Raqobatni rivojlantirishning zamonaviy tendentsiyalari**

Zamonaviy bozor tendentsiyalari. XX-XXI- yuz yilliklarda raqobat va monopoliya rivojlanishidagi yangiliklar. XX-asrning 30-yillaridagi mukammal raqobat dogmasi haqida. D.Robinsonning raqobatning yangi konservativ kontseptsiyasi tanqidi. E.CHemberling nomukammal raqobat nazariyasi. XX-asrning ikkinchi yarmida monopoliya va raqobat rivojlanishining yangi tendentsiyalari. Birinchi tendentsiya - bozor monopoliyasining kuchayishi. Ikkinchi tendentsiya - raqobatning avj olishi. Ikki tendentsiya o'rtasidagi to'qnashuv oqibatlari: (S.Fisher, R.Dornbush, R.SHmalenzi nazariyalari). Xalqaro iqtisodiy forum (MEF) tavsiflagan global raqobat reytingi. XX-XXI- yuz yilliklarda raqobat va monopoliyaning rivojlanish jarayonida bozor sub'ektlari o'rtasidagi o'zaro aloqalarning yangi panoramalari.

## **II.2. Ma'ruza mavzularini taqsimlanishi**

No	mavzular	Soati
1	1-mavzu. Raqobat nazariyasi evolyutsiyasi	4
2	2- mavzu. Mukammal va nomukammal raqobat nazariyalari	4
3	3- mavzu. Raqobat kuchlari nazariyasi	4
4	4- mavzu. Raqobatbardoshlik va uning namoyon bo'lish	4
5	5- mavzu. Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini baholashga niebatan uslubiy yondashuvlar	4
6	6-mavzu. Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishning ijtimoiy omillari	4
7	7-mavzu. Narx shakllanishi milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligining	4

	asosiy omili sifatida	
8	8-mavzu. Raqobat ustunligi va unga erishish kontseptsiyalari	4
9	9-mavzu. Milliy iqtisodiyotning raqobat ustunliklarini shakllantirishning metodologik asoslari	4
10	10-mavzu. Raqobatning innovatsiyalarni tadbiq etish strategiyasi	4
11	11-mavzu. Raqobatning differentsiallashtirish strategiyasi	4
12	12-mavzu. Raqobatning bozor taxmonlari strategiyasi	4
13	13-mavzu. O'zbekistonda raqobatchilik muxitining vujudga kelishi va monopoliyaga qarshi qonunchilik	4
14	14- mavzu. Milliy iqtisodiyotda raqobat muxitini shakllantirishning institutsional asoslari	4
15	15-mavzu. Raqobatni rivojlantirishning zamonaviy tendentsiyalari	4
		60 soat

### **1-mavzu. Raqobat nazariyasi evolyutsiyasi**

«Hozirgi zamon raqobat nazariyalari» kursiga kirish. Fanning mohiyati va vazifalari, talabalar bilishi lozim bo'lgan asosiy tushunchalar. Raqobat - iqtisodiy kategoriya sifatida. Raqobat bozor iqtisodiyotini xarakterga keltiruvchi mexanizm. Raqobatning iqtisodiy mazmuni, mohiyati va o'ziga xos xususiyatlari. Raqobatning mohiyatini belgilab beruvchi asosiy jihatlari. Raqobat nazariyalari evolyutsiyasi. Raqobat tushunchasiga berilgan ta'riflar (F.Perru, A.Smit (1723-1790), A.Marshapl (1842-1924)). Raqobat bosqichlari. Bozor raqobatining tarixan 4 bosqichi. Natural xo'jalikdan bozor iqtisodiyotining dastlabki shakllariga o'tish davridagi raqobat. Tovar xo'jaligining ommaviy tus olishi davridagi raqobat. Monopol raqobat bosqichi. Yangicha erkin raqobat bosqichi. Qonun-qoidalar bilan tartibga solinuvchi sivilizatsiyalashgan raqobat. Raqobat turlari. Raqobat vositalari. Raqobat usullari. Raqobatning kurash vositalari va usullari jixatidan xalol raqobat va girrom raqobatga bo'linishi. Raqobat vazifalari. Gomogen (differentsiallanmagan) va geterogen (differentsiallangan) raqobat

### **2- mavzu. Mukammal va nomukammal raqobat nazariyalari**

Mukammal raqobat tushunchasi mazmuni. Djoan Vayolet Robinsonning (1903-1983) mukammal raqobatga bergan tavsifi. Mukammal raqobatdagi bozor modeli shartlari. Nomukammal raqobat tushunchasi. Nomukammal raqobat turlari, amalga oshirish sabablari va evolyutsiyasi. XIX-XX asrlarda nomukammal raqobatning kuchayishi. Monopolistik raqobat. Monopolistik raqobat sharoitida "Quvvatlar ortiqchaligi fenomeni". Monopoliyalarning moddiy va iqtisodiy asosi va uning turlari. Monopoliyalarning bozorni qamrab olish darajasiga ko'ra va vujudga kelish sababiga ko'ra turlari. Oligopoliya. Duopoliya. Monopsoniya. Oligopsoniya. Bilateral monopoliya. E.CHemberlin (1899-1967) va J. Robinsonning (1903-1983) monopolistik raqobat nazariyalari. Tabiiy monopoliya - korxonaning texnologik xususiyatlari sababli mahsulotga bo'lgan talabni qondirish. Legal monopoliya - qonuniy tarzda tashkil etiluvchi monopolistik raqobat va sun'iy monopoliya - monopol foyda olish maqsadida tashkil etiluvchi birlashmalarning shartli nomi. Kartel. Sindikat. Trest. Kontsern. Kortsortsium. Y.SHumpetter (1883-1950) gipotezasi. Monopoliyalarning ijobiy va salbiy xususiyatlari.

### **3- mavzu. Raqobat kuchlari nazariyasi**

Raqobatning besh kuch nazariyasi. M. Porterning (1947) raqobat besh kuchi modelining ta'riflari. Raqobat 5 kuchi nazariyasining oltin qoidasi. Porter nazariyasiga ko'ra tarmoq raqobatini taxlil qilishning o'ziga xos xususiyatlari. 5 kuch modelining ko'proq strategik boshqarishda va marketingda qo'llanilish yo'nalishlari. Kompaniyada SWOT analiz o'tkazish. Kengaytirilgan raqobat taxlili va bozor taxlilini tuzish. Raqobatlashuvchi sotuvchilar o'rtasidagi bellashuv. Bir-birini o'rnini bosuvchi va narx nuqtai nazaridan raqobatbardosh bo'lgan tovarlar o'rtasidagi raqobat. Yangi raqobatchilarning paydo bo'lish xavfi. Mol yetkazib beruvchilarning iqtisodiy imkoniyatlari va savdo qobiliyatlari. Xaridorlarning iqtisodiy imkoniyatlari va savdo qobiliyatlari. Tarmoqqa kirish to'sikdariga ta'sir etuvchi asosiy omillar. Xaridorlarning bozordagi xukmronligi. O'rinbosar

tovarlarning paydo bo'lishi. O'rinbosar tovarlarga qarshi kurashning samarali usullari. SWOT analiz qo'llash sxemasi. Kuchlilik, zaiflik, zaiflikni kuchga va taxdidni imkoniyatga aylantirish uchun barcha kuchni sarflash. imkoniyatlar va taxdidlar. Firmaning kuchli tomonlarini uning cheklangan imkoniyatlari asosida rivojlantirish. Raqobatning samaradorlik darajasini oshirishning shart- sharoitlari. "MsKinseu 7S" taxlil modeli. Firmaning strategik holatini baholash ko'rsatkichlari

#### **4- mavzu. Raqobatbardoshlik va uning namoyon bo'lish**

Raqobatbardoshlik tushunchasining iqtisodiy mazmuni va o'ziga xos xususiyatlari. Raqobatbardoshlik - nisbiy tushuncha. Raqobatbardoshlikning muhim ko'rsatkichlari. Mahsulot raqobatbardoshligi mazmuni va manbapari, omillari va ko'rsatkichlari. mamlakatlarning raqobatbardoshlik kontseptsiyasi milliy iqtisodiyotning xalqaro mehnat taqsimoti va har bir mamlakatning xalqaro savdodagi rolini asoslab beruvchi qiyosiy ustunliklari (arzon mehnat, boy tabiiy resurslar, qulay geografik iqlim, infratuzilma omillari va h.k.) nazariyasiga asoslanligi. Mahsulot sifati. Texnologik daraja. Ta'minotni tashkil etish. Maxsulot yangiligi. Firma raqobatbardoshligini tavsiflovchi muhim ko'rsatkichlar. Makroiqtisodiy, mezoiqtisodiy va mikroiktisodiy omillar. Jahon Iqtisodiy Forumi (JIF) ning mamlakatlar raqobatbardoshligini baholash metodikasi. Mamlakat faoliyatining umumiy ko'rsatkichlari. Makroiqtisodiy muhit. Texnologik yangiliklar va ularning diffuziyasi. Axborot va kommunikatsiya texnologiyalari. Mamlakatning umumiy infratuzilmasi. Davlat muassasalari - qonunlar va faoliyat. Davlat qilish. Xalqaro tashkilotlar. (banklar). Daromadlilik darajasi. Firma reytingi va o'sish tempi. Firmaning musobaqalashish ruxi. Innovatsion faolligi. Tashkiliy egiluvchanligi.

#### **5- mavzu. Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini baholashga niebatan uslubiy yondashuvlar**

Milliy raqobatbardoshlikka erishish usullari. Raqobatbardoshlikni baholashning makrodarajasi. Mamlakat raqobatbardoshligini baholash metodikasi. Butunjaxon iqtisodiy forumi (BIF) (Vsemirniy ekonomicheskiiy forum (VEF) (The Slobal Sompetitiveness Report)ning mamlakatlar raqobatbardoshligini baholash metodikasi. Raqobatbardoshlikni baholashning mezodarajasi. Raqobat ustunligini taxlil qilishning yordamchi usullari. Strategik rejalarining SWOT taxlili. SWOT tahlili bosqichlari. Raqobatbardoshlikni baholashning mikrodarajasi. Raqobatbardoshlikni baholashning ekspert usuli. M. Porter kontseptsiyasiga asoslangan zamonaviy model'. M. Porterning milliy rombi. Mamlakatning raqobat jihatdan ustunliklari determinantlari: barqaror strategiya, strategiya va raqobatchilik, omillar uchun shart- sharoitlar, talab holati, turdosh va qo'llab-quvvatlovchi tarmoqlar. O'zbekistonning raqobat jihatdan ustunliklari. Mamlakat siyosiy va huquqiy tizimining barqarorligi. Insonni rivojlantirishga (ta'lim, sogliqni saqlash, ijtimoiy extiyojlarga) katta qo'yilmalar. Axoli hayot kechirishining davomiyligi. Ishchi kuchi resurslarining raqobatbardoshligi. Mamlakat axolisi ta'lim darajasining yuqoriligi.

#### **6-mavzu. Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishning ijtimoiy omillari**

Milliy iqtisodiyotda inson kapitali rivojlanishining asosiy yo'nalishlari. Inson kapitalini takror barpo etishning zamonaviy kontseptsiyalari. A. Marshallning tanlash erkinligi kontseptsiyasi. Ishchi kuchini takror ishlab chiqarish xarajatlari tarkibi. Ishga yollovchilarning ishchi kuchiga xarajatlari. Davlat va mahalliy byudjetning ijtimoiy maqsadlarga xarajati. Inson kapitalini takror barpo etish xarajatlari va samaradorligi. Inson kapitali rivojlanishining ijtimoiy ko'rsatkichlari. Inson salohiyati rivojlanishi indeksi (ISRI). Mamlakat inson kapitalining rivojlanishi bo'yicha uchta eng muxim ko'rsatkichlar: tug'ilganda kutilayotgan umr davomiyligi, salomatlik, ekologik xavfsizlik va demografik o'sish. Aholining ta'lim bo'yicha qamrovi. aholi jon boshiga yalpi ichki mahsulot (YaIM) umumiy iqtisodiy rivojlanish, daromad va iste'molni belgilovchi ko'rsatkich sifatida. Inson rivojlanishini integral baholash ko'rsatkichlari. Iqtisodiy faol aholi raqobatbardoshligining mamlakatlararo darajasi. Iqtisodiy faol aholi raqobatbardoshligini oshirishning iqtisodiy demografik, mehnat, ta'lim, tibbiy, ilmiy texnikaviy omillari. Uzluksiz ta'lim

O'zbekistonda kadrlar tayyorlash tizimining asosi. Ta'limning turlari.

### **7-mavzu. Narx shakllanishi milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligining asosiy omili sifatida**

Bozor narxlari ustidan nazorat o'rnatish maqsadi. Narx shakllanishining makro va mikroiqtisodiy shart-sharoitlari. Iste'molchining narxga nisbatan yuqori sezgirligi. Ishlab chiqarishning kamxarjligini ta'minlash. Ishlab chiqarish omillarini boshqarishga e'tiborni fokuslash. Xarajatlar shakllanishiga etiborni fokuslash. Arzon narxlar liderligi strategiyasini qo'llash sharoitlari va qamrov darajasi. Narxli raqobat bozorlari. Mahsulotlarni standartlashtirishning yuqori darajasi. Savdo belgisi bo'yicha hukmronligi past bo'lgan bozorlar. Yuqori raqobat kuchiga ega bo'lgan iste'molchilar bozori. Monopol bozorlarda narx shakllarini boshqarish usullari. Davlat narx siyosati raqobatli narxlar shakllanishining asosi sifatida Narx siyosati nuqgai nazaridan soliq solish tizimining ahamiyatligi. Narx shakllanishining makro va mikroiqtisodiy shart-sharoitlari. Narx belgilash va raqobatbardoshlik o'rtasidagi bog'liklikning nazariy jihatlari. Ishlab chiqarilayotgan mahalliy mahsulot raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan chora-tadbirlar.

### **8-mavzu. Raqobat ustunligi va unga erishish kontseptsiyalari**

Raqobat ustunligi va unga erishish strategiyasi. Firma faoliyati o'sishini optimallashtirishning raqobat strategiyasi. Bozor makonini shakllantirish raqobat strategisi. Bozor liderligini ta'minlash raqobat strategiyasi. Tashkiliy madaniyatni rivojlantirish raqobat strategiyasi. Raqobat ustunligining hayotiy tsikli. Raqobat ustunligi barqarorligini ta'minlash. Raqobat strategiyasining zamonaviy talqinlari. Bozor makonini shakllantirish kontseptsiyasida raqobat sstrategiyasini taxlil qilish parametrlari. Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligining xalqaro iqtisodiyotda namoyon bo'lishi. "Barqaror strategiya, tuzilma va raqobatchilik" sifatida belgilangan raqobat jihatdan ustunligini shakllantirishning eng muhim omili. Iqtisodiyot raqobatbardoshligini belgilab beruvchi omillar ta'siriga ko'ra bosqichlarga bo'linishi. Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini davlat tomonidan tartibga solinishini sabablari. Davlatni o'tish iqtisodiyotidagi barcha funktsiyalari. Bozor munosabatlarini shakllantirish va rivojlantirishning o'zaro bog'liqligiga ko'ra ikki guruxga ajralishi. Iqtisodiy rivojlanishning raqobatbardoshlik strategiyasini ishlab chiqish va amalga oshirish borasida chet el tajribasidan foydalanish sabablari.

### **9-mavzu. Milliy iqtisodiyotning raqobat ustunliklarini shakllantirishning metodologik asoslari**

Iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishning o'ziga xos xususiyatlari va omillari. Raqobat va klasterlar. Klasterlarning umumiqtisodiy siyosatga ta'siri. Klasterlar iqtisodiyog raqobatbardoshligini oshirishning asosiy omili sifatida. Milliy iqtisodiyotning raqobat ustunliklari determinantlari. M. Porterning milliy rombi. Mamlakatntng raqobat jihatdan ustunliklari 4 determinantlari: Barqaror strategiya, strategiya va raqobatchilik; omillar uchun shart - sharoitlar; turdosh va qo'llab -quvvatlovchi tarmoqlar; talab holati. Raqobat strategiyasining tayanch usullari. Mamlakatlarning raqobatbardoshlik kontseptsiyasi milliy iqtisodiyotning xalqaro mehnat taqsimoti va qiyosiy ustunlik nazariyasiga asoslanganligi. O'zbekiston ega bo'lgan qiyosiy ustunliklar. Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligining davlat tomonidan tartibga solinishi. Iqtisodiy rivojlanishning raqobatbardosh strategiyasini ishlab chiqish va amalga oshirish borasida chet el tajribasi.

### **10-mavzu. Raqobatning innovatsiyalarni tadbiiq etish strategiyasi**

Raqobatning innovatsiyalarni tadbiiq etish strategiyasining umumiy tavsifi. Raqobat strategiyasini qo'llash imoniyati va shart-sharoitlari. Raqobatning innovatsiyalarni tadbiiq etish strategiyasi. Uning yo'nalishlari va afzalliklari. Raqobatning innovatsiyalarni tadbiiq etish strategiyasidagi bozor xavfi. Innovatsiyalar mamlakat xalqaro raqobatbardoshligining muhim omilm sifatida. Fan-texnika taraqqiyoti avj olgan hozirgi sharoitda, texnika va texnologiyaning eng yangi yutuqlari ustidan nazorat qilish uchun kurash raqobatning asosiy usullaridan biri Mamlakatning xalqaro raqobatbardoshligiga

innovatsion siyosatning ta'siri. Yangi mahsulot yaratish. Yangi ishlab chiqarish metodlarini yaratish. Biznesni tashkil etishning yangi tamoyillarini tadbiq etish. Xom-ashyoning yangi manbalarini topish va undan foydalanish. Raqobatning innovatsion vazifasi fan-texnika taraqqiyoti yutuqlariga asoslanuvchi hamda bozor iqtisodiyoti sub'ektlarining rivojlanishini taqozo etuvchi turli ko'rinishdagi yangiliklarning joriy etilishi. Yangi ta'minot bozorlarini ochish. Raqobat muxitini shakllantirishning innovatsion omillari. M.Porterning mamlakat xalqaro raqobatbardoshligi nazariyasi. Innovatsion biznesning global raqobatdagi roli.

### **11-mavzu. Raqobatning differentsiallashtirish strategiyasi**

Differentsiallashtirishning iqtisodiy mazmuni va xususiyatlari. Differentsiallashtirish yo'nalishlari. Iste'molchi bilan uzoq muddatli aloqalarni saqlab qolish. Tovarning iste'mol xususiyatiga iste'molchining yuqori baho berishi. Iste'molchining tovarga nisbatan sezuvchanligining pastligi. Differentsiallashtirishdagi xatolik taqlid ehtimoli (veroyatnost imitatsii). Firmaning bozordagi hukmronligini oshishi. Xarajatga nisbatan daromadning oshishi. Tovarning hukmron savdo belgisiga ega bo'lish xususiyatlari. Dizayn, Brend, texnologiya va funktsionap imkoniyatlar. Dillerlik tarmog'ining rivojlanishi. Iste'molchilarga xizmat ko'rsatish. Tovarlarning unikal xususiyatlarga ega bo'lishi. Tovarni differentsiallashtirishda raqobat ustunligiga erishish manbalari. Maqsulot yoki xizmatlar differentsiatsiyasi. Soqa doirasida maqsulot yoki xizmat noyob deb qabul qilinishi mumkin bo'lgan holat. Differentsiatsiyaning turli xil shakllarda amalga oshirilishi: dizayn yoki brendning mavqeiga muvofiq, texnologiyaga muvofiq, funktsional imkoniyatlariga muvofiq, iste'molchilarga xizmat ko'rsatishga muvofiq, dilerlik tarmog'iga muvofiq va boshqa parametrlar.

### **12-mavzu. Raqobatning bozor taxmonlari strategiyasi**

Faoliyatni iste'molchilarning alohida guruhiga ixtisoslashuvi. Bozorni demografik va geografik segmentlash. Faoliyatni tovarning alohida guruhiga ixtisoslashuvi. Bozor taxmoniga xizmat qilishda yuqori samradorlikka erishish qobiliyati. Maqsadli bozor talablarini qondirish imkoniyatlari. Iste'molchilar talabining xilma-xilligi. Bozor taxmonlarining barqarorligi. O'ziga xos talabga ega bo'lgan bozor segmentlari hajmi. Bozorda bir turdagi tovarga bo'lgan talab segmenti. Bozor taxmonini tanlash. Bozor taxmoniga erishish taktikasini tanlash. Tor darajadagi bozor taxmonlariga chuqur moslashish. Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligining davlat tomonidan tartibga solinishi.

### **13-mavzu. O'zbekistonda raqobatchilik muxitining vujudga kelishi va monopoliyaga qarshi qonunchilik**

Raqobatlashish muhitining vujudga kelishi va uni saqlashda davlatning roli. O'zbekistonda raqobatchilik muhitini yuzaga keltirish va amal qilishi uchun ma'lum shart-sharoitlar. Monopolistik faoliyatni cheklashga oid huquqiy kafolatlar. Raqobat muhitini shakllantirishga hukumat siyosatining ta'siri darajasi. Respublikamizda sog'lom raqobat muhitini yaratishga oid O'zbekiston Respublikasining maxsus qonunlari. O'zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish, raqobat va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash davlat qo'mitasi O'zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirish davlat qo'mitasi etib qayta tashkil qilinganligi.

### **14- mavzu. Milliy iqtisodiyotda raqobat muxitini shakllantirishning institutsional asoslari**

Raqobatni rivojlantirishning muhim strategik maqsadi. O'zbekistonda raqobat munosabatlarini shakllantirishning iqtisodiy institutlari. Davlat korxonalarini xususiylashtirish va monopoliyadan chiqarish. Samarali raqobatning yuzaga chiqishiga yo'l qo'ymaydigan to'siqlarni bartaraf etish. Monopollashgan sohalaridagi boshqaruv tizimlarini va korxonalarni tarkibiy qayta restrukturizatsiyalash. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish raqobat muhitini yaratishning muhim iqtisodiy instituti. O'zbekiston iqtisodiyotida raqobat muhitini rivojlantirishning amaldagi institutlardan biri tarmoqdi va xududiy monopoliyadan chiqarish va xususiylashtirish dasturlari.



### **15-mavzu. Raqobatni rivojlantirishning zamonaviy tendentsiyalari**

Zamonaviy bozor tendentsiyalari. XX-XXI- yuz yilliklarda raqobat va monopoliya rivojlanishidagi yangiliklar. XX-asrning 30-yillaridagi mukammal raqobat dogmasi haqida. D.Robinsonning raqobatning yangi konservativ kontseptsiyasi tanqidi. E.CHemberlinning nomukammal raqobat nazariyasi. XX-asrning ikkinchi yarmida monopoliya va raqobat rivojlanishining yangi tendentsiyalari. Birinchi tendentsiya - bozor monopoliyasining kuchayishi. Ikkinchi tendentsiya - raqobatning avj olishi. Ikki tendentsiya o'rtasidagi to'qnashuv oqibatlari: (S.Fisher, R.Dornbush, R.SHmalenzi nazariyalari). Xalqaro iqtisodiy forum (MEF) tavsiflagan global raqobat reytingi. XX-XXI- yuz yilliklarda raqobat va monopoliyaning rivojlanish jarayonida bozor sub'ektlari o'rtasidagi o'zaro aloqalarning yangi panoramalari

### **III.2. Amaliy mashg'ulot mavzularini taqsimlanishi**

<b>№</b>	<b>Amaliy mashg'ulot mavzulari</b>	<b>Soati</b>
1	1-mavzu. Raqobat nazariyasi evolyutsiyasi	4
2	2- mavzu. Mukammal va nomukammal raqobat nazariyalari	4
3	3- mavzu. Raqobat kuchlari nazariyasi	4
4	4- mavzu. Raqobatbardoshlik va uning namoyon bo'lish	4
5	5- mavzu. Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini baholashga nisbatan uslubiy yondashuvlar	4
6	6-mavzu. Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishning ijtimoiy omillari	4
7	7-mavzu. Narx shakllanishi milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligining asosiy omili sifatida	4
8	8-mavzu. Raqobat ustunligi va unga erishish kontseptsiyalari	4
9	9-mavzu. Milliy iqtisodiyotning raqobat ustunliklarini shakllantirishning metodologik asoslari	4
10	10-mavzu. Raqobatning innovatsiyalarni tadbiq etish strategiyasi	4
11	11-mavzu. Raqobatning differentsiallashtirish strategiyasi	4
12	12-mavzu. Raqobatning bozor taxmonlari strategiyasi	4
13	13-mavzu. O'zbekistonda raqobatchilik muxitining vujudga kelishi va monopoliyaga qarshi qonunchilik	4
14	14- mavzu. Milliy iqtisodiyotda raqobat muxitini shakllantirishning institutsional asoslari	4
15	15-mavzu. Raqobatni rivojlantirishning zamonaviy tendentsiyalari	4
	<b>Umumiy jami</b>	<b>60 soat</b>

### **IV. 1. Mustaqil ta'lim mavzularini taqsimlanishi**

<b>№</b>	<b>Mustaqil ta'lim mavzulari</b>	<b>Soati</b>
1	Raqobatning iqtisodiy mazmuni, mohiyati va o'ziga xos xususiyatlari. A.Smit (1723-1790), A.Marshapl (1842-1924)) nazariyalari asosida.	4
2	Nomukammal raqobat turlari, amalga oshirish sabablari va evolyutsiyasi.	2
3	E.CHemberlin (1899-1967) va J.Robinsonning (1903-1983) monopolistik raqobat nazariyalari.	4
4	Tabiiy, legal va sun'iy monopoliyalar.	2
5	Y.SHumpetter (1883-1950) gipotezasi.	4
6	Raqobat kuchlari nazariyasi	2
7	M. Porterning raqobat besh kuchi modeli	4
8	Raqobatbardoshlik va uning namoyon bo'lish shakllari	2
9	O'zbekiston iqtisodiyotining raqobatbardoshligini baholashga nisbatan uslubiy yondashuvlar	4

10	Strategik rejalarning SWOT tahlili va SWOT taxlili bosqichlari.	2
11	Mipliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishning ijtimoiy omillari	4
12	A. Marshaplning tanlash erkinligi kontseptsiyasi	2
13	M. Porterning milliy rombi.	4
14	Narx shakllanishi milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligining asosiy omili sifatida	2
15	Raqobat ustunligi va unga erishish kontseptsiyalari	4
16	Milliy iqtisodiyotning raqobat ustunliklarini shakllantirishning metodologik asoslari	2
17	Raqobatning innovatsiyalarni tadbiq etish strategiyasi	4
18	Raqobatning differentsiallash strategiyasi	2
19	Raqobatning bozor taxmonlari strategiyasi	4
20	O'zbekistonda raqobatchilik muxitining vujudga kelishi va monopoliyaga qarshi qonunchilik	2
21	Raqobat muxitini shakllantirishning innovatsion omillari.	4
22	Respublikamizda sog'lom raqobat muhitini yaratishga oid O'zbekiston Respublikasining maxsus qonunlari	2
23	XIX-XX asrlarda nomukammal raqobatning kuchayishi.	4
24	Raqobatning differentsiallash strategiyasi	2
25	O'zbekistonda raqobat munosabatlarini shakllantirishning iqtisodiy institutlari.	4
26	Raqobatni rivojlantirishning zamonaviy tendentsiyalari	2
27	Globalashuv sharoitida O'zbekistonning jahon xo'jalik tizimiga integratsiyalashuvining asosiy yo'nalishlari	4
28	Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish raqobat muhitini yaratishning muhim iqtisodiy instituti	2
29	M.Porterning mamlakat xalqaro raqobatbardoshligi nazariyasi.	4
30	Antimonopol qonunchilik va monopoliyalarni tartibga solish	2
		<b>150</b>
	<p><b>IV. 2. Mustaqil ishlarni tashkil etish</b></p> <p>«Iqtisodiy ta'limotlar tarixi» fani bo'yicha talabalar mustaqil ishlarini tashkil etish ularda iqtisodiy bilim, dunyoqarash, ijtimoiy faollik va mustaqil fikrlashni shakllantirishga qaratilgan tadbirlar tizimini o'z ichiga oladi. U o'quv rejasi va fanlar dasturlarida ko'zda tutilgan zarur bilimlar va ko'nikmalarning talabalar tomonidan oqilona, kam vaqt va kuch sarflab o'zlashtirilishini ta'minlaydi.</p> <p>«Iqtisodiy ta'limotlar tarixi» fanini o'qitish jarayonini takomillashtirish, talabalarning qiziqishlarini anglash, faolliklarini va mustaqil ishlarini rivojlantirish yo'nalishida boradi, bunda ijodiy fikrlash, mustaqil o'qish, ko'nikma va layoqatlari shakllanadi.</p> <p>Talabaning mustaqil ishi – muayyan fandan o'quv dasturida belgilangan bilim, ko'nikma va malakaning ma'lum bir qismini talaba tomonidan fan o'qituvchisi maslahati va tavsiyalari asosida auditoriya va auditoriyadan tashqarida o'zlashtirishiga yo'naltirilgan tizimli faoliyatdir.</p> <p>Mustaqil ishni bajarishdan asosiy maqsad – «Iqtisodiyot» kafedrasida professor-o'qituvchilarining bevosita rahbarligi va nazorati ostida talabalarni semestr davomida fanni uzluksiz o'rganishini tashkil etish, olingan bilim va ko'nikmalarni yanada mustahkamlash, kelgusidagi darslarga tayyorgarlik ko'rish, aqliy mehnat madaniyatini, yangi bilimlarni mustaqil ravishda izlab topish va qabul qilishni shakllantirish hamda ushbu tariqa institutda raqobatbardosh kadrlarni tayyorlashga erishishdan iborat.</p> <p>Mustaqil ish uchun beriladigan topshiriqlarning shakli va hajmi,</p>	

qiyinchilik darajasi semestrda –semestrda ko'nikmalar hosil bo'lishiga muvofiq ravishda o'zgarib, oshib borishi lozim. Ya'ni, talabalarning topshiriqlarni bajarishdagi mustaqilligi darajasini asta-sekin oshirib, ularning topshiriqlarni bajarishga tizimli va ijodiy yondoshishga o'rganib borishi kerak.

Talabalarning mustaqil ta'limi quyidagi turlarda tashkil etilishi lozim:

- auditoriya mashg'ulotlariga tayyorgarlik ko'rish;
- auditoriyadan tashqari vaqtda mustaqil ish topshiriqlarini bajarish;
- fan (modul) bo'yicha mavzularni mustaqil ravishda Axborot-resurs markazlari, uyi (talabalar turar joylari)da o'qib-o'rganish.

Auditoriya mashg'ulotlariga tayyorgarlik ko'rish quyidagi shakllarda amalga oshiriladi:

- ma'ruza, seminar va amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish;
- seminar-konferentsiyalarga tayyorgarlik ko'rish;
- kollokviumlarga tayyorgarlik ko'rish;
- ko'p so'raladigan savollar (FAQ-frequently asked questions) orqali o'zini qiziqtirgan muammolarga o'rgatuvchi dasturlar vositasida javob izlash;
- forumlarda ishtirok etish – fan mavzulari bo'yicha telegram kanallari yoki masofaviy ta'lim platformalarida fikr almashish;
- web-kvest – o'rgatuvchi test dasturlarida mashq qilish orqali fan (modul)ga oid bilimlarini mustahkamlash;
- nazorat ishlariga tayyorgarlik ko'rish;
- sinov (zachyot)ga tayyorgarlik ko'rish;
- imtihonga tayyorgarlik ko'rish.

Auditoriyadan tashqari vaqtda bajariladigan mustaqil ishlar quyidagi turlarda amalga oshirilishi tavsiya etiladi:

- dolzarb mavzu bo'yicha shaxsiy fikrini tanqid, publitsistik va boshqa janrlar (masalan, esse)da yozma bayon qilish;
- ma'ruzalar tayyorlash;
- kurs ishi yozish;
- konspekt yozish;
- glossariy tuzish;
- individual va jamoaviy o'quv loyihasi tuzish;
- keys-topshiriqlarini bajarish;
- mavzuli portfoliolar tuzish;
- axborot-tahliliy materiallar bilan ishlash;
- manbalar bilan ishlash;
- infografika tuzish;
- chizma-tasviriy modellar (intellekt-kart, freym, mantiqiy graf va h.k.) yaratish;
- multimediali taqdimotlar yaratish;
- darslarning metodik ishlanmalarini tayyorlash;
- darsdan tashqari mashg'ulot ishlanmalarini tayyorlash;

Ta'lim yo'nalishi (mutaxassislik)ning xususiyatidan kelib chiqqan holda mustaqil ishlarning boshqa turlaridan foydalanish mumkin.

3	<p><b>V. Fan o'qitilishining natijalari (shakllanadigan kompetentsiyalar)</b> Fanni o'zlashtirishi natijasida talaba:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hozirgi zamon raqobat nazariyalari fanining fanlar tizimida tutgan o'rni, obyekt va predmeti, shakllanishi, rivojlanishi, zamonaviy tuzilishi haqida <b>tasavvur va bilimga ega bo'lishi</b>;</li> <li>• Hozirgi zamon raqobat nazariyalaridagi nazariyalari asoslarini, qonunlar, asosiy tushunchalar, jarayonlarning xususiyatlarini bilish va ulardan foydalanish <b>ko'nikmalariga ega bo'lishi</b>;</li> </ul> <p>Talaba Hozirgi zamon raqobat nazariyalarini oddiydan murakkabga tomon rivojlanish jarayonlarni tahlil qilish usullarini qo'llash, iqtisodiy muammolar bo'yicha yechimlar qabul qilish ko'nikmalariga ega bo'lishi kerak.</p>
4	<p><b>VI. Ta'lim texnologiyalari va metodlari</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ma'ruzalar;</li> <li>- interfaol keys-stadilar;</li> <li>- seminarlar (mantiqiy fikrlash, tezkor savol-javoblar);</li> <li>- guruhlarda ishlash;</li> <li>- individual loyixalar</li> <li>- jamoa bo'lib ishlash va ximoya qilish uchun loyihalar</li> </ul>
5	<p><b>VIII. KREDITLARNI OLISH UCHUN TALABLAR</b></p> <p>Fanga ajratilgan kreditlar talabalarga har bir semestr bo'yicha nazorat turlaridan ijobiy natijalarga erishilgan taqdirda taqdim etiladi.</p> <p>Fan bo'yicha talabalar bilimni baholashda oraliq (ON) va yakuniy (YaN) nazorat turlari qo'llaniladi. Nazorat turlari bo'yicha baholash: 5 – “a'lo”, 4 – “yaxshi”, 3 – “qoniqarli”, 2 – “qoniqarsiz” baho mezonlarida amalga oshiriladi.</p> <p>Oraliq nazorat semestrda bir marta yozma ish shaklida o'tkaziladi.</p> <p>Talabalar semestrlar davomida fanga ajratilgan amaliy (seminar) mashg'ulotlarda muntazam, har bir mavzu bo'yicha baholanib boriladi va o'rtachalanadi. Bunda talabaning amaliy (seminar) mashg'ulot hamda mustaqil ta'lim topshiriqlarini o'z vaqtida, to'laqonli bajarganligi, mashg'ulotlardagi faolligi inobatga olinadi.</p> <p>SHuningdek, amaliy (seminar) mashg'ulot va mustaqil ta'lim topshiriqlari bo'yicha olgan baholari oraliq nazorat turi bo'yicha baholashda inobatga olinadi. Bunda har bir oraliq nazorat turi davrida olingan baholar o'rtachasi oraliq nazorat turidan olingan baho bilan <b>qayta o'rtachalanadi</b>.</p> <p>O'tkazilgan oraliq nazoratdan olingan baho <b>oraliq nazorat natijasi</b> sifatida qaydnomaga rasmiylashtiriladi.</p> <p>Yakuniy nazorat turi semestrlar yakunida tasdiqlangan grafik bo'yicha test shaklida o'tkaziladi.</p> <p>Oraliq (ON) va yakuniy (YaN) nazorat turlarida:</p> <p>Talaba mustaqil xulosa va qaror qabul qiladi, ijodiy fikrlay oladi, mustaqil mushohada yuritadi, olgan bilimni amalda qo'llay oladi, fanning (mavzuning) mohiyatini tushunadi, biladi, ifodalay oladi, aytib beradi hamda fan (mavzu) bo'yicha tasavvurga ega deb topilganda – <b>5 (a'lo) baho</b>;</p> <p>Talaba mustaqil mushohada yuritadi, olgan bilimni amalda qo'llay oladi, fanning (mavzuning) mohiyatini tushunadi, biladi, ifodalay oladi, aytib beradi hamda fan (mavzu) bo'yicha tasavvurga ega deb topilganda – <b>4 (yaxshi) baho</b>;</p> <p>Talaba olgan bilimni amalda qo'llay oladi, fanning (mavzuning) mohiyatini tushunadi, biladi, ifodalay oladi, aytib beradi hamda fan (mavzu) bo'yicha tasavvurga ega deb topilganda – <b>3 (qoniqarli) baho</b>;</p> <p>Talaba fan dasturini o'zlashtirmagan, fanning (mavzuning) mohiyatini tushunmaydi hamda fan (mavzu) bo'yicha tasavvurga ega emas, deb topilganda – <b>2 (qoniqarsiz) baho</b> bilan baholanadi.</p>

**Asosiy adabiyotlar:**

1. Porter, M.E. The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. NY: Free Press, 2010.
2. Michael E. Porter. Competitive strategy; Techniques Analyzing Industries and Competitors. The free press. New York. London. Toronto. Sidney. Singapore. 2005.
3. Alimov R.O., Rasulev A.F., Qodirov A.M. "O'zbekiston iqtisodiyotining raqobatbardoshligini oshirish muammolari: nazariya va amaliyot". Monografiya. T.:CONSAUDITINFORM- NASNR, 2006. —438 b.
4. Porter M. "Konkurentnoe preimushество" 2-e izdanie. Moskva-2006. – 1200 s
5. Porter M. "Konkurentnaya strategiya" 2-e izdanie. Moskva-2006. – 936 s
6. Rubin Yu.B. Konkurentsia: Uporyadochennoe vzaimodeystvie v professionalnom biznese. - M.: Market DS, 2010. -464 s.
7. Taranuxa Yu.V. «Konkurentsia i konkurentnaya strategiya». Uchebnoe posobie. M6 2008. - 270 s.
8. Filosofova T.G, Bjoy V.A. Konkurentsia innovatsii. Ucheb. posob. - M.: YuNITI-DANA, 2008. - 295 s.
9. CHepurin M.N., Kiseleva Ye.A. «Kurs ekonomicheskoy teorii». Uchebnik. -M: «ASA», 2009.-758 s.
10. SHodmonov SH.SH., G'ofurov U.V. Iqtisodiyot nazariyasi. Darslik. - T.: IQTISOD-MOLIUA, 2010.-728 b.

**Qo'shimcha adabiyotlar**

1. Mirziyov SH.M. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik - har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2016 yil yakunlari va 2017 yil istiqbollariga bag'ishlangan majlisidagi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining nutqi. // Xalq so'zi gazetasi. 2017 yil 16 yanvar, №11.
2. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi - T.: O'zbekiston, 2014. - 46 b.
3. Inson taraqqiyoti. Darslik. I.f.d., prof. Q.X. Abdurahmonov tahriri ostida. - T.: G'apua IexpoIog'ua, 2014. - 476 s.
4. Gorbunov A. Natsionalnaya konkurentosposobnost. - M.: «Ankil», 2010.-256 s.
5. Mazilkina Ye.I, Panichkina T.G. Upravlenie konkurentosposobnost'yu. Ucheb. posob. - «Omega-L», 2009. - 325 s.
6. Mikroekonomika: ucheb. / Pod.red. Gryaznovoy A.G. i Yudanova A.Yu. M.: KNORUS, 2010.-704 s.
7. Nosova S.S. Ekonomicheskaya teoriya. Uchebnoe posobie. M.: KNORUS, 2010. — 510 s
8. Samuelson Pol E., Nordxaus Vilyam D. Ekonomika. Uchebnik. 18-e izd.: Per s angl. - M.: OOO «I.D.Vilyams», 2009. - 1360 s.

**Internet saytlari**

1. [www.gov.uz](http://www.gov.uz) - O'zbekiston Respublikasi xukumat portali.
2. [www.Lex.iz](http://www.Lex.iz) - O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi.
3. [www.esonomist.com](http://www.esonomist.com)
4. [www.wordeconomics.com](http://www.wordeconomics.com)
5. [www.tradingeconomics.com](http://www.tradingeconomics.com)
6. [www.ereport.ru](http://www.ereport.ru) - Obzornaya informatsiya po mirovoy ekonomike
7. [www.stplan.ru](http://www.stplan.ru) - ekonomika i upravlenie

7	<p><b>Namangan davlat universiteti tomonidan ishlab chiqilgan va tasdiqlangan:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes” kafedrasining 2023-yil, 26 avgustdagi 1-sonli majlisida muhokama qilingan va tasdiqqa tavsiya etilgan.</li> <li>- Iqtisodiyot fakulteti kengashining 2023-yil, 29 avgustdagi 1-sonli majlisida ma’qullangan va tasdiqqa tavsiya etilgan.</li> <li>- NamDU o’quv-uslubiy kengashining 2023-yil, 30 avgustdagi 1-sonli majlisida muhokama qilingan va tasdiqlangan.</li> </ul>
8	<p><b>Fan/modul uchun mas’ul:</b> Sh.Z.Lutpidinov - Namangan davlat universiteti “Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes” kafedrasida (PhD), katta o’qituvchisi</p>
9	<p><b>Taqrizchilar:</b> K.I.Sirojiddinov – NamDU “Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes” kafedrasida, i.f.n. dots. D.N.Boymirzayev - NamDU “Menejment” kafedrasida mudiri (PhD), dots.</p>

**NamDU o’uv-uslubiy boshqarma boshlig’i**

**Iqtisodiyot fakulteti dekani**

**Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes kafedrasida mudiri**

**Tuzuvchi**

**X. Mirzaaxmedov**

**N. Narzullayev**

**B.Urinov**

**Sh.Lutpidinov**

**“Hozirgi zamon raqobat nazariyasi” fanidan TEST savollar**

<b>Test topshirig'i</b>	<b>To'g'ri javob</b>	<b>Muqobil javob</b>	<b>Muqobil javob</b>	<b>Muqobil javob</b>
Nomukammal raqobat turi;	*ma'lum arajada cheklangan raqobat;	erkin raqobat	narxliraqobat	narxsiz raqobat
Raqobatning asosiy turlari;	*tarmoq ichidagiva tarmoqlararoraqobat	oddiy va imtiyozli	bozor va nobozor	talab vataklif
Raqobat usullari;	*narx orqali vanarxsiz	majbur etuvchi	ishlab chiqarish vag'ayri ishlab chiqarish	moddiy va nomoddiy
Qaysi raqobat holatida baho erkin, talab va taklifi asosidashakllanadi;	*mukammal raqobatda	raqobatning hamma shaklida	oligopoliya va monopol raqobatda	nomukamma lraqobatda
O'zbekistonda monopolizm kandy tartibga solinadi;	*monopoliyalarga qarshi qonunbilan	hech qanday tartibga solinmaydi	Monopoliyalarning o'zi O'zbekistonda yo'q	monopoliyani boshqarishga hojat yo'q
Oligopoliya-bu.....	*nomukammal raqobat	mukamma lraqobat	erkin raqobat	narxsiz raqobat
Monopsoniya-bu.....	*tanho iste'molchining hukmronligi	bozorda u qadar ko'p bo'lmagan iste'molchilarning hukmronligi	tarmoqda u qadar ko'p bo'lmagan korxonalarining hukmronlik qilishi	tanho ishlab chiqaruvchining hukmronligi
Tovar ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi raqobatdan qanday maqsad ko'zda tutiladi?	*bozordao'z mavqegini mustahkamlash va iste'molchilarni og'dirib olish	auksionda yutib chiqish	tovarlarni past narxlardasotish	tovar reklamasiga ko'proq mablag' sarflash
Raqobatning qaysi shaklida ishlab chiqaruvchilar bozor baholarini to'liq nazorat qilish imkoniyatiga ega bo'ladi?	*sof monopoliyada	monopolistik raqobatda	sof raqobatda	oligopoliyada
Bahosiz raqobat usuli qanday yo'llar bilan olib boriladi?	*tovarlarni erkin bozor narxlarida sotish	kafolatlangan muddatda va undan keyingi davrda turli xizmatlar ko'rsatish	tovarni kim oshdi savdolari orqali sotish	tovar narxini tushirib borish
Raqobatning turli shakllari bir-biridan qanday belgilar bo'yicha	*tarmoqdagi korxonalar soni bo'yicha	narx darajasi bo'yicha	bir tipdagi yoki tabaqalashgan	tovar sifati bo'yicha

farq qiladi?			mahsulotlar ishlab chiqarilishi bo'yicha	
--------------	--	--	------------------------------------------	--

Sof raqobatli baho ta'sirida nimaning shakllanadi?	*tovarlarning yalpi taklifi vaularga bo'lgan Yalpi talabta'sirida	alohida tovarlar taklifi ta'sirida	alohida tovarlarga talab ta'sirida	alohida iste'molchilar bozor baholarini belgilaydi
Sof raqobat sharoitida tovarlarning bozor baholari bilan ularning sotib olinadigan miqdori o'rtasida qanday bog'liqlik mavjud bo'ladi?	*baho qanchalik yuqori bo'lsa, sotib olinadigan tovarlar miqdorishuncha kam bo'ladi va aksincha	tovarlar uchun davlat standart narxlarni belgilab qo'yadi	baho bilan sotib olinadigan tovarlar o'rtasida bog'liqlik mavjud bo'lmaydi	davlat tovarlarning sotib olish miqdorini qat'iy belgilab qo'yadi
Auksion nima?	*tovar yoki mulkning eng yuqori narx taklif qilgan shaxs tomonidan katta ommada oldida oshkora sotib olinishi	tovarlarni ayirboshlash jarayonidagi bitim tuzish jarayoni	qimmatbaho qog'oz turi	qadimgi pul birligi
Tovarlarning narxi emas uning sifati va servisi bilan raqobatlashish;	*narxsiz raqobat	narx vositasida raqobat	g'irrom raqobat	erkin raqobat
Tender – bu....	*xaridor tanlovi	ko'rgazma	yozma grafik, oferta, talabnoma	sanoat mollari ko'rgazmasi
Mehnat unumdorligi qanday aniqlanadi?	*mahsulot miqdorini uni ishlab chiqarishga ketgan ish vaqtiga nisbati bilan	mahsulot miqdorini qilingan sarf-xarajatlarga nisbati bilan	mahsulot miqdorini asosiy kapitalga taqqoslash yo'li bilan	mahsulot miqdorini aylanma kapitalga taqqoslash yo'li bilan
Erkin bozorda;	*sotuvchi ham, xaridor ham hech qanday hukmron mavqega ega bo'lmaydi	iste'molchi va ishlab chiqaruvchilar o'rtasida raqobat bo'lmaydi	narx-navo nazorat ostida bo'ladi	sotuvchi sifatida bir firma bozorda tanho hukmronlik qiladi
Oligopolistik bozorda;	*sanokli, ozchilik firmalar va kompaniyalar bozorda hukmronlik qiladi	sotuvchi sifatida bir firma bozorda tanho hukmronlik qiladi	raqobat umuman bo'lmaydi	sotuvchi va xaridorlarda hech biri bozorda hukmron mavqega ega



				bo'lmaydi
Bozor kon'yunkturasi deganda;	*bozorda muvozanatning mavjudligi yoki buzilganligi tushuniladi	bozor iqtisodiyoti uchun xizmat ko'rsatuvchi xar xil sohalar tushuniladi	mazkur bozorning tarkibida amal qiluvchi bo'g'inlar tushuniladi	bozordagi talab vataklifning miqdoran va tarkiban bir-biriga muvofiq kelishi tushuniladi
Bozor intervensiyasi –bu;	*milliy regional bozorga tashqaridan suqulib kirish va bozorni o'ziga tobe' etish tushuniladi	milliy bozor eksporti va importini davlat tomonidan himoya qilinishi tushuniladi	mazkur bozorning tarkibida amal qiluvchi bo'g'inlar tushuniladi	ma'lum belgi, alomatlar va savdo-sotikning shart-sharoitiga qarab bozorni har xil bo'g'inlarga ajratish, tabaqalash tushuniladi
Bozorni segmentlash (tabaqalash) deganda;	*ma'lum belgi, alomatlar vasavdo-sotiqning shart-sharoitiga karab bozorni har xil bo'g'inlarga ajratish, tabaqalash tushuniladi	milliy bozor eksport-importini davlat tomonidan himoya qilinishi tushuniladi	milliy yoki regional bozorga tashqaridan suqulib kirishva u bozorni o'ziga tobe' etish tushuniladi	bozordagi holat ya'ni muvozanatning mavjudligiyoki buzilganligi tushuniladi
Bozorni tartibga solish mexanizmi;	*talab, taklif,baho, raqobat	monopoliya, oligopoliya, monopsoniy	tadbirkorlik, biznes, foyda	bozor muvozanati.
Bozor sub'ekti;	*ayirboshlash munosabatlarining qatnashchilari	talab, taklif, narx, raqobat	bozorga jalb qilingan tovarva xizmatlar	iqtisodiy jarayonlarni uyg'unlashtirishni ta'minlaydigan dastak
Bozor infratuzilmasi-bu;	*ayirboshlash munosabatlariga xizmat qiluvchi muassasaviy tuzilma	monopoliya, oligopoliya, talab, taklif	bozorga jalb etilgan tovarva xizmatlar	bozor muvozanati
Adam Smitt tilga olgan «Ko'zga ko'rinmas qo'l» nima?	*bu-erkin tadbirkorlik	bu-narx qonuni	bu- raqobat	bu-qiyamat qonuni
Quyidagilardan qaysi biri bozor iqtisodiyotining umumiy va muhim	*narx-navoni davlat narx organlari tomonidan qat'iy	turli shakllardagi mulkchilikning mavjud	tadbirkorlik va tanloverkinligi	raqobat kurashining mavjudligi

belgilari tarkibiga kirmaydi?	belgilanishi	bo'lishi va unda xususiy mulkchilikning ustun turishi		
Intellektual tovarlar bozorida qanday tovarlar oldi-sotdiqilinadi?	*aqliy mehnat mahsuli bo'lgan tovarlar	raqobatga bardosh beradigan tovarlar	arzonlashtirilgan tovarlar	mahalliy ishlab chiqaruvchilar tomonidan taklif etilgan tovarlar
Bozor regulyatori amal qilishi uchun;	*erkin bozor raqobatiga yo'l berilishi zarur	monopoliyaga yo'l qo'yish kerak	oligopoliyaga yo'l berishkerak	monopoliyaga imkon berish lozim
«Transfert to'lovlari» - deganda;	*kam ta'minlangan aholi guruhlariga, nogironlarga, qariyalarga, boquvdagi kishilarga, ishsizlarga to'lanadigan nafaqalar	davlat sektoridagi xizmatchilarning daromadlari	yirik kompaniyalar va tadbirkorlar foydasi	bozor sektoriga yollangan ishchilarning ish haqi
Qaysi raqobat holatida baho erkin, talab va taklif asosidashakllanadi?	*mukammal raqobatda	raqobatning hamma shaklida	oligopoliya va monopol raqobatda	nomukamma Iraqobatda
Stagnatsiya-bu ;	*iqtisodiyotdagi tang holat	xalqaro bitim	bozordagi keskin vaziyat	narxlar o'sishi
Emitent kim?	*kapitalni jalbqilish maqsadidaqimmatli qog'ozlarni muomalaga chiqargan haxs	aktsiyalar bilan oldi-sotdi qiluvchilar	qimmatli qog'ozlar bozorining ishtirokchisi	veksellarni qayta rasmiylashtiruvchi shaxs
Innovatsiya ;	*yangi texnika-texnologiyalarni ishlab chiqarish uchun mablag'larni yo'naltirish	eksport uchun mablag'larni yo'naltirish	kredit berish	xalq xo'jaligi tovarlari importini kuchaytirish
Sof monopoliyada ishlab chiqaruvchilar qanday imkoniyatga ega bo'ladi?	*bozor baholarini to'liqnazorat qiladi	bozor baholarini nazorat qilmaydi	raqobatda ishtirok etish imkoniyatga ega bo'ladi	barcha imkoniyatlari cheklanadi
Pul emissiyasi nima ma'noni anglatadi?	*iqtisodiyotga qo'shimcha pul massasini chiqarish	pullarning qadrsizlanishi	pullarni almashtirish	iqtisodiyotda qo'shimcha pul massasini

				yig'ib olish
Har qanday inflyatsiya negizida nima yotadi?	*muomalaga keragidan ko'p pul chiqarilishi	iqtisodiy tanglik	qiymat qonuniga amal qilmaslik	iqtisodiy muvozanatning buzilishi
Devalvatsiya-.....	*boshqa mamlakatlar valyutasiga nisbatan milliy yoki xalqaro pul birligi kursining pasayishi	biror davlat pul birligi qadrining oshishi	inflyatsiya	fuqarolarning bir yil davomidagi yalpi daromadidan olinadigan majburiy to'lov
Deflyator - ...	*inflyatsiya sur'atini ko'rsatuvchi umumiy ko'rsatkich	pul qadrining tushib ketishi	sof foyda	pulning qadrini oshirish uchun muomaladagi qog'oz pullar va banknotlar miqdorini kamaytirish
Aholi farovonligi darajasi tushunchasi;	*odamlarning munosib turmush kechirishi	aholining bir xil darajada daromad olishi	oilalar o'rtacha daromadlarining minimal iste'mol byudjetidan yuqori bo'lishi	aholining yillarli darajada farovon yashashi
Davlatning iqtisodiyotni tartibga solishdagi rolini oshirishni yoqlovchi nazariya – bu;	*Keynscha nazariya	.Smitning «Tinch qo'yish» nazariyasi	Monetaristik nazariya	Marjinalistik nazariya
Makroiqtisodiyot qaysi darajadagi iqtisodiyot?	*butun milliy va jahon iqtisodiyoti	iqtisodiyotning davlat sektori	Iqtisodiyotning kooperativ sektori	butun xalq xo'jaligi darajasidagi iqtisodiyot
Bir tarmoqqa tegishli bo'lgan korxonalar va tashkilotlar o'rtasidagi raqobat bu;	*tarmoq ichidagi raqobat	tarmoq o'rtasida	tarmoqlararo	tashqi tarmoq
Muayyan tovarning yagona xaridori monopoliyasi mavjud bo'lgan bozor tuzilmasi turi bu;	*monopsoniya	Oligopsoniya	Duopoliya	oligopoliya
Monopsoniya bu.....	*Muayyan tovarning yagona xaridori monopoliyasi mavjud bo'lgan bozor tuzilmasi turi	muayyan tovarning yagona sotuvchisi monopoliyasi mavjud bo'lgan bozor tuzilmasi turi	muayyan tovarning yagona sotuvchisi va xaridori monopoliyasi mavjud bo'lgan bozor tuzilmasi turi	muayyan tovarning yagona sotuvchisi va xaridori monopoliyasi mavjud bo'lgan bozor tuzilmasi turi

F.Perruning raqobat nazariyasi?	*raqobatni doimiy tahdidliharakat sifatidatushuntiradi	raqobat bu bozor regulyatori	raqobatni xatarsiz harakat deb tushuntiradi	raqobatni doimiy o'zgaruvchan deb tushuntiradi
Davlat o'z monopol mavqeini suiiste'mol qilgan monopolistik birlashmalarga qanday chora ko'radi?	*bo'lib tashlaydi yoki maydalashtiradi	hech qanday chora ko'rmaydi	preferentsiyalar beradi	soliklardan ozod etadi
Korxonada ishlab chiqargan nooziq – ovqat mahsulotlarining bozordagi ulushi nechafoiz bo'lsa, u monopolist sifatida davlat reestriga kiritiladi?	*35%	25%	22%	18%
Korxonada ishlab chiqargan oziq–ovqat mahsulotlarining bozordagi ulushi nechafoiz bo'lsa, u monopolist sifatidavlat reestriga kiritiladi?	*20%	15%	17%	19%
O'zbekistonda «Monopol faoliyatni cheklash to'g'risida»gi qonun qachon qabul qilingan?	*1992 yil, avgust	1995 yil, may	1991 yil, mart	1997 yil, iyun
“Nomukammal raqobatning iqtisodiy nazariyasi” asarining muallifi kim?	*J. V. Robinson	J.B.Sey	A. Smit	E. CHemberlin
Deyarli yuz yil davomida J.B.Seyning hamma yerda tan olingan qonuni?	*bozorlar qonuni	istemolchilar qonuni	raqobatchilar qonuni	u qonun yaratmagan
XX asr boshlarida qaysi davlatlarda erkin raqobatga asoslangan iqtisodiyot tobora monopollashib bordi?	*Evropa va AQSH	Rossiya	Markaziy Osiyo	sharq va g'arb
Tadbirkorlarning yirik moliyaviy operatsiyalarini birgalikda amalga oshirish maqsadida birlashuvi bu.....	*konsortsium	sindikat	kartel	trest

Rasmiy jihatdan mustaqil bo'lgan, ko'p tarmoqli korxonalarining majmuini o'z ichiga oluvchi birlashma bu ....	*kontsern	sindikar	trest	karrel
Karrel, sindikar, trest, konsorsium, kontsern qanday monopoliya shakliga kiradi?	*sun'iy monopoliya	tabiiy monopoliya	legal monopoliya	bunday shakl mavjud emas
Monopoliyaning bozorni qamrab olish darajasiga ko'ra turlari;	*sof monopoliya, duopoliya, oligopoliya, monopsoniya	erkin raqobat	mukammal raqobat	cheksiz monopoliya
Legal monopoliya.....	*bu qonuniy tarzda tashkil etiluvchi monopoliya	bu ahamiyatsiz tarzda tashkil etiluvchi monopoliya	bu noqonuniy tarzda tashkil etiluvchi monopoliya	bunday monopoliya turi mavjud emas
“Raqobat kuchi nazariyasi”da raqobatning nechta kuchi mavjud;	*5	4	3	2
Monopoliyadan asosiy maqsad?	*olinayotgan foyda hajmining ko'payishi	iqtisodiy yordam tarafdori	zarardan qochish	kammablag' sarflash
Yagona tovar yetkazib beruvchi va yagona iste'molchining qarama-qarshi kurashi vujudga keluvchi bozor;	*bilateral monopoliya	uch tomonlama monopoliya	yagona monopoliya	cheksiz monopoliya
Muayyan tovarning bir guruh xaridorlari mavjud bo'lgan bozor tuzilmasi turi bu;	*oligopsoniya	duopoliya	oligopoliya	monopsoniya
Muayyan tovarning faqat ikki nafar yetkazib beruvchisi mavjud bo'lgan bozor tuzilmasi turi bu..	*duopoliya	oligopoliya	monopoliya	monopsoniya
M.Porterning raqobatga doir qanday nazariyasi u tomonidan fanga kiritilgan;	*raqobat 5 kuchi nazariyasi	raqobatbardosh lilik nazariyasi	raqobat strategiyasi	raqobat ustunligi
Muayyan tovarning yagonaxaridori monopoliyasi mavjud bo'lgan bozor tuzilmasi turi bu..	*monopsoniya	oligopsoniya	duopoliya	oligopoliya
Ozchilik yirik ishlab chiqaruvchilarning hukmronligi-bu.....	*oligopoliya	duopoliya	monopoliya	bunday hukmronlik mavjud emas

Oligopoliyani tarjimasida qandayma'noni anglatadi?	*oligos-ozchilik, poleo-sotaman	oligos-ozchilik, poleo-xarid qilaman	oligos-ko'pchilik, poleo-sotaman	oligos-ozchilik, poleo-chayqayman
Monopoliya atamasining ma'nosi nimani anglatadi?	*monos-yagona poleo-sotaman	monos-qancha, poleo-qabul qilaman	monos-bir nechta, poleo-olaman	monos-yagona poleo-xarid qilaman
Raqobat 5 kuchi nazariyasiga kim tomonidan asos solingan?	*M.Porter	E.X.CHemberlin	J.V.Robinson	J.B.Sey
5 kuch modeli asosan qaysi iqtisodiy sohada keng qo'llaniladi?	*strategik boshqarishda va marketingda	ekonometrik tahlilda	matematik modellashtirishda	ijtimoiy-siyosiy sohada
SWOT analizining determinantlari nimalardan iborat?	*kuchlilik, Zaiflik, imkoniyatlar, tahdidlar	ishlab chiqarish, taqsimot	ayirboshlash., iste'mol	ishchi kuchi, ishlab chiqarish vositalari
Xom ashyo narxlarining ko'tarilishi ishlab chiqarish xarajatlarining ko'payishi nimaga olib keladi?	*tayyor mahsulot tannarxining oshishiga olib keladi	firma foydasining ko'payib borishiga olib keladi	chakana savdoning rivojlanishiga olib keladi	ulgurji savdoning rivojlanishiga olib keladi
Qanday iqtisodiy ob'ektda SWOT analiz o'tkaziladi?	*raqobat bor bo'lgan iqtisodiy ob'ektlarda	bozorda	kontsernda	kompaniyada
oligos-ozchilik, poleo-sotaman bu.....	*oligopoliya	monopsoniya	monopoliya	oligopsoniya
Raqobat kuchi nazariyasida tavsiflangan model qanday model sanaladi?	*strategik model	interaktiv model	ijtimoiy rivojlantiruvchi model	boshqaruv modeli
Ishlab chiqarish omillari quyidagi javoblardan qaysi birida to'g'ri ko'rsatilgan?	*ishchi kuchi, yersuv, kapital, tadbirkorlik qobiliyati	Ishchi kuchi, xaridor, talab	kapital, er-suv, taklif	mehnat predmetlari, ishsizlik darajasi, raqobatbardoshlik darajasi
Bozorda asosiy narxni pasaytiruvchi omil?	*raqobatchilar	iste'molchilar	sotuvchilar	tashqi kuchlar
Mehnat resurslarining raqobatbardoshligini ta'minlovchi asosiy omil?	*aholining ta'lim darajasi	demografik ustinlik	malaka va ko'nikma	aholini ijtimoiy himoyalanganlik darajasi

Raqobat tomonidan ..... davlat	*qo'llab quvvatlanadi	taqiqlanadi	yuzaga chiqarilmaydi	e'tibor berilmaydi
Milliy, davlat va mahalliy raqobatbardoshlik nazariyasi klasterlarga asosiy o'rinni beradi deb qaysi olim aytib o'tgan?	*M. Porter	Q. Bedrinsef	A. Smit	A. Tomas
Alohida bozordagi raqobatning holatini nechta raqobat kuchi orqali tavsiflash mumkin?	*5	7	2	4
Raqobat – bu?	*tadbirkorlikning ajralmas bir bo'lagidir	Tadbirkorlikka hech qanday aloqasi yo'q	shunchaki foyda olishga qaratilgan maqsad	importni rivojlantiruvchi mexanizm
Nomukammal raqobatning oligopolistik raqobat turi deganda nimani tushunasiz?	*bu g'oyat ozchil, lekin yirikfirmalar katnashadi	tor doiradagi raqobat	keng ko'lamdagi raqobat	bu raqobat turiga aniqbir ta'rif berilmagan
Sof monopolistik raqobat raqobatning qaysi turiga kiradi?	*nomukammal raqobat	sof raqobat	mukammal raqobat	oligopolistik raqobat
Toshkent traktor zavodi qanday raqobat turiga mansub?	*sof monopol korxonalar turiga	monopol korxonalar emas, uning raqobatchilari mavjud	oligopolistik raqobat	mukammal raqobat
G'irrom raqobat deganda nimani tushunasiz?	*man etilgan vositalar yordamida vag'ayriinsoniy usullar bilanolib borilgankurashdir	raqobat kurashlarida faol ishtiroketadigan raqobat turi	g'irrom raqobat shunchaki ta'rif xalos	qonuniy, yo'l berilgan va xamma tan olgan raqobat turi hisoblanadi
Raqobatning turli usullarini ko'llashdan asosiy maqsad bu;	*xaridorni o'z tovariga jalbetib pulini olish	yirik korxonalarni tashkil etish	oilaviy tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish	faqat foyda olishni ko'zlash
Raqobat strategiyasi deganda nimani tushunasiz?	*raqobat kurashining uzoq davrga mo'ljallangan bosh yo'li	qisqa muddatga mo'ljallangan dasturi	bankdan kredit olish uchun tayyorlangan biznes reja	tovar ishlab chiqaradigan korxonalarining Nizomi

Raqobatni bozor iqtisodiyotini harakatga keltiruvchi mexanizm deyish mumkinmi?	*ha mumkin	yo'q mumkin emas	taqiqlangan	talabga javob bermaydi
Bir tarmoqqa tegishli bo'lgan korxonalar va tashkilotlar o'rtasidagi raqobatning turlarini sanab bering?	*erkin raqobat, monopolistik raqobat, oligopolistik raqobat, sof monopoliya	erkin raqobat va monopolistik raqobat	monopolistik raqobat va oligopolistik raqobat	sof monopoliya
Narxsiz raqobat usullari Marketing ichida muhi mahamiyatga egami?	*ha ahamiyatga ega	yo'q hech qanday ahamiyatga ega emas	bozor talablaridan kelib chiqqan xolda belgilanadi	taqiqlangan
SWOT analiz qo'llash sxemasi qaysi javobda to'g'ri ko'rsatilganini aniqlang;	*zaiflikni kuchgava taxdidni imkoniyatga aylantirish	zaiflikni o'rmini qoplash uchun tashqaridan yordam olish	korxonani kam quvvatda ishlayotgan tomonlarini butkul to'xtatish	korxonani qayta modernizatsiya qilish
Ishlab chiqarish kuchlari deganda nimani tushunasiz?	*ishchi kuchi va ishlab chiqarish vositalari	faqat asosiy vositalar	ishchi kuchi	mehnat taqsimoti
Raqobat iqtisodiy usishni .....	*ta'minlaydi	faoliyatga to'sqinlik qiladi	ta'minlamaydi	qisqartiradi
TSivilizatsiyalashgan raqobat iqtisodiyotning qaysi turiga mansub?	*aralash iqtisodiyot turiga	hech qaysi turiga	iqtisodiyotning aniq biri turiga	ixtisoslashgan turiga
Raqobatchilarga davlat tomonidan qanday imtiyozlar berilmoqda?	*soliq imtiyozlari	narxlarni standartlashtirish	aralashmaslik	hech qanday imtiyoz mavjud emas
Raqobat iqtisodiyotga qanday ta'sir ko'rsatadi?	*iqtisodiyotni barqaror rivojlanishiga ta'sir ko'rsatadi	iqtisodiyotga hech qanday ta'siri yo'q	iqtisodiy o'sishni pasaytiradi	ishsizlikni keltirib chiqaradi
Xalol reklamaning muxim shartlaridan biri ..... xisoblanadi?	*mahsulot sifati	tovarning massasi	tovarning tashqi ko'rinishi	ishlab chiqaruvchi
Xomashyo narxlarining ko'tarilishi nimaga olib keladi?	*tayyor mahsulotning tannarxi ortadi	korxonalar va firmalarda ishchilarning ish haqi ortadi	firmaning foydasi ortibboradi	bozorlarda tavarga bo'lgan talab oshadi.



Bilateral monopoliya deganda nimani tushunasiz?	*yagona tovar yetkazib beruvchi va yagona iste'molchilarni qarama-qarshi kurashga undovchi bozor turi	bozorda xaridorlar bilan sotuvchilarni nizosiga sabab bo'luvchi mexanizm hisoblanadi	bunday monopoliya mavjud emas	bozorning to'yinganlik darajasini bildiradi
Monopoliyaning mohiyati to'g'ri ko'rsatilgan javobni aniqlang.	*taklif va narx ustidan nazorat o'rnatiladi	yangi takliflar ishlab chiqiladi	talab va taklif o'rtasida o'zaro muvozanat vujudga keladi	bozorda erkin narxlar shakllanadi
Davlat o'z monopol mavqeini suiste'mol qilgan monopolistik birlashmalarga qanday choralar ko'radi?	*bo'lib tashlash yoki maydalashtirish xuquqiga ega	uning faoliyati butkul to'xtatib qo'yiladi	faoliyat natijasidankelib chiqqanxolda ish ko'riladi	bunday birlashmalar faoliyati butullay tugatiladi
"Tarmoqda raqobat kuchlarining aniqligi va samaradorligini aniqlash" mazkur xususiyat qaysi nazariyaga tegishli?	*raqobat kuchi nazariyasi	strategik menejment nazariyasi	robinson nazariyasi	mutanosiblik nazariyasi
Qanday iqtisodiy ob'ektda SWOT analiz io'tkaziladi?	*raqobat bor bo'lgan iqtisodiy ob'ektlarda	bozorda	kontsernda	kompaniyada
Bozorda asosiy narxni pasaytiruvchi omil?	*raqobatchilar	iste'molchilar	sotuvchilar	tashqi kuchlar
Mehnat resurslarining raqobatbardoshligini ta'minlovchi asosiy omil?	*aholining ta'lim darajasi	demografik ustinlik	malaka va ko'nikma	aholini ijtimoiy himoyalanganlik darajasi
Raqobat davlat tomonidan .....	*qo'llab quvvatlanadi	taqiqlanadi	yuzaga chiqarilmaydi	e'tibor berilmaydi
Milliy, davlat va mahalliy raqobatbardoshlik nazariyasi klasterlarga asosiy o'rinni beradi deb qaysi olim aytibotgan?	*M. Porter	Q. Bedrinsef	A. Smit	A. Tomas
Alohida bozordagi raqobatning holatini nechta raqobat kuchi orqali tavsiflash mumkin?	*5	7	2	4

Raqobat – bu?	*tadbirkorlikni ng ajralmas bir bo'lagidir	tadbirkorlikk a hech qanday aloqasi yo'q	shunchaki foyda olishga qaratilgan maqsad	importni rivojlantiruvchi mexanizm
Quyidagilardan qaysi biri investisiyalarning ichki manbai hisoblanadi?	*foyda, amortizasiya ajratmalari	bank kreditlari	byudjet mablag'lari	homiylar mablag'lar
Investor-bu.....	*investisiyalarni amalga oshiruvchi shaxs	asosiy va aylanma kapitalni qayta tiklash	pul mablag'lari ko'rinishidagi investisiya	investision resurslar
Byudjet-bu .....	*davlat, korxonalar, muassasalar qonuniy tartibda tasdiqlangan davrga mo'ljallangan pul ifodasidagi daromad va sarf-xarajatlari	davlat, korxonalar, muassasalar qonuniy tartibda tasdiqlangan davrga mo'ljallangan pul ifodasidagi sarf-xarajatlari	davlat, korxonalar, muassasalar qonuniy tartibda tasdiqlangan davrga mo'ljallangan pul ifodasidagi daromadlari	davlatning tashqi iqtisodiy aloqalarini aks ettiruvchi, aktiv va passiv tomonlardan iborat jadval
Byudjet profisiti qachon vujudga keladi?	*daromadlar xarajatlar qismidan ortiq bo'lganda	daromadlar va xarajatlar qismi teng bo'lganda	daromadlar xarajatlar qismidan kam bo'lganda	sof eksport ijobiy bo'lganda
Byudjet taqchilligi qachon vujudga keladi?	*daromadlar xarajatlar qismidan kam bo'lganda	daromadlar xarajatlar qismidan ortiq bo'lganda	sof eksport ijobiy bo'lganda	daromadlar va xarajatlar qismi teng bo'lganda
Innovatsiya - .....	*yangi texnika-texnologiyalarni ishlab chiqarish uchun mablag'larni yo'naltirish	tovarlar importini kuchaytirish	kredit berish	eksport uchun mablag'larni yo'naltirish
Jahon-moliyaviy iqtisodiy inqirozning yuzaga kelishidagi asosiy omilni ayting;	*pul massasi va tovar miqdori o'rtasidagi mutanosilikning buzilishi	iste'mol va jamg'arma o'rtasidagi muvozanatning buzilishi	byudjet daromadlari va xarajatlari o'rtasidagi muvozanatning buzilishi	iste'mol va jamg'arma o'rtasidagi muvozanatning buzilishi
Mamlakatning iqtisodiy sur'atini tavsiflaydigan ko'rsatkichlar;	*real YAIM va aholi jon boshiga real YAIMning o'sishi	Iste'mol va jamg'arma	yalpi talab va yalpi taklif	investisiyalar miqdori
O'zbekistonning davlat byudjeti qaysi yildan boshlab ketma-ket profisit bilan yakunlanmoqda?	*2005 yildan	2006 yildan	2007 yildan	2008 yildan

Quyidagi soliqlardan qaysi biri egri soliq?	*qo‘shilgan qiymat solig‘i	yer solig‘i	daromad solig‘i	mulk solig‘i
Tarkibiy inqirozlarni keltirib chiqaruvchi asosiy sabab nima?	*iqtisodiyotning ayrim tarmoqlari va sohalarining rivojlanishidagi chuqur nomutanosibliklar	ishlab chiqarishning notekis rivojlanishi	yalpi talabning o‘zgarishi	yalpi taklifning o‘zgarishi
Raqobatning qaysi shaklida ishlab chiqaruvchilar bozor baholarini to‘liq nazorat qilish imkoniyatiga ega bo‘ladi?	*sof monopoliyada	sof raqobatda	monopolistik raqobatda	oligopoliyada
2014 yilda O‘zbekistonda YaIM necha foizga o‘rdi?	*8,1 foiz	8 foiz	8,3 foiz	6,3 foiz
O‘zbekistonda davlat byudjeti daromadlarining asosiy qismini qanday omillar hisobiga tushadigan mablag‘lar tashkil qiladi?	*soliqlar	paxta	avtomobil	energiya va metall
Pul emissiyasi nima?	*iqtisodiyotga qo‘shimcha pul massasini chiqarish	pullarni almashtirish	pullarning qadrsizlanishi	iqtisodiyotdan qo‘shimcha pul massasini yig‘ib olish
Respublikada necha pog‘onali bank tizimi tashkil qilingan?	*2 pog‘onali	1 pog‘onali	3 pog‘onali	4 pog‘onali
Fritredirlik ...	*Inglizcha erkin savdo siyosati	lotincha erkin savdoga yo‘l qo‘ymaslik	nemischa erkin savdoga yo‘l qo‘ymaslik	mayda ishlab chiqarish
Davlat o‘z monopol mavqeini suiste‘mol qilgan monopolistik birlashmalarga qanday choralar ko‘radi?	*bo‘lib tashlash yoki maydalashtirish xuquqiga ega	uning faoliyati butkul to‘xtatib qo‘yiladi	faoliyat natijasidan kelib chiqqan xolda ish ko‘riladi	bunday birlashmalar faoliyati butullay tugatiladi
“Tarmoqda raqobat kuchlarining aniqligi va samaradorligini aniqlash” mazkur xususiyat qaysi nazariyaga tegishli?	*raqobat kuchi nazariyasi	strategik menejment nazariyasi	Robinson nazariyasi	mutanosiblik nazariyasi
Davlatning inflyasiyaga qarshi siyosatidan ko‘zlagan maqsad;	*ish haqi va narx darajasini mutanosibligini ta‘minlash, takror	iqtisodiy o‘shishni pasaytirish	narxlar darajasini oshirish	aholi daromadlarini qisqartirish

	ishlab chiqarishni rag'batlantirish			
Iqtisodiy muvozanat – bu.....	*iqtisodiy jarayonlar, hodisalarning ikki yoki bir necha tomonining bir-biriga teng kelish holati	iqtisodiy jarayonlar, hodisalarning ikki yoki bir necha tomonining tengsizlik holati	ishlab chiqarish samaradorligining ortishi	bu sof milliy mahsulotdagi o'zgarishning yalpi sarflardagi o'zgarishga nisbati
Iqtisodiyotni soliqlar orqali tartibga solishda qanday vositalar qo'llaniladi?	*soliq stavkalari, bojxona bojlari, soliq imtiyozlari	davlat buyurtmalari, zayomlar, dotasiyalar	standartlar, me'yoriy xujjatlar, tariflar, davlat investisiyalari	lisenziyalashtirish va ro'yxatdan o'tkazish
Yuqori raqobatbardoshlik va barqaror o'sishning asosiy omilini aniqlang;	*yangi texnologiyalar qo'llanilishini raqq'batlantiruuchi omillar	ishchi kuchi omillari	boshqaruv omillari	ijtimoiy omillar
Globalashuv jarayoni qaysi holatda ijobiy ahamiyatga ega bo'ladi?	*agar mamlakatda raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqarish uchun sharoitlar mavjud bo'lsa	agar iqtisodiyot xom-ashyoga yo'naltirilgan bo'lsa	tovarlar narxi yuqori bo'lsa	agar soha xodimlari yuqori malaka maxoratga ega bo'lsa
Ko'rsatilgan yo'nalishlardan qaysi biri sanoat siyosatining asosiy omilini belgilaydi;	*innovatsiyasiyosati	tarkibiy siyosat	investitsiya siyosat	tashqi siyosat
Fiskal siyosat-bu.....	*davlatning soliq byudjet siyosati	davlatning bojxona siyosati	davlatning pul-kredit siyosati	bank foydasi
«Transfert to'lovlari» - deganda;	*kam ta'minlangan aholi guruhlariga, nogironlarga, qariyalarga, boquvdagi kishilarga, ishsizlarga to'lanadigan nafaqalar	bozor sektoriga yollangan ishchilarning ish haqi	davlat sektoridagi xizmatchilarning daromadlari	kichik mulkdorlar daromadi (foyda, renta, foiz, dividend)

Kam ta'minlangan aholi guruhlariga, nogironlarga, qariyalarga, boquvdagi kishilarga, ishsizlarga to'lanadigan nafaqalar.....	*transfert to'lovlari;	bozor sektoriga yollangan ishchilarning ish haqi	davlat sektoridagi xizmatchilarning daromadlari	kichik mulkdorlar daromadi (foyda, renta, foiz, dividend).
Davlat byudjeti nechta qismga bo'linadi?	*2 ta	1 ta	3 ta	4 ta
Ushbu fikr kimga tegishli? «Monopoliyaning mohiyati –bu taklif va narx ustidan nazorat bo'ladi»;	*E. Chamberlin	J.B.Seyning	A. Smit	D.Rikardo
“Nomukammal raqobatning iqtisodiy nazariyasi” asarining muallifi kim?	*J. V. Robinson	J.B.Seyning	A. Smit	M.Fridman
Sof monopolistik raqobat raqobatning qaysi turiga kiradi?	*nomukammal raqobat	sof raqobat	mukammal raqobat	oligopolistik raqobat
G'irrom raqobat deganda nimani tushunasiz?	*man etilgan vositalar yordamida vag'ayriinsoniy usullar bilan olib borilgan kurashdir	qonuniy, yo'l berilgan va xamma tan olgan raqobat turi hisoblanadi	g'irrom raqobat shunchaki ta'rif xalos	raqobat kurashlarida faol ishtirok etadigan raqobat turi

# AMALIY MASHG'ULOTLAR UCHUN TOPSHIRIQLAR, KEYS STADI, VAZIYATLI MASALALAR VA TESTLAR

## 1-Mavzu: Raqobat nazariyasi evolyutsiyasi

### Topshiriqlar

#### Vaziyatli masala -1

Dasturiy boshqaruvga asoslangan stanoklar ishlab chiqarish uchun firma prezidenti marketing tadqiqotlari guruhiga ilgari ishlab chiqarilgan mahsulotni takomillashtirish va bunda uning jahon bozorida raqobatbardoshligini oshirishni nazarda to'lishga buyurtma berdi. Topshiriq olgach, tadqiqotlar bo'limi rahbari xodimlar oldiga quyidagi vazifalarni qo'ydi:

1. Guruhini boshqarish tuzilmasini ishlab chiqish va turli yo'nalishlar bo'yicha tadqiqotchilar guruhlarini tuzish.

2. Ushbu sohadagi eng malakali mutaxassislardan tashabbuskor guruh tuzish hamda bo'lim faoliyatining maqsad va vazifalarini belgilab olish.

3. Tadqiqotlarning eng ilg'or usullari va ishni bajarish bosqichlarini aniqlash:

- yuzaga kelgan vaziyatni o'rganish, mamlakat ichida va xorijda kerakli klassdagi stanoklar tayyorlash bo'yicha ma'lumotlar to'plash. Patent loyihalarini ishlab chiqish;
- tadqiqotlarning ketma-ketlikdagi rejasini tasdiqlash;
- yangi stanok modelini ishlab chiqish, uni tanqidiy muhokama qilish hamda bu modelning ilg'orligi va raqobatbardoshligi haqida yakuniy qaror chiqarish.

#### Vaziyatli masala - 2

Samarali va normal ish faoliyatini tashkil qilish, marketing tadqiqotlarini o'tkazish uchun xodimlar bo'limi rahbari firma prezidentidan korxonani malakali marketing tadqiqotchi xodimlar bilan ta'minlash vazifasini oldi.

Yangi xodimlar bo'limi funksiyalari boshqa an'anaviy faoliyat ko'rsatuvchi xodimlar bo'limi funksiyalaridan farq qilishini hisobga olib, prezident belgilangan vazifalarni aniqlab qo'ydi:

1. Xodimlar bo'limi boshqaruv tuzilmasini tasdiqlash va marketing tadqiqotlari funksiyalarini ishlab chiqish.

2. Xodimlarni tanlash va joylashtirish tamoyillarini, xodimlar malakasini oshirish tizimini, korxonani marketing tadqiqotlari uchun zarur kadrlar bilan ta'minlash tizimini ishlab chiqish.

3. Buning uchun quyidagilarni aniqlash:

- ◆ kadrlarga bo'lgan talab;
- ◆ kasb tayyorgarligi darajasi;
- ◆ mehnatga haq to'lash darajasi.

4. Korxonada jamoasida ma'naviy-psixologik muhitni shakllantirish uslubiyatini ishlab chiqish.

5. Korxonada marketing tadqiqotlari xodimlari mehnatiga haq to'lash va ularga ijtimoiy xizmat ko'rsatish tizimini yaratish.

6. Amal qilayotgan ish bilan ta'minlash tizimiga baho berish hamda korxonani marketing tadqiqotlari xizmatchilari bilan ta'minlashning ichki va tashqi manbalarini aniqlash.

Prezidentdan topshirini olgach, xodimlar bo'limi rahbari bir qator vazifalarni bevosita funksional bo'linmalarga topshirdi. Bunda u kiritiluvchi takliflar muhokama uchun xodimlar bo'limi Kengashiga kiritilish lozimligini aytib o'tdi.

#### 3-masala. Test

1. Monopoliya atamasi qaysi tildan

olingan?A) nemis tilidan  
B) grek tilidan\*  
S) frantsuz  
tilidanD) rus  
tilidan

2. Monopoliya atamasining ma'nosi nimani  
anglatadi?A) monos-bir nechta, poleo-olaman  
B) monos-qancha, poleo-qabul  
qilamanS) monos-yagona  
poleo-sotaman\*  
D) monos-yagona poleo-xarid qilaman

3. Monopoliya ishlab chiqarish hajmi va narx ustidan nazorat o'rnatish imkoniga  
egami?A) ha ega\*  
B) qisman ega  
S) to'g'ri  
javob yo'q  
D) ega  
emas

4. Oligopoliyani tarjimai qanday ma'noni anglatadi?

A) oligos-ozchilik, poleo-sotaman\*  
B) oligos-ozchilik, poleo-xarid  
qilaman  
S) oligos-ko'pchilik, poleo-  
sotaman  
D) oligos-ozchilik, poleo-chayqayman

5. Ozchilik yirik ishlab chiqaruvchilarning hukmronligi-

bu.....

A) Duopoliya  
B)  
Monopo  
liya S)  
Oligopo  
liya\*  
D) Unday xukmron mavjud emas

6. Muayyan tovarning yagona xaridori monopoliyasi mavjud bo'lgan bozor tuzilmasi  
turibu..

A) Monopsoniya\*  
B) ligopsoniya  
S) Duopoliya  
D) oligapoliya

## 2-Mavzu: Mukammal va nomukammal raqobat nazariyalari

### Topshiriqlar

#### Vaziyatli masala -1

Bir monopol firma uchun bozor tadqiqotlari shuni ko'rsatdiki, uning bir birlik mahsuloti 100 ming so'mdan oshiq narxda sotilishi mumkin emas, 75 ming so'mdan sotilganda esa sotish hajmi 10 donani tashkil qiladi. Topshiriq:

- a) eng yuqori aylanish uchun sotuvdagi narx funksiyasini tuzing.
- b) Maksimal aylanish uchun erishilgan talabning elastikligini aniqlang.

**2-masala.** Sizga firmaning ishlab chiqaradigan tovarlari marketingini tahlil qilish topshirilgan.

Anketaga shunday savollar tuzingki, firma boshqaruvchilari tomonidan berilgan javoblar sizga tashhis qilish imkoniyatini bersin.

#### 3- masala. Test

7. Muayyan tovarning faqat ikki nafar yetkazib beruvchisi mavjud bo'lgan bozor tuzilmasituri bu..

- A) Oligopoliya
- B) Manapoliya
- S) Monopsoniya
- D) Duopoliya\*

8. Yagona tovar yetkazib beruvchi va yagona iste'molchining qarama-qarshi kurashi vujudga keluvchi bozor .....

- A) bilateral monopoliya\* B) uch tomonlama monopoliya S) yagona monopoliya
- D) cheksiz monopoliya

9. Monopoliyadan asosiy maqsad? A) iqtisodiy yordam tarafdori

- B) olinayotgan foyda hajmining ko'payishi\* S) zarardan qochish
- D) kam mablag' sarflash

10. Monopoliyaning bozorni qamrab olish darajasiga ko'ra turlari .....

- A) sof monopoliya, duopoliya, oligopoliya, monopsoniya\* B) erkin raqobat
- S) mukammal raqobat D) cheksiz monopoliya

11. Legal monopoliya...

- A) Bunday monopoliya turi mavjud emas
- B) Bu ahamiyatsiz tarzda tashkil etiluvchi monopoliya
- S) Bu noqonuniy tarzda tashkil etiluvchi monopoliya
- D) Bu qonuniy tarzda tashkil etiluvchi monopoliya\*

12. Legal monopoliyani tashkil etiluvchi monopolistik holat?

- A) lizing
- B) patent tizimi, mualliflik huquqi, tovar belgilari\*
- S) grif, sug'urta
- D) mualliflik huquqi, lizing,

13. Sun'iy monopoliyalar bu?

- A) bozorga yangi raqiblarning kirib kelishiga yo'l qo'ymaslik
- B) ishlab chiqarishning eng yuksak darajadagi texnologiyasiga erishish
- S) o'z faoliyatini yuqori darajada reklama qilish orqali boshqa raqobatchilarni bozordan siqib chiqarish
- D) Barcha javoblar to'g'ri\*



14. Kartel, sindikat, trest, konsortsium, kontsern qanday monopoliya shakliga kiradi?  
15. A) sun'iy monopoliya\*  
B) tabiiy monopoliya  
S) legal monopoliya  
D) bunday shakl mavjud emas

### 3-Mavzu: Raqobat kuchlari nazariyasi

#### Topshiriqlar

##### Vaziyatli masala -1

Raqobatning besh kuch nazariyasining asoschisi kim , raqobat besh kuchi modeliningta'rifini bering va misollar keltiring.

##### 2-masala. Test.

16. Rasmiy jihatdan mustaqil bo'lgan, ko'p tarmoqli korxonalarining majmuini o'z ichiga oluvchi birlashma bu ....  
A) Trest  
B) Sindikat S) Kartel D) Kontsern\*
17. Tadbirkorlarning yirik moliyaviy operatsiyalarini birgalikda amalga oshirish maqsadida birlashuvi bu  
A) Konsortsium\* B) Sindikat  
S) Kartel D) Trest
18. Monopoliyalarning ijobiy tomoni?  
19. A) uni xech qanday ijobiy tomoni yo'q  
B) davlat bunga qarshi chiqadi  
S) u ma'lum tarmoqlarda xarajatlarning tejalishiga olib keladi  
D) ma'lum tarmoqlarda ishchi kuchini tejalishiga olib keladi
20. Monopoliyalarning salbiy tomonlari?  
A) iqtisodiy turg'unlik va fan-texnika taraqqiyotining sekinlashuvi.  
B) resurslarning oqilona taqsimlanmasligi  
S) daromadlardagi tengsizlikning kuchayishi  
D) barcha javoblar to'g'ri\*
21. XX asr boshlarida qaysi davlatlarda erkin raqobatga asoslangan iqtisodiyot tobora monopollashib bordi?  
A) sharq va g'arb  
B) Yevropa va AQSH  
\*S) O'rta Osiyo  
D) Rossiya.
22. Monopollashuvning yorqin oqibati sifatida qaysi yillardagi inqirozni keltirish mumkin.  
A) 1929-1937 yillar  
B) 1920-1933 yillar  
S) 1929-1933 yillar\*  
D) 2008- yillar

23. Deyarli yuz yil davomida J.B.Seyning hamma yerda tan olingan qonuni?

- A) Raqobatchilar qonuni
- B) Istemolchilar qonuni
- S) Bozorlar qonuni\*
- D) U qonun yaratmagan

24. Quyidagilar ichida Edvard Xeyting CHemberlinning asarini toping.

- A) Monopolistik raqobat nazariyasi\*
- B) Mukammal raqobatning iqtisodiy nazariyasi
- S) Sof raqobatning iqtisodiy nazariyasi
- D) Nomukammal raqobatning iqtisodiy nazariyasi

#### **4-Mavzu: Raqobatbardoshlik va uning namoyon bo'lish shakllari**

##### **Topshiriqlar**

##### **1-masala. Vaziyatli masala**

Samarali va normal ish faoliyatini tashkil qilish, mraketing tadqiqotlarini o'tkazish uchun xodimlar bo'limi rahbari firma prezidentidan korxonani malakali marketing tadqiqotchi xodimlar bilan ta'minlash vazifasini oldi.

Yangi xodimlar bo'limi funktsiyalari boshqa an'anaviy faoliyat ko'rsatuvchi xodimlar bo'limi funktsiyalaridan farq qilishini hisobga olib, prezident belgilangan vazifalarni aniq qilib qo'ydi:

1.Xodimlar bo'limi boshqaruv tuzilmasini tasdiqlash va marketing tadqiqotlari funktsiyalarni ishlab chiqish.

2.Xodimlarni tanlash va joylashtirish tamoyillarini, xodimlar malakasini oshirish tizimini, korxonani marketing tadqiqotlari uchun zarur kadrlar bilan ta'minlash tizimini ishlab chiqish.

3.Buning uchun quyidagilarni aniqlash:

- ◆ kadrlarga bo'lgan talab;
- ◆ kasb tayyorgarligi darajasi;
- ◆ mehnatga haq to'lash darajasi.

4.Korxonada jamoasida ma'naviy-psixologik muhitni shakllantirish uslubiyatini ishlab chiqish.

5.Korxonani marketing tadqiqotlari xodimlari mehnatiga haq to'lash va ularga ijtimoiy xizmat ko'rsatish tizimini yaratish.

6.Amal qilayotgan ish bilan ta'minlash tizimiga baho berish hamda korxonani marketing tadqiqotlari xizmatchilari bilan ta'minlashning ichki va tashqi manbalarini aniqlash.

Prezidentdan topshirini olgach, xodimlar bo'limi rahbari bir qator vazifalarni bevosita funktsional bo'linmalarga topshirdi. Bunda u kiritiluvchi takliflar muhokama uchun xodimlar bo'limi Kengashiga kiritilish lozimligini aytib o'tdi.

##### **2- masala. Test**

25. Quyidagilar ichida Joan Vayolet Robinsonning asarini toping.A) Nomonopolistik raqobat nazariyasi

- B) Nomukammal raqobatning iqtisodiy nazariyasi\*
- S) Oligapolistik raqobat nazariyasi
- D) Monopolistik raqobat nazariyasi

26. Ushbu fikr kimga tegishli? «Monopoliyaning mohiyati –bu taklif va narx ustidannazorat bo'ladi».

- A) E. CHemberlin\*
- B) J.B.Seyning
- S) J. V. Robinson
- D) A. Smit

27. “Quvvatlar ortiqchaligi fenomeni” kimga tegishli?

- A) J.B.Seyning
- B) A. Smit
- S) E. CHemberlin\*
- D) J. V. Robinson

28. 1937 yil “Nomukammal raqobat” va “Monopolistik raqobat” bir xil hodisaning ikkinomi deb tushuntirgan olim kim?

- A) J.B.Seyning
- B) A. Smit
- S) E. CHemberlin\*
- D) J. V. Robinson

29. “Nomukammal raqobatning iqtisodiy nazariyasi” asarining muallifi kim?

- A) J.B.Seyning
- B) A. Smit
- S) E. CHemberlin
- D) J. V. Robinson\*

30. O‘zbekistonda «Monopol faoliyatni cheklash to‘g‘risida»gi qonun qachon qabulqilingan?

- A) 1992 yil, avgust\*
- B) 1995 yil, may
- S) 1991 yil, mart
- D) 1997 yil, iyun

31. «Monopol faoliyatni cheklash to‘g‘risida»gi qonunga ko‘ra quyidagilar man etiladi.

- A) Bozorda ataylab taqchillik hosil qilish
- B) Narxlarni monopollashtirish
- S) Raqobatning g‘irrom usullarini qo‘llash
- D) Barcha javoblar to‘g‘ri\*

32. Quyidagilardan qaysi bir hatti-harakatlar monopoliyaga qarshi qonunchilikka zidhisoblanadi?

- A) xo‘jalik sub‘ektlarining raqobatni cheklashga qaratilgan bitimlari
- B) xo‘jalik yurituvchi sub‘ekt tomonidan bozordagi ustunlik holatining suiste‘molqilinishi
- S) davlat boshqaruvi organlari va mahalliy hokimiyati organlarining raqobatnicheklashga yo‘naltirilgan hatti-harakatlari
- D) Barcha javoblar to‘g‘ri.\*

## **5-Mavzu: Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini baholashga nisbatan uslubiy yondashuvlar**

### **Topshiriqlar**

#### **1-masala**

Bir monopol firma uchun bozor tadqiqotlari shuni ko‘rsatdiki, uning bir birlik mahsuloti 100 ming so‘mdan oshiq narxda sotilishi mumkin emas, 75 ming so‘mdan sotilganda esa sotish hajmi 10 donani tashkil qiladi. Topshiriq:

- c) eng yuqori aylanish uchun sotuvdagi narx funksiyasini tuzing.
- d) Maksimal aylanish uchun erishilgan talabning elastikligini aniqlang.

#### **2-masala**

Sizga firmaning ishlab chiqaradigan tovarlari marketingini tahlil qilishtopshirilgan.

Anketaga shunday savollar tuzingki, firma boshqaruvchilari tomonidan berilgan javoblar sizga tashhis qilish imkoniyatini bersin.

### 3-masala. Test

33. Korxonada ishlab chiqarilgan oziq – ovqat mahsulotlarining bozordagi ulushi necha foiz bo'lsa, u monopolist sifatida davlat reestriga kiritiladi?

A) 17% B) 15% S) 20% \*D) 19%

34. Korxonada ishlab chiqarilgan nooziq – ovqat mahsulotlarining bozordagi ulushi necha foiz bo'lsa, u monopolist sifatida davlat reestriga kiritiladi?

A) 18%  
B) 22%  
S) 25% D) 35%\*

35. Davlat o'z monopol mavqegini suiiste'mol qilgan monopolistik birlashmalarga qanday chora ko'radi?

A) hech qanday chora ko'rmaydi  
B) bo'lib tashlaydi yoki maydalashtiradi \*  
S) soliqlardan ozod etadi  
D) preferentsiyalar beradi.

## 6-mavzu. Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishning ijtimoiy omillari

### Topshiriqlar

#### 1-masala. vaziyatli masala

Dasturiy boshqaruvga asoslangan stanoklar ishlab chiqarish uchun firma prezidenti marketing tadqiqotlari guruhiga ilgari ishlab chiqarilgan mahsulotni takomillashtirish va bunda uning jahon bozorida raqobatbardoshligini oshirishni nazarda to'tishga buyurtma berdi. Topshiriq olgach, tadqiqotlar bo'limi rahbari xodimlar oldiga quyidagi vazifalarni qo'ydi:

1. Guruhini boshqarish tuzilmasini ishlab chiqish va turli yo'nalishlar bo'yicha tadqiqotchilar guruhlari tuzish.

2. Ushbu sohadagi eng malakali mutaxassislardan tashabbuskor guruh tuzish hamda bo'lim faoliyatining maqsad va vazifalarini belgilab olish.

3. Tadqiqotlarning eng ilg'or usullari va ishni bajarish bosqichlarini aniqlash:

- yuzaga kelgan vaziyatni o'rganish, mamlakat ichida va xorijda kerakli klassdagistanoklar tayyorlash bo'yicha ma'lumotlar to'plash. Patent loyihalarini ishlab chiqish;
- tadqiqotlarning ketma-ketlikdagi rejasini tasdiqlash;
- yangi stanok modelini ishlab chiqish, uni tanqidiy muhokama qilish hamda bumodelning ilg'orligi va raqobatbardoshligi haqida yakuniy qaror chiqarish.

#### 2-masala. Test

36. Raqobat qanday so'zdan olingan?

37. A) nemischa Concurrere – yarashuv  
B) lotincha Concurrere – kelishuv  
S) lotincha Concurrere – to'qnashuv\*

D) arabcha Concurrere-moslashuv.

38. Raqobat bu?

- A) iqtisodiy manfaatlarining ziddiyati
- B) bozor sub'ektlari iqtisodiy manfaatlarining to'qnashuvi
- \*S) bozor sub'ektlarining kelishuvi
- D) bozor sub'ektlarining bozorga moslashuvi.

39. Raqobat kurashi qaysi sub'ektlar o'rtasida amalga oshadi

- 40. A) Sotuvchi bilan sotuvchi
- B) Sotuvchi bilan xaridor
- S) Haridor bilan haridor
- D) barcha javoblar to'g'ri\*.

41. F.Perruning raqobat nazariyasi?

- A) raqobatni doimiy tahdidli harakat sifatida tushuntiradi.\*
- B) raqobatni xatarsiz harakat deb tushuntiradi.
- S) raqobatni doimiy o'zgaruvchan deb tushuntiradi
- D) to'g'ri javob yo'q.

## **7-mavzu. Narx shakllanishi milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligining asosiy omili sifatida**

### **Topshiriqlar**

#### **1-masala**

Korxonangizning faoliyatida foydalanish uchun quyida sanab o'tilgan shart-sharoitlar qay darajada yetarli ekanligini tahlil qiling:

- a) bozor, ya'ni taklifning talabdan o'sishi;
- b) bozorda raqobat, xaridor uchun kurash; oligopoliya (bir nechta raqobatchi, ko'psonli ta'minotchilar);
- v) ma'muriy-buyruqbozlik sarqitlaridan xoli bo'lgan erkin bozor munosabatlari; g) korxonada ma'muriyatining to'liq mustaqilligi (oylik maosh miqdorini belgilash); d) ishchi kuchining erkin ko'chib yurishi (migratsiyasi);
- e) bir korxonadan boshqa korxonaga, bir tarmoqdan boshqa tarmoqqa kapitalni o'tkazishda cheklovlarning yo'qligi. Foyda dividend keltiradigan holda joylashtiriladi.

#### **1-masala**

1. Bitta gapda berilgan savollarga javobni shakllantiring.

Extiyoj, did –istak, talab, xoxish bozor va ishlab chiqarish tushunchalarini bog'likligini tushuntirib bering.

#### **2-masala**

Mebel ishlab chiqaruvchi firma nufuzli, biroq ayni paytda moliyaviy qiyinchiliklar sezayotgan, maishiy texnika (sovutgich, kir yuvish mashinasi va hokazo) ishlab chiqarishga ixtisoslashgan korxonani sotib olishga qaror qildi.

Savollar:

- a) Sizningcha, bunday qarorning sababi nimada?
- b) Maishiy texnika ishlab chiqaruvchi asosiy yirik firmalar bilan raqobat kurashida muvaffaqiyatga erishi uchun firma talabni rag'batlantirishning qaysi shakl va usullaridan foydalanishi lozim?
- v) Firma taqdim etishi mumkin bo'lgan xizmat turlarini sanab bering va ularning iste'molchi uchun ahamiyatini baholang.

#### **3-masala**

Firma yangi mahsulot ustida ish olib borayotgan bo'lib, uni kelasi yildan boshlab ishlab

chiqarishni rejalashtirmoqda. Bozorni, firmaning ishlab chiqarish va moliyaviy salohiyatlarini tadqiq qilish shuni ko'rsatadiki, mahsulot birligining tannarxi 78dollaridan yuqori bo'ladigan bo'lsa, bu holda mahsulotni ishlab chiqarish uchun firmaning o'z ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalanish maqsadga muvofiq emas; mahsulot tannarxi 72-78 dollar atrofida bo'lsa, mahsulotni tajriba sifatida ishlab chiqarish muljallangan; mahsulot tannarxi 68 dollaridan past bo'ladigan bo'lsa, uni to'liq ishlab chiqarishga kiritish mumkin. Kelgusidagi ishlab chiqarish xarajatlarini eng to'liq aniqlash maqsadida 6ta mustaqil ekspert tadqiqot o'tkazdi hamda ishlab chiqarish rejalashtirilayotgan mahsulot birligi tannarxini quyidagicha baholadi: 74, 72, 89, 66,

71, 78 doll. Topshiriq:

a) bashorat qilinyotgan ekspert baholar ketma-ketligini ko'rib chiqishning taqsimot qonuniyatlariga bo'ysunishini asoslab bering;

b) qabul qilinishi mumkin bo'lgan qarorlarning har bir variantida erishish mumkin bo'lgan muvaffaqiyatni hisoblab chiqing;

#### **Savollar:**

1. Nima deb o'ylaysiz, nima uchun aynan «Dzintrans» marketing salohiyatidan kompleksli va jiddiy foydalanishda birinchi qadamlar qo'ya boshladi?

2. «Dzintrans» tajribasida zamnoaviy korxonalar uchun nima dolzarb bo'lib qolmoqda?

3. Siz korxon va firmalarda marketing shakllanishi qanday tajribalari bilan tanishsiz, ular «Dzintrans» birlashmasi tajribasiga nimasi bilan o'xshaydi va farq qiladi?

### **8-mavzu. Raqobat ustunligi va unga erishish kontseptsiyalari**

#### **Topshiriqlar**

**1-masala.** Bir monopol firma uchun bozor tadqiqotlari shuni ko'rsatdiki, uning bir birlik mahsuloti 100 ming so'mdan oshiq narxda sotilishi mumkin emas, 75 ming so'mdan sotilganda esa sotish hajmi 10 donani tashkil qiladi. Topshiriq:

e) eng yuqori aylanish uchun sotuvdagi narx funksiyasini tuzing.

f) Maksimal aylanish uchun erishilgan talabning elastikligini aniqlang.

**2-masala.** Sizga firmaning ishlab chiqaradigan tovarlari marketingini tahlil qilish topshirilgan.

Anketaga shunday savollar tuzingki, firma boshqaruvchilari tomonidan berilgan javoblar sizga tashhis qilish imkoniyatini bersin.

#### **3-masala. Raqobatchi sotuvchilar bozorining tahlili.**

Video kassetalar va kompakt disklar chakana savdo bozorida raqobat darajasi yuqori darajada bo'ladi. ko'pchilik katta shaharlarda yuzlarcha musiqa do'konlari bor. Savdo rastalarida hatto bir nechta ana shunday do'konlar ishlab turibdi. Lekin shunisi qiziqki, musiqa do'konlariga kompakt disklar yetkazib beradigan ovoz yozuvchi yirik firmalar uncha ko'p emas. Ana shu yirik kompaniyalar musiqa yozuvlariga ulgurji narx tayinlaydi. Musiqa do'konlari mahsulotni ana shu narxlarda sotib olib, so'ngra o'z mijozlariga sotadilar.

1. Yuqoridagi bayonga asoslanib, ovoz yozish industriyasining bozor tuzilishini xarakterlang.

---

2. Sizning tumaningizda taxminan nechta musiqa do'koni bor? Sizning tumaningizda chakana musiqa biznesining bozor tuzilishi qanday?

---

3. Musiqa do'konlari boshqa do'konlar bilan raqobat qilishi uchun qanday usullardan foydalanadilar.

---

4. Chakana musiqa biznesi uchun mukammal raqobatning qanday xususiyatlari xos? Reklama raqobatda qanday o'rin tutadi.

---

#### **2-masala. Sanoat tarmoqlarida raqobat darajasining tahlili.**

Quyidagi jadvalda AQSH sanoatining ba'zi tarmoqlari uchun taxminiy ma'lumotlar keltirilgan. Tarmoqlarning xususiyatlarini tahlil qiling va keltirilgan savollarga javob bering.

Yirik ishlab chiqaruvchilarning mol yetkazib berishi

Sanoat tarmog'i	Kompaniyalar soni	Markazlashuv ko'rsatkichi (ishlab chiqarilayotgan mahsulotning qiymatida %)	
		4 ta eng yirik firma hissasi	50 ta eng yirik firma hissasi
Avtomobil detallari va zahira qismlarini ishlab chiqarish	1200	60	90
Dasturli ta'minot industriyasi	200	10	75
Poligrafiya sanoati	10000	12	35
Mebel sanoati	3000	10	40
Vino tayyorlash	150	40	90
Tikuvchilik sanoati	5000	7	22

1. Mazkur tarmoqlarning qaysi birida raqobat kam?

2. Bu tarmoqlarda raqobat yetarli darajada emasligining sababi nimada?

3. Mazkur tarmoqlarning qaysilarida raqobat eng keskin?

4. "Bu tarmoqni tashkil qiluvchi firmalar soni emas, balki bir necha yirik kompaniya hissasiga to'g'ri keladigan mahsulotni sotish foizi uni oligopoliya debhisoblash imkonini beradi". Bu iborani izohlang.

1. Televizorda berilgan reklamani yozib oling yoki jurnaldan qirqib oling. Bu reklamani quyidagi keltirilgan savollardan foydalanib, tahlil qiling.

Qanday tovar reklama qilinayotir?

1. Bu reklama kimlarga mo'ljallangan?

2. Jurnalxon yoki tomashabinga qanday axborot taqdim etiladi?

3. Sizning fikringizcha, bo'lg'usi xaridorlar uchun qanday muhim axborot etishmaydi?

4. Bu yerda reklamaning qanday usullaridan (shior, mantiq, tavsiya, ommani chalg'itish va h.k) foydalanilgan?

5. Bu reklamaning eng ishonchli jihati nima?

8. Bu reklamaning eng muvaffaqiyatsiz jihati nima?

9. Reklama ta'sirchanligiga o'n balli shkala bo'yicha baho bering.

Yomon\_\_1\_\_\_\_5\_\_\_\_10\_\_A'lo

Bir tovar reklamasining har xil turlarini taqqoslash maroqli. Reklamaning qaysiturini afzal ko'rasiz? Do'stlaringizga reklamaning qaysi turi ko'proq ta'sir ko'rsatadi?

## 10-mavzu. Raqobatning innovatsiyalarni tadbiq etish strategiyasi

### Topshiriqlar

#### 1-masala.

Korxonada bozorga yangi kosmetik mahsulot chiqarmoqchi. Bir tovarni ishlab chiqarish uchun ketadigan o'zgaruvchi xarajatlar 30 mln. so'm, doimiy xarajatlar esa 20 mln. so'mni tashkil qiladi. Bozorda olib borilgan tekshirishlar tovar birligining narxi 60 mln. so'mni tashkil qiladi. Quyidagilarga asoslangan holda:

- a) sotish hajmi qanday bo'lganda optimal foydaga erishiladi?
- b) sotish hajmi 6000 ta bo'lganda foydani qanday oshirish mumkin?

#### 2-masala. Test.

Muayyan tovarning faqat ikki nafar yetkazib beruvchisi mavjud bo'lgan bozortuzilmasi turi bu..

- A) Oligopoliya
- B) Monopoliya
- S) Monopsoniya
- D) Duopoliya\*

10. Yagona tovar yetkazib beruvchi va yagona iste'molchining qarama-qarshi kurashi vujudga keluvchi bozor .....

- A) bilateral monopoliya\*
- B) uch tomonlama monopoliya
- S) yagona monopoliya
- D) cheksiz monopoliya

11. Monopoliyadan asosiy maqsad?

- A) iqtisodiy yordam tarafdori
- B) olinayotgan foyda hajmining ko'payishi\*
- S) zarardan qochish
- D) kam mablag' sarflash

12. Monopoliyaning bozorni qamrab olish darajasiga ko'ra turlari .....

- A) sof monopoliya, duopoliya, oligopoliya, monopsoniya\*
- B) erkin raqobat
- S) mukammal raqobat
- D) cheksiz monopoliya

13. Legal monopoliya...

- A) Bunday monopoliya turi mavjud emas
- B) Bu ahamiyatsiz tarzda tashkil etiluvchi monopoliya
- S) Bu noqonuniy tarzda tashkil etiluvchi monopoliya
- D) Bu qonuniy tarzda tashkil etiluvchi monopoliya\*

14. Legal monopoliyani tashkil etiluvchi monopolistik holat?A)

- lizing
- B) patent tizimi, mualliflik huquqi, tovar belgilari\*
- S) grif, sug'urta



D) mualliflik huquqi, lizing,

15. Sun'iy monopoliyalar bu?

A) bozorga yangi raqiblarning kirib kelishiga yo'l qo'ymaslik

B) ishlab chiqarishning eng yuksak darajadagi texnologiyasiga erishish

S) o'z faoliyatini yuqori darajada reklama qilish orqali boshqa raqobatchilarni bozordan siqib chiqarish

D) Barcha javoblar to'g'ri\*

16. Kartel, sindikat, trest, konsortsium, kontsern qanday monopoliya shakliga kiradi?

A) sun'iy monopoliya\*

B) tabiiy monopoliya

S) legal monopoliya

D) bunday shakl mavjud emas

## 11-mavzu. Raqobatning differentsiallashtirish strategiyasi

### Topshiriqlar

#### 1-masala.

Korxonada bozorga yangi kosmetik mahsulot chiqarmoqchi. Bir tovarni ishlab chiqarish uchun ketadigan o'zgaruvchi xarajatlar 30 mln. so'm, doimiy xarajatlar esa 20 mln. so'mni tashkil qiladi. Bozorda olib borilgan tekshirishlar tovar birligining narxi 60 mln.so'mni tashkil qiladi. Quyidagilarga asoslangan holda:

c) sotish hajmi qanday bo'lganda optimal foydaga erishiladi?

d) sotish hajmi 6000 ta bo'lganda foydani qanday oshirish mumkin?

#### 2-masala.

Dori-darmon ishlab chiqaruvchi firma yilning oxirida tabiiy dorilarni reklama qildi. Reklama bloklari mashhur meditsina jurnallarda, ishbiarmonlar uchun gazetasida, xuddi shunday mahalliy radio, televideniya va gazetalarda keng tarqaldi. Nazorat guruhi 4000 quti mahsulotni maxsus, ya'ni bu yangi mahsulot haqida qaerdan ma'lumot olgani va ijtimoiy-demografik guruhini ma'lum qiladigan anketa bilan chiqardi. 3276 ta iste'molchi bu haqida to'liq ma'lumot berdi. 18 tasi faqat ijtimoiy guruhini ko'rsatgan. Reklama jarayonini rejalashtirayotgan vaqtda kompaniya bir oylik reklamani meditsina jurnaliga joylashtirish bo'yicha kontrakt tuzishi, gazetaga esa 3,4 mln so'mlik, televideniya 5-8 mln. so'm hammasi bo'lib reklamaga 18 mln. so'm sarflanishiko'zda tutilgan.

Topshiriq:

a) agar bitta reklama bloki meditsina jurnalida 112 ming so'm, ishbiarmonlar jurnalida 140 ming so'm, radioda 70 ming, televideniya 180 ming, gazetada 68 ming bo'lsa kompaniyaning reklama rejasini tuzing.

b) Firma uchun kelgusida eng yaxshi natija beradigan reklamani vositasini aniqlang.

**3-masala.** Talab darajasi va to'yimlilik darajasi bo'yicha ikki yil davomida aniqlangan natijalarga ko'ra, firma yangi olovga qarshi signalizatsiya(OQS) sotish bo'yicha bozorning 30% ini tashkil qiladi. Tekshirish natijalari jadvalda berilgan. Bozorning to'yinganlik darajasi yangi tovar iste'molchilarining umumiy soniga nisbatan (% da) ko'rsatilgan:

	2011 y	2012 y	2013 y	2014 y	2015 y
Joylashtirilgan sistemalar miqdori	67	269	1806	4600	11655
Bozorning ta'minlanganlik darajasi (%)	0,08	0,33	2,08	5,61	14,39

Topshiriq:

- a) bozordagi OQS gabo'lgan talab dinamikasi qanday?
- b) agar firma bir yil davomida sotuv hajmini 40% ga oshirmoqchi bo'lsa, uning yangi mahsuloti hajmini aniqlang.
- c) qanaqa marketing strategiyasi firma uchun zarur?

## **12-mavzu. Raqobatning bozor taxmonlari strategiyasi**

### **Topshiriqlar**

#### **1-masala.**

Korxonada bozorga yangi kosmetik mahsulot chiqarmoqchi. Bir tovarni ishlab chiqarish uchun ketadigan o'zgaruvchi xarajatlar 30 mln. so'm, doimiy xarajatlar esa 20 mln. so'mni tashkil qiladi. Bozorda olib borilgan tekshirishlar tovar birligining narxi 60 mln. so'mni tashkil qiladi. Quyidagilarga asoslangan holda:

- e) sotish hajmi qanday bo'lganda optimal foydaga erishiladi?
- f) sotish hajmi 6000 ta bo'lganda foydani qanday oshirish mumkin?

#### **2-masala.**

Dori-darmon ishlab chiqaruvchi firma yilning oxirida tabiiy dorilarni reklama qildi. Reklama bloklari mashhur meditsina jurnallarda, ishbiarmonlar uchun gazetasida, xuddi shunday mahalliy radio, televideniya va gazetalarda keng tarqaldi. Nazorat guruhi 4000 quti mahsulotni maxsus, ya'ni bu yangi mahsulot haqida qaerda ma'lumot olgani va ijtimoiy-demografik guruhini ma'lum qiladigan anketa bilan chiqardi. 3276 ta iste'molchi bu haqida to'liq ma'lumot berdi. 18 tasi faqat ijtimoiy guruhini ko'rsatgan. Reklama jarayonini rejalashtirayotgan vaqtda kompaniya bir oylik reklamani meditsina jurnaliga joylashtirish bo'yicha kontrakt tuzishi, gazetaga esa 3,4 mln. so'mlik, televideniya 5-8 mln. so'm hammasi bo'lib reklamaga 18 mln. so'm sarflanishiko'zda tutilgan.

Topshiriq:

- a) agar bitta reklama bloki meditsina jurnalida 112 ming so'm, ishbiarmonlar jurnalida 140 ming so'm, radioda 70 ming, televideniya 180 ming, gazetada 68 ming bo'lsa kompaniyaning reklama rejasini tuzing.

## **13-mavzu. O'zbekistonda raqobatchilik muxitining vujudga kelishi va monopoliyaga qarshi qonunchilik**

### **Topshiriqlar**

#### **1-masala.**

Firma yangi mahsulot ishlab chiqarmoqchi va uni kelasi yili bozorga chiqarmoqchi. Bozorning tahlili, xuddi shunday firmaning holati agar birlilik tovar tannarxi 78 dollardan oshsa, uni bozorga chiqarish muvofiqsiz bo'ladi; agar tovar tannarxi 72-78 dollar oralig'ida bo'lsa, u holda uni sinab ko'rish kerak; agar tannarxi 68 dollardan past bo'lsa, tavakkalchilikda yutib chiqish mumkin. SHu maqsadda oltita kuchli ekspertlar quyidagicha tashhis qo'ydilar, ya'ni birlilik tovar tannarxi: \$74, \$72, \$89, \$71, \$78. Topshiriq:

- a) taxmin qilingan eksperiment baholarini ketma-ketlik bilan to'g'riligini asoslab, xuddi shunga bo'ysinuvchi mos qonun bilan taqsimlamadi.
- b) qabul qilingan variantlardan qaysi biri muvofiqiyatli bolish ehtimoli o'proqliligini aniqlang .
- c) Tovar ishlabchiqarishni tezlashtiradigan marketing tadbirini taqdim eting.

## **Vaziyatli topshiriq -1**

### *Bozorga o'tish sharoitlarida marketing xizmatini tashkil qilish*

Asosan harbiy mahsulotlar - mikrosxemalar chiqargan radiodetallar zavodida uch yil oldin xalq iste'moli tovarlari marketing guruhi tashkil etildi. U sotuv bo'limi tarkibiga kirgan va ikki kishida iborat bo'lgan. Guruh o'zini ko'rsata oldi. Uning taklifi bilan tsexlardan birida yuqori sifatli maishiy audiotizimlar uchun muhim tarkibiy qism sanalgan ekvalayzerlar ishlab chiqarish kengaytirildi. Ekvalayzerlar sotuv hajmi juda tez o'sdi.

Guruh xodimlari marketing tadqiqotlari vositalarini yaxshi bilgan, ma'muriyat tomonidan ularga ishonch yuqori bo'lishi ko'proq muvaffaqiyat keltiradi deb hisoblaydigan Kravchenko va uning hamkasblari bilan tanishdilar. Ular mustaqillikni zavodga o'tish sharti sifatida qo'ydilar. Ularning kelishi bilan marketing guruhi to'g'ridan-to'g'ri zavodning tijorat direktoriga bo'ysunadigan mustaqil bo'limga aylantirildi. SHuningdek, sotuv bo'limi ham unga bo'ysunadi.

Marketing bo'limiga rahbarlik qiluvchi Kravchenko bo'imni funksional tamoyil bo'yicha tuzishni taklif etdi va bu zaruratni marketing faoliyati mahorat darajasi keskin o'sishi bilan izohladi. U bilan kelgan hamkasbiga tadqiqotchilik-tahliliy guruhni boshqarishni topshirdi, o'zi esa reklama ishlari bilan shug'ullana boshladi, Volkov va Ebojenkoga esa narx siyosati va logistika yuklatildi.

Bunda sotuv muammosi amaldagi sotuv bo'limida qoldi, unga esa ma'muriyatga yaxshi tanish bo'lgan Fedorovskiy boshchilik qildi. Kravchenkoning hisoblashicha, vakolatlarni bunday taqsimlash zavodda uzoq vaqtdan beri ishlaydiganlar bilan nizolar yuzaga kelishining oldini olishi lozim edi. Bu yondashuv marketologlar tomonidan tayyorlangan Zavodda marketing xizmat xaqida Qoidalar loyahasiga asos qilib olindi.

Marketing xizmat xaqida Qoidalar loyihasi zavodning tijorat direktori huzurida majlisda muhokama qilindi. Loyihani marketing bo'limi rahbari Kravchenko taqdim etdi. Bosh opponent – sotuv bo'limi boshlig'i Fedorovskiy keskin ohangda aytdi:

- Ha, buyurtmalar bilan ahvol og'irashdi. SHu sababli sotuv bo'limi hamkasblar – marketologlar unumli ishlashi va sotuvga yordam berishidan juda manfaatdor. Biroq bu yordam qanchalik amaliy bo'ladi?

Sotuv bo'limi o'z shtatiga ikkita marketologni olgan bo'lib, ular o'zlariga topshirilgan ishlarni juda yaxshi bajarib kelmoqda. Bozorda bizning ekvalayzerlar muvaffaqiyati barchaga ma'lum. Biz bunday buyon ham keng iste'mol tovarlari bo'yicha marketing ishlari yuritishni rejalashtirganmiz. Endi bizning xodimlar boshqa xizmatlar tomonidan olib ketilmoqda, lekin gap bunda ham emas.

Zavodda asosiy marketing muammosi asosiy mahsulot – radiodetallarni sotish hisoblanadi. Aynan shu mahsulotni na Kravchenko, na uning xodimlari yaxshi bilmaydi. Vaholanki, marketingda asosiysi – yaxshi tovar ekanligi hammaga ma'lum. Bizning marketologlar esa bu tovarni bilmaydi.

Marketing xizmati yangi Qoidalarga ko'ra barchaga nimani ishlab chiqarish va qanday narx belgilash bo'yicha tavsiyalar berishga shaylangan. Sotuv uchun esa men javobberaman. Bu yerda hamma yaxshi biladiki, men buning uchun jvob bera olaman ham. Demak, menda ularning tavsiyalariga ishonch bo'lishi kerak! Men professional bo'lmaganlarga qanday ishonishim mumkin?

Ularning «iste'molchilar anketalari», «joylashtirish sxemalari», «strategiya qurish matritsalarini» chiroyli ko'rinadi. Biroq bu jadvallarni kim to'ldiradi va kim «muhimlik ballari»ni qo'yadi? Bizni bu ishlardan ozod qiling, aks holda boshqa hech narsaga vaqt qolmaydi, barcha omborlarimiz esa mahsulotga to'lib ketadi.

Umuman olganda, sotuv bo'limi hozirda yangi xizmat, Qoidalarda ko'zda tutilgan holida, zavodga ko'p yaxshi narsa bera olmaydi deb hisoblaydi.

Majlisda loyiha sotuv bo'limi rahbarining qat'iy aozitsiyasi tufaylima'qullanmadi. Yuzaga kelgan nizo natijasida chetdan kelgan marketologlar ishdan bo'shab ketdi, qolganlar esa yana sotuv bo'limi xodimlariga aylandi.

## **14-mavzu. Milliy iqtisodiyotda raqobat muhitini shakllantirishning institutsional asoslari**

### **Topshiriqlar**

#### **1-masala.Savol va topshiriqlar:**

1. Zavod rahbariyatida marketing guruhini kengaytirish uchun qanday asoslar bo'lgan? Siz buning uchun qanday asoslar ko'rasiz?
2. Yangi xodimlarning nafsoniyati nimadan iborat va nima bilan asoslanadi? Bu nimalar bilan muvozanatga keltirilishi mumkin?
3. Nizoning mohiyati nimada va uning sabablari qanday?
4. Loyihada taklif etilgan marketing bo'limining funktsional tashkiliy strukturasi zavod ehtiyojlari va yuzaga kelgan kadrlar bilan bog'liq vaziyatga qanchalik javob beradi? Marketing bo'limi yangi rahbarining takliflari qanchalik haqqoniy va istiqbolli edi? Uning xatolari nimadan bo'ldi?
5. Zavod rahbariyati qanday tashkiliy choralar bilan nizoning oldini olishi mumkin edi? Nizoning kuch-quvvatini qanday qilib konstruktiv yo'nalishda foydalanish mumkin edi?

#### **Vaziyatli topshiriq - 2**

*Bozor sig'imini baholash va tovar ishlab chiqarish bo'yicha qaror qabul qilish*

#### **Bozorni tahlil qilish ma'lumotlari**

Rossiya kofe bozorining amaldagi yillik sig'imi 1992 yil narx ifodasida 50 mln. dollar atrofida bo'ldi. «Mi-Servis» firmasi tomonidan taqdim etilgan kofega talab statistikasi quyidagicha: Bashqirdiston, Belarus, Uzoq SHarq, Zabaykale, Moskva, Priurale – 5%dan, Komi Respublikasi va Sankt-Peterburg – 10%dan, Markaziy vaSHarqiy Sibir – 15%, Rossiya janubi – 20%.

G'arbiy Yevropada ishlab chiqarilgan, maydalangan qadoqlangan kofe bahosi mahalliy importchilar uchun tonnasi kamida 10 ming dollar, eriydigan kofe - 20 ming dollar, granula shaklidagi kofe - 45 ming dollar darajada bo'lgan. G'arbiy Yevropada qata ishlash jarayonida kofe narxi o'rtacha 7 marta oshadi.

Mamlakatga kofe nodavlat importi 80%ga SHarqiy Yevropa mamlakatlaridan, fraxtda tejab qolish maqsadida amalga oshirilgan. Bugungda eriydigan va shisha idishlarga qadoqlangan kofe o'rtacha narxi tonnasiga 4 ming doll., qovurilgan don shaklidagi (3-5 kg plastik paketlar) – 2,2 ming doll.

Yashil (xom) kofeni Germaniya, Vengriya, Polsha, CHexiyada sotib olish va uni s posleduyumey jarkoy i fasovkoy v Bolgariya, Rumuniya yoki Turkiyaning yevropa qismida qovurish va qadoqlash bir vagon (60 t.) partiyadan boshlab o'zini oqlaydi va bunday partiya kamida 100 ming dollarga to'g'ri keladi. Valyutadagi foyda darajasi – 100%.

Kofe xomashyosini Afrikada tonnasini 500 dollardan ham sotib olish mumkin, biroq 500 t. Yuk ko'taradigan kema fraxti 60 ming dollarga tushadi. Aytib o'tilgan mamlakatlarda kofeni qovurish va qadoqlash xarajatlarini hisobga olgan holda 550 ming dollar miqdorida boshlang'ich kapital talab etiladi. Foyda – 150%.

Rossiyada kofe qovurish bo'yicha liniyalar qurish har 500 t. kofeda 100 ming dollar tejab qolishga imkon beradi. Oyiga 500 tonna xomashyo qayta ishlashga qodir bo'lgan, ilgari foydalanilgan import liniya 100-150 ming dollar atrofida turadi.

#### **Qo'shimcha axborot ma'lumotlari**

Germaniyaning Darboven firmasi ma'lumotlariga ko'ra, SHarqiy Yevropa mamlakatlari kofe bozorining istiqboli porloq. Masalan, Polshada kofe iste'moli 1992 yil 1 mln. qopdan 2013 yilga kelib 2.2 mln.qopga o'sishi kutilmoqda. Bu ko'rsatkichlar bir kishiga to'g'ri keladigan iste'mol (1 yilda 3,5 kg) o'sgani va g'arb mamlakatlari darajasiga yetganini aks ettiradi. Bunda kofe importi hajmi o'tgan yili 1,3 mln qopni tashkil etdm, bu esa 1992 yildagidan 34% ortiq.

Bu bashorat kofe narxining qimmatligi rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlarda kofe

iste'molini jiddiy pasaytirishi mumkinligidan xavotirga tushgan kofesanoatini biroz tinchlantirdi.

Kofe SHarqiy Yevropada nisbatan qimmat mahsulot sanaladi, chunki bu yerda oylik maosh G'arbiy Yevropa mamlakatlaridan ancha past. Biroq Darboven firmasida ishsizlikning qisqarishi bilan iste'molning o'sishi taxmin etilmoqda. Bu yerda MDH mamlakatlarida kofe iste'moli 1989 yildan boshlab ikki baravar o'sdi bir kishiga 0,5 kg darajaga yetdi deb hisoblaydilar.

### **Savol va topshiriqlar**

1. Kofe importi nodavlat shaklida, eriydigan va qovurilgan kofe xaridi teng, kofe xomashyosi xaridiga esa e'tibor qaratmaslik kerak bo'lsa, mamlakat kofe bozorining joriy amaldagi sig'imini hisoblab chiqing? Bu qay darajada aniqlik bilan amalga oshirish mumkin?

2. Qaysi axborot yetishmasligi bozor sig'imini tonnada aniq belgilashga xalaqit beradi?

3. Kofe xomashyosi xarid qilish va uni mahalliy korxonalarda qovurishda bozor sig'imi qaysi tomonga o'zgaradi? Bunday o'zgarish qanday qo'shimcha shartlarda real voqelikka aylanadi?

4. Rossiyada kofe qayta ishlash xaqida qaror qabul qilish foydasiga qaysi moliyaviy dalillar xizmat qiladi?

5. Eng yuqori tejamkorlik tamoyilidan kelib chiqadigan bo'lsak, mahalliy tadbirkorning kofe bozoridagi ilk qadamlari qanday bo'ladi? Kofe biznesida talab etiladigan kapital optimal miqyosi qanday va respublikada kofeni qayta ishlashni yo'lga qo'yish uchun bu kapital qancha aylanmasi zarur?

6. Mahalliy bozordagi faoliyat ko'lamini hisobga olgan holda ushbu firmaning bozor ulushi qanday bo'lishi mumkinligini aniqlang. SHu boisdan kofeni qayta ishlash bo'yicha o'z ishlab chiqarishini yaratishga tayyorlanishda nimalar qilish zarur?

## **15-mavzu. Raqobatni rivojlantirishning zamonaviy tendentsiyalari**

### **Topshiriqlar**

#### ***Vaziyatli topshiriq - 1***

##### *Reklama samaradorligini baholash*

Reklamani sinab ko'rish ob'ektlari sifatida tanlab olingan A, B va V shaharlarda firma mahsulotlari umumiy sotuvi reklama boshlanishidan oldin 3600 konteyner va reklamadan keyin 6400 konveyer mahsulotni tashkil etdi. G, D va Ye «nazorat» (reklama o'tkazilmagan) shaharlarda sotuv hajmi birinchi davr 4600 konteyner va ikkinchi davrda –5750 konteynerni tashkil qildi.

Maxsus bukletlar yordamida pochta orqali reklama A va B shaharlarda umumiy hajmi 600 konteyner mahsulot bo'lgan buyurtma olishni ta'minladi (V shahrida pochta orqali jo'natmalar amalga oshirilmadi). A, B va V shaharlarda bir tekisda televizion reklamadan foydalanildi. Bundan tashqari, V shahrida radioreklama qo'llandi.

Bu shaharlarda reklama xarajatlari umumiy miqdorda quyidagini tashkil etdi: telereklama — 10 ming p.b.; radioreklama — 12 ming p.b.; bukletlarni adresli jo'natish — 12,5 ming p.b.

Har bir qo'shimcha konteyner mahsulot sotish, transport xarajatlarini chiqarib tashlaganda, biroq reklama xarajatlarini qo'shmasdan, firmaga 0,2 ming p.b. miqdorida qo'shimcha foyda keltiradi.

#### **2-masala. Savol va topshiriqlar:**

1. Sotuv natural hajmi o'sishining qaysi qismini reklama hisobiga deb hisoblash mantiqan to'g'ri bo'lardi (boshlang'ich hajm foizida)? Hisob-kitobni keltiring.

2. Butun reklama kampaniyasi umumiy samaradorligi qanday?

3. Har bir reklama turi samaradorligi qanday, ularning qaysi birini, jumladan, istiqbol uchun samarali deb hisoblash mumkin? hisob-kitoblarni keltiring, shuni e'tiborga olingi,

eksperimental guruhning har bir shahrida sotuv hajmi har bir muayyan davrda bir xil.

### 3-masala. Test

9. Muayyan tovarning faqat ikki nafar yetkazib beruvchisi mavjud bo'lgan bozortuzilmasi turi bu..

- A) Oligopoliya
- B) Manapoliya
- S) Monopsoniya
- D) Duopoliya\*

10. Yagona tovar yetkazib beruvchi va yagona iste'molchining qarama-qarshi kurashi vujudga keluvchi bozor .....

- A) bilateral monopoliya\* B) uch tomonlama monopoliya
- S) yagona monopoliya
- D) cheksiz monopoliya

11. Monopoliyadan asosiy maqsad?

- A) iqtisodiy yordam tarafdori
- B) olinayotgan foyda hajmining ko'payishi\*S) zarardan qochish
- D) kam mablag' sarflash

12. Monopoliyaning bozorni qamrab olish darajasiga ko'ra turlari .....

- A) sof monopoliya, duopoliya, oligopoliya, monopsoniya\*
- B) erkin raqobat
- S) mukammal raqobat
- D) cheksiz monopoliya

13. Legal monopoliya...

- A) Bunday monopoliya turi mavjud emas
- B) Bu ahamiyatsiz tarzda tashkil etiluvchi monopoliyaS)
- Bu noqonuniy tarzda tashkil etiluvchi monopoliyaD) Bu qonuniy tarzda tashkil etiluvchi monopoliya\*

14. Legal monopoliyani tashkil etiluvchi monopolistik holat?A)

- lizing
- B) patent tizimi, mualliflik huquqi, tovar belgilari\*S) grif, sug'urta
- D) mualliflik huquqi, lizing,

15. Sun'iy monopoliyalar bu?

- A) bozorga yangi raqiblarning kirib kelishiga yo'l qo'ymaslik
- B) ishlab chiqarishning eng yuksak darajadagi texnologiyasiga erishish
- S) o'z faoliyatini yuqori darajada reklama qilish orqali boshqa raqobatchilarnibozordan siqib chiqarish
- D) Barcha javoblar to'g'ri\*

## **“HOZIRGI ZAMON RAQOBAT NAZARIYASI” fanidan talabalar bilimini baholash mezonlarini qoʻllash boʻyicha koʻrsatmalar**

Menejmetga kirish fanidan talabalarni bilimini baholash Oʻzbekiston Respublikasi Adliya vazirligi tomonidan 2018-yil 26-sentabrda 3069 sonli raqam bilan roʻyxatga olingan “Oliy taʼlim muassasalarida talabalar bilimini nazorat qilish va baholash tizimi toʻgʻrisidagi” Nizomga asosan amalga oshiriladi. Mazkur Nizom Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 5-iyundagi PQ-3775-son “Oliy taʼlim muassasalarida taʼlim sifatini oshirish va ularning mamlakatda amalga oshirilayotgan keng qamrovli islohotlarda faol ishtirokini taʼminlash boʻyicha qoʻshimcha chora-tadbirlar toʻgʻrisida”gi qaroriga muvofiq oliy taʼlim muassasalarida talabalar bilimini nazorat qilish va baholash tizimini belgilaydi.

Fandan talabalar bilimini nazorat qilish oraliq va yakuniy nazorat turlarini oʻtkazish orqali amalga oshiriladi.

Oraliq nazorat semestr davomida ishchi fan dasturining tegishli boʻlimi tugagandan keyin talabaning bilim va amaliy koʻnikmalarini baholash maqsadida oʻquv mashgʻulotlari davomida oʻtkaziladi.

Oraliq nazorat turi har bir fan boʻyicha fanning xususiyatidan kelib chiqqan holda 2-martagacha oʻtkazilishi mumkin.

Oraliq nazorat turini oʻtkazish shakli va muddati fanning xususiyati va fanga ajratilgan soatlardan kelib chiqib tegishli kafedra tomonidan belgilanadi.

Oraliq nazorat turini oʻtkazish shakli va muddati fanning xususiyati va fanga ajratilgan soatlardan kelib chiqib tegishli kafedra tomonidan belgilanadi.

Oraliq nazorat turining topshiriqlari tegishli kafedra professor-oʻqituvchilari tomonidan ishlab chiqiladi va mazkur kafedra mudiri tomonidan tasdiqlanadi.

Talabani oraliq nazorat turi boʻyicha baholashda, uning oʻquv mashgʻulotlari davomida olgan baholari inobatga olinadi.

Yakuniy nazorat turi semestr yakunida tegishli fan boʻyicha talabaning nazariy bilim va amaliy koʻnikmalarini oʻzlashtirish darajasini aniqlash maqsadida oʻtkaziladi. Yakuniy nazorat turini oʻtkazish shakli tegishli fan boʻyicha kafedra tomonidan belgilanadi. Yakuniy nazorat turi oliy taʼlim muassasasining tegishli fakultet dekani yoki oʻquv-uslubiy boʻlim tomonidan ishlab chiqiladigan hamda oʻquv ishlari boʻyicha prorektor tomonidan tasdiqlanadigan Yakuniy nazorat turlarini oʻtkazish jadvaliga muvofiq oʻtkaziladi.

Talabalarning bilimi quyidagi mezonlar asosida:

talaba mustaqil xulosa va qaror qabul qiladi, ijodiy fikrlay oladi, mustaqil mushohada yuritadi, olgan bilimni amalda qoʻllay oladi, fanning (mavzuning) mohiyatini tushunadi, biladi, ifodalay oladi, aytib beradi hamda fan (mavzu) boʻyicha tasavvurga ega deb topilganda — 5 (aʼlo) baho;

talaba mustaqil mushohada yuritadi, olgan bilimni amalda qoʻllay oladi, fanning (mavzuning) mohiyatni tushunadi, biladi, ifodalay oladi, aytib beradi hamda fan (mavzu) boʻyicha tasavvurga ega deb topilganda — 4 (yaxshi) baho;

talaba olgan bilimni amalda qoʻllay oladi, fanning (mavzuning) mohiyatni tushunadi, biladi, ifodalay oladi, aytib beradi hamda fan (mavzu) boʻyicha tasavvurga ega deb topilganda — 3 (qoniqarli) baho;

talaba fan dasturini oʻzlashtirmagan, fanning (mavzuning) mohiyatini tushunmaydi hamda fan (mavzu) boʻyicha tasavvurga ega emas deb topilganda — 2 (qoniqarsiz) baho bilan baholanadi.

Nazorat turlarini o'tkazish bo'yicha tuzilgan topshiriqlarning mazmuni talabani o'zlashtirishini xolis (obyektiv) va aniq baholash imkoniyatini berishi shart.

Talabalar bilimni baholash 5 baholik tizimda amalga oshiriladi.

Oraliq nazorat turini o'tkazish va mazkur nazorat turi bo'yicha talabani baholash tegishli fan bo'yicha o'quv mashg'ulotlarini olib borgan professor-o'qituvchi tomonidan amalga oshiriladi.

Yakuniy nazorat turini o'tkazish va mazkur nazorat turi bo'yicha talabani baholash o'quv mashg'ulotlarini olib bormagan professor-o'qituvchi tomonidan amalga oshiriladi. Tegishli fan bo'yicha o'quv mashg'ulotlarini olib borgan professor-o'qituvchi yakuniy nazorat turini o'tkazishda ishtirok etishi taqiqlanadi.

Yakuniy nazorat turini o'tkazishda kelishuv asosida boshqa oliy ta'lim muassasalarining tegishli fan bo'yicha professor-o'qituvchilari jalb qilinishi mumkin.

Komissiya tarkibi tegishli fan professor-o'qituvchilari va soha mutaxassislari orasidan shakllantiriladi.

Komissiya tarkibiga kelishuv asosida boshqa tashkilotlarning soha mutaxassislari ham jalb qilinishi mumkin.

Talaba tegishli fan bo'yicha yakuniy nazorat turi o'tkaziladigan muddatga qadar oraliq nazorat turini topshirgan bo'lishlari shart.

Oraliq nazorat turini topshirmagan, shuningdek ushbu nazorat turi bo'yicha "2" (qoniqarsiz) baho bilan baholangan talaba yakuniy nazorat turiga kiritilmaydi.

Yakuniy nazorat turiga kirmagan yoki kiritilmagan, shuningdek ushbu nazorat turi bo'yicha "2" (qoniqarsiz) baho bilan baholangan talaba akademik qarzdor hisoblanadi.

Talaba uzrli sabablarga ko'ra oraliq va (yoki) yakuniy nazorat turiga kirmagan taqdirda ushbu talabaga tegishli nazorat turini qayta topshirishga fakultet dekanining farmoyishi asosida ruxsat beriladi.

Bir kunda 1 tadan ortiq fan bo'yicha yakuniy nazorat turi o'tkazilishiga yo'l qo'yilmaydi. Yakuniy nazorat turlarini o'tkazish kamida 2 kun oralig'ida belgilanishi lozim.

Talaba oraliq va (yoki) yakuniy nazorat turini birinchi marta qayta topshirishdan o'ta olmagan taqdirda, fakultet dekani tomonidan komissiya tuziladi. Komissiya tarkibi tegishli fan bo'yicha professor-o'qituvchi va soha mutaxassislari orasidan shakllantiriladi.

Ikkinchi marta oraliq va (yoki) yakuniy nazorat turini o'tkazish va talabani baholash mazkur komissiya tomonidan amalga oshiriladi.

Baholash natijasidan norozi bo'lgan talabalar fakultet dekani tomonidan tashkil etiladigan Apellatsiya komissiyasiga apellatsiya berish huquqiga ega. Apellatsiya komissiyasi tarkibiga talabani baholashda ishtirok etmagan tegishli fan professor-o'qituvchilari orasidan komissiya raisi va kamida to'rt nafar a'zo kiritiladi. Talaba baholash natijasidan norozi bo'lgan taqdirda, baholash natijasi e'lon qilingan vaqtdan boshlab 24 soat davomida apellatsiya berishi mumkin. Talaba tomonidan berilgan apellatsiya Apellatsiya komissiyasi tomonidan 2 kun ichida ko'rib chiqilishi lozim. Talabani apellatsiyasini ko'rib chiqishda talaba ishtirok etish huquqiga ega. Apellatsiya komissiyasi talabani apellatsiyasini ko'rib chiqib, uning natijasi



bo'yicha tegishli qaror qabul qiladi. Qarorda talabaning tegishli fanni o'zlashtirgani yoki o'zlashtira olmaganini ko'rsatiladi. Apellatsiya komissiyasi tegishli qarorni fakultet dekani va talabaga yetkazilishini ta'minlaydi.

Talabalar bilimini baholash tegishli fan bo'yicha professor-o'qituvchi tomonidan Talabalarning fanlarni o'zlashtirishini hisobga olish jurnalida (bundan buyon matnda Jurnal deb yuritiladi) qayd etib boriladi. Professor-o'qituvchi qo'shimcha ravishda talabalar bilimini baholashni elektron tizimda ham yuritishi mumkin.

---

---

**FAN BO'YICHA TARQATMA**  
**MATERIALLAR**

---

## 1-МАВЗУ. РАҚОБАТ НАЗАРИЯСИ ЭВОЛЮЦИЯСИ

1

- Рақобатнинг иқтисодий мазмуни ва моҳияти.

2

- Рақобат назариялари

3

- Рақобатнинг асосий вазифалари, турлари ва усуллари

4.

- Рақобат стратегияси ва рақобат босқичлари

5

*Рақобат кураши кўйидаги  
субъектлар ўртасида  
амалга ошади*

Сотувчи билан  
сотувчи

Сотувчи билан  
харидор

Харидор билан  
харидор

## Рақобат назариялари

- Ф.Перру рақобатни доимий таҳдидли ҳаракат сифатида тушунтиради. Инсон ўз манфаатини кўзлаб қимматроқ сотиб, арзон харид қилишга интилади, лекин шахс ягона эмас. Шунинг учун рақобат билан доимий тўқашилга тўғри келади.

### Рақобатнинг асосий вазифалари

- 1 • *тартибга солиш*
- 2 • *ресурсларни жойлаштириш*
- 3 • *инновацион вазифа*
- 4 • *мослаштириш*
- 5 • *тақсимлаш*
- 6 • *назорат қилиш.*

# Рақобатнинг асосий турлари

Тармоқ ичидаги рақобат

Тармоқлараро рақобат



## ТАРМОҚ ИЧИДАГИ РАҚОБАТ

Бу

Бир тармоққа тегишли бўлган корхона ва ташкилотлар ўртасидаги рақобатдир.

Унинг турлари

Эркин рақобат

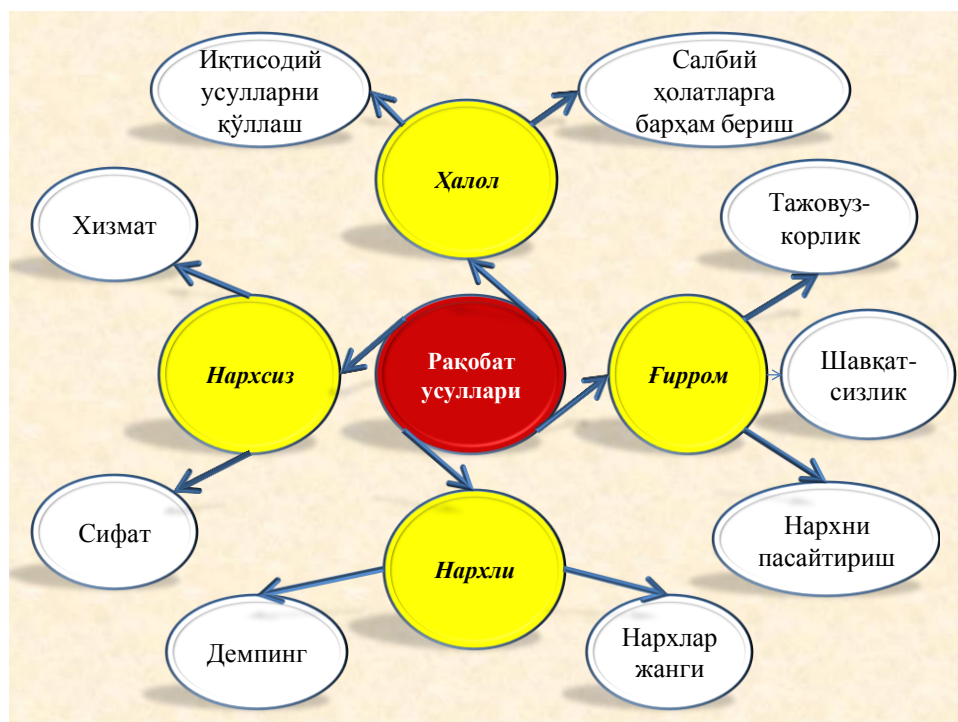
Монополистик рақобат

Олигополистик рақобат

Соф монополия

## Тармоқлараро рақобат

*Бу- турли тармоқлар корхоналари ўртасида энг юқори фойда нормаси олиш учун олиб бориладиган курашдан иборат. Бундай рақобат фойда нормаси кам бўлган тармоқлардан фойда нормаси юқори тармоқларга капиталларнинг оқиб ўтишига сабаб бўлади.*



### Нархсиз рақобат усуллари ичида маркетинг мухим аҳамиятга эга бўлиб,

- у маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотиш жараёнини талабга мослаштирувчи тадбирлар тизимидан иборат. Бозор иқтисодиёти шароитида талабни яхши ўрганган ва истеъмолчилар эҳтиёжларини тўлароқ қондира оладиган корхоналар ҳар доим рақобат курашида ютиб чиқади.

Нарх воситасида рақобатлашувда курашнинг асосий усули бўлиб ишлаб чиқарувчиларнинг ўз товарлари нархини бошқа ишлаб чиқарувчиларнинг шундай маҳсулотлари нархига нисбатан пасайтириши ҳисобланади.

- Нарх воситасида рақобатлашиш усулларида бири – демпинг нархларини қўллашдир.

### Нархсиз рақобат

- рақобат курашининг асосий омили товарларнинг нархи эмас, балки унинг сифати, сервис хизмат кўрсатиш, ишлаб чиқарувчи фирманинг образ-эътибори ҳисобланади.

## Рақобат стратегияси ва рақобат боскичлари

- **Рақобат стратегияси** - рақобат курашининг узок даврга мулжалланган йул-йурикларини ифода этади.
- Рақобат курашида самарали фаолият юргизиш, унда муваффакият козониш рақобат стратегиясининг канчалик пухта, изчил, узокни кура оладиган режасини ишлаб чикишга узвий боғлиқдир.

## Рақобат стратегиясининг мақсади

- Тез кунда фойдани максималлаштириш, оз фойда билан каноат килган холда уз бозорини кенгайтириш ёки рақибни бозордан сиқиб чиқариш, янги бозорга аста-секин кириб бориш каби масалаларда харакат йулларини белгилашдан иборат. Стратегияга караб кураш тактикаси (усули ва шакллари) танланади.



## 2-МАВЗУ. МУКАММАЛ ВА НОМУКАММАЛ РАҚОБАТ

1

- Мукаммал рақобат тавсифи

2

- Номукаммал рақобат турлари

3

- Монополияларнинг иқтисодий асоси ва уларнинг турлари



2014 йилга мўлжалланган кенг кўламли дастурий мақсад ва вазифалар ислохотларимизни янада чуқурлаштириш, мамлакатимизнинг иқтисодий ривожланиши йўлида ғов бўлиб турган муаммоларни ечиш учун бор куч ва имкониятларимизни сафарбар этишни талаб қилиши ҳақида бугун гапириб ўтиришнинг зарурати йўқ, деб ўйлайман. Бу ўринда сўз, биринчи навбатда, мамлакатимизда том маънодаги рақобат муҳитини шакллантириш ҳақида бормоқда. Маълумки, бундай муҳит ишлаб чиқаришни техник ва технологик янгилаш ва модернизация қилиш, жаҳон бозорларига чиқиш йўлида ҳал қилувчи омил бўлиб хизмат қилади.

### 3. Монополияларнинг иқтисодий асоси ва уларнинг турлари.

*Монополия – монопол юқори нархларни ўрнатиш ҳамда монопол юқори фойда олиш мақсадида тармоқлар, бозорлар ва яхлит макроиқтисодиёт устидан ҳукмронликни амалга оширувчи йирик корхоналар (фирма, корпорациялар)нинг бирлашмалари.*

#### Монополияларнинг моддий асоси

Бу

*Ишлаб чиқаришнинг, яъни ишлаб чиқариш воситалари, ишчи кучи ҳамда маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмининг йирик корхоналар қўлида тўпланиши ҳисобланади.*

Бунинг асосий сабаби

*Олинаётган фойда ҳажмининг кўпайиши*

## Monopoliyalarning asosiy turlari

### Bozorni qamrab olish darajasiga ko'ra:

- *Sof monopoliya*
- *Oligopoliya*
- *Monopsoniya*

### Vujudga kelishi sababi va tavsifiga ko'ra:

- *Tabiiy monopoliya*
- *Legal (qonuniy) monopoliya*
- *Sun'iy monopoliya*

*Tabiiy monopoliya*

**Бу**

*Корxonанинг технологик хусусиятлари сабабли маҳсулотга бўлган талабни қондириш рақобат мавжуд бўлмаган шaroитда самаралироқ амалга оширилувчи товар бозорининг ҳолати.*

## Легал монополия

Бу қонуний тарзда  
ташқил этилувчи  
монополистик ҳолат.

Патент  
тизими

Муаллиф-  
лик  
ҳуқуқи

Товар  
белгилари

## Сунъий монополиялар

Монопол фойда олиш мақсадида ташқил этилувчи  
бирлашмаларнинг шартли номи.

Уларнинг ҳатти -  
ҳаракатлари

1

• бозорга янги рақибларнинг кириб келишига йўл қўймаслик учун турли тўсиқлар ҳосил қилади

2

• ишлаб чиқаришнинг энг юксак даражадаги технологиясига эришиб, қолган рақибларини бу даражага чиқишига имкон бермайди;

3

• ўз фаолиятини юқори даражада реклама қилиш орқали бошқа рақобатчиларни бозордан сиқиб чиқаришга ҳаракат қилади.

## Сунъий монополияларнинг намоён бўлиш шакллари

### Трест

- ишлаб чиқариш воситалари ва тайёр маҳсулотга биргаликдаги мулкый эгаликни таъминловчи ишлаб чиқарувчиларнинг юридик шахс кўринишидаги бирлашмаси.

### Консорциум

- тадбиркорларнинг йирик молиявий операцияларини биргаликда амалга ошириш мақсадида бирлашуви

### Концерн

- расмий жихатдан мустақил бўлган, кўп тармоқли корхоналар (саноат, савдо, транспорт ва банк каби турли соҳа корхоналари) нинг мажмуини ўз ичига оловчи бирлашма.

## МОНОПОЛИЯЛАРНИНГ ИЖОБИЙ ТОМОНИ

### *Ижобий томонлар*

**у маълум тармоқларда нисбатан самарали амал қилади ва харажатларнинг тежалишига олиб келади**

Монополист бўлмаган, майда, рақобатлашувчи соҳа корхоналарига нисбатан монополистик корхоналарда ишлаб чиқаришга илмий-техника тараққиёти ютуқларини жорий этиш учун кўпроқ рағбат ва имконият мавжуд бўлади.

**Монополияларнинг салбий  
томонлари**

ресурсларнинг оқилона тақсимланмаслиги

даромадлардаги тенгсизликнинг кучайиши

иқтисодий турғунлик ва фан-техника тараққиётининг  
секинлашуви.

иқтисодиётда демократик ҳаракатларнинг тўсиб  
қўйилиши

**Ўзбекистонда «Монопол фаолиятни  
чеклаш тўғрисида»ги қонун  
(1992 йил, август)**

*Бозорда атайлаб тақчиллик ҳосил қилиш*

*Нархларни монополлаштириш*

*Рақобатчиларнинг бозорга кириб боришига тўсқинлик  
қилиш*

*Рақобатнинг гирром усулларини қўллаш*

**Ман этилади**

**Қуйидаги ҳатти-ҳаракатлар  
монополияга қарши қонунчиликка  
зид ҳисобланади:**

1

• *ҳўжалик юритувчи субъект томонидан бозордаги устунлик ҳолатининг суистеъмол қилиниши (5-модда);*

2

• *ҳўжалик субъектларининг рақобатни чеклашга қаратилган битимлари (ўзаро келишилган ҳатти-ҳаракатлари) (6-модда);*

3

• *давлат бошқаруви органлари ва маҳаллий ҳокимияти органларининг рақобатни чеклашга йўналтирилган ҳатти-ҳаракатлари (7-модда);*

4

• *инсофсиз рақобат (8-модда).*

**Ўзбекистонда монопол мавқега эга бўлган  
корхоналарни Давлат реестрига киритиш  
меzonлари**

**Озиқ – овқат  
маҳсулотлари учун**

*Агар корхона ишлаб  
чиқарган муайян  
маҳсулотлар  
бозордаги шу турдаги  
маҳсулотнинг 20 %  
идан ортиқ бўлса, бу  
корхона  
монополистик  
корхона сифатида  
Давлат реестрига  
киритилади.*

**Бошқа  
товарлар**

*Агар корхона ишлаб  
чиқарган муайян  
маҳсулотлар  
бозордаги шу турдаги  
маҳсулотнинг 35 %  
идан ортиқ бўлса, бу  
корхона  
монополистик  
корхона сифатида  
Давлат реестрига  
киритилади.*

## Рақобат кучи назарияси

### Р Е Ж А:

- 1. М.Портернинг рақобатнинг беш кучи назарияси
- 2. Рақобат 5 кучи назариясининг олтин қоидаси
- 3. Корхона (фирмада)SWOT анализини қўллаш схемаси
- 4. SWOT анализи босқичлари
- 5. “McKinsey 7S” таҳлил модели
- 6. Фирманинг стратегик ҳолатини баҳолаш кўрсаткичлари

## Рақобат кучи назарияси

Ҳар бир бозор ўзининг хусусиятларига эга бўлишига қарамай, рақобатнинг моҳияти унинг табиати ва интенсивлигини очиб бериш ва баҳолаш имконини берувчи ягона концепция орқали ифодаланиши мумкин.

Таниқли америкалик олим М.Е.Портернинг тадқиқотларига кўра, алоҳида бозордаги рақобатнинг ҳолатини **бешта** рақобат кучи орқали тавсифлаш мумкин: Унинг стратегик модели Портер томонидан 1979 йилда тавсифлаб берилган.



## М.Портернинг рақобатнинг беш кучи назарияси

- 1. Сотувчиларнинг бозордаги ҳукмронлиги
- 2. Бир-бирини ўрнини босувчи ва нарх нуқтаи назаридан рақобатбардош бўлган товарлар ўртасидаги рақобат.
- 3. Янги рақобатчиларнинг пайдо бўлиш хавфи.
- 4. Харидорларнинг бозордаги ҳукмронлиги
- 5. Тармоқ ичидаги рақобат.

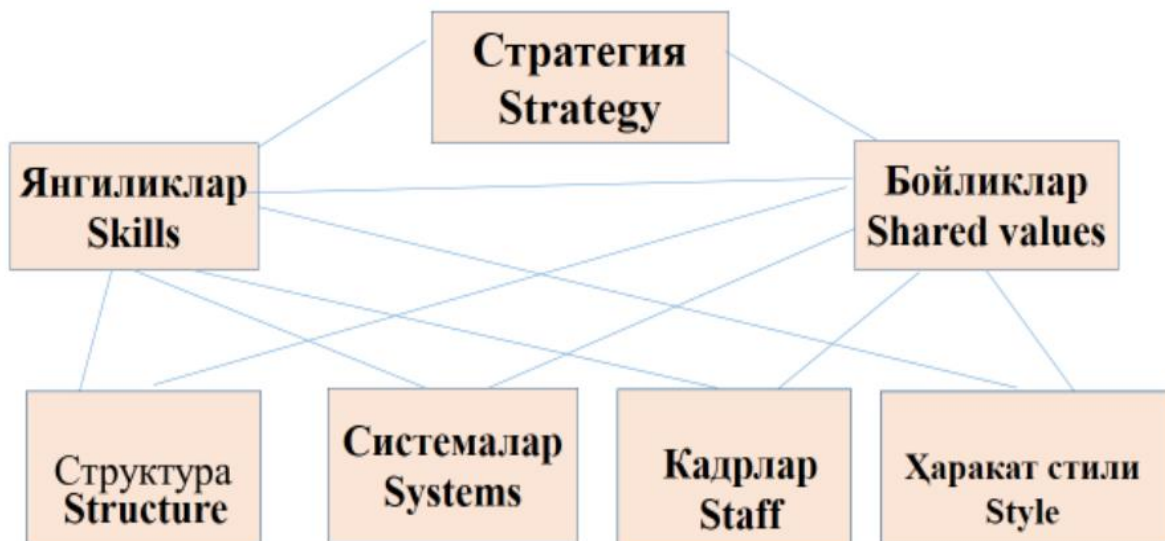
### SWOT анализ қўллаш схемаси

<b>SILU (S) STRENGTH</b> Kuchlar  zaiflikni kuchga va tahdidni imko	<b>SLABOSTI (W) WEAKNESS</b> zaiflik  niyatga aylantirish uchun barcha kuchni sarflash.  Prevrashenie
<b>VOZMOJNOSTI (O) OPPORTUNITY</b> Imkoniyatlar  firmaning kuchli tomonlarini uning cheklangan imkoniyatlari asosida rivojlantirish.	<b>UGROZU (T) THREAT</b> Tahdidlar  Prevrashenie

## Тармоққа кириш тўсиқлари

<p><b><u>Харidorlarning savdo markasiga sodiqligi</u></b>          (kirib kelayotgan kompaniyalar buni katta investitsiyalar evaziga bartaraf qilishlari mumkin)</p>	<p><b><u>Харajatlar bo'yicha mutlaq ustunliklar</u></b>          (ishlab chiqarish xarajatlarining yanada kamligi mavjud kompaniyalar uchun yangi kompaniyalar erishishi qiyin bo'lgan katta ustunliklar beradi)</p>	<p><b><u>Ko'lamdan tejash</u></b> - maxsulotni ishlab chiqarishda xarajatlarning kamaytirilishi, xom ashyo va tarkibiy qismlarni katta miqdorda sotib olishdagi chegirmalar, reklama sarflanadigan xarajatlarni kamaytirish. Bular ishlab chiqarishni endi boshlayotgan kompaniyalar uchun katta qiyinchiliklar tug'diradi.</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

“McKinsey 7S” таҳлил модели. (Компания фаолиятининг 7та фактори )



## Firmaning strategik holatini baxolash ko'rsatkichlari:

- Нисбий ўлчам;
- Ўсиш;
- Бозор улуши;
- Позиция;
- Солиштирма рентабеллик;
- Соф даромад;
- Технологик ҳолат;
- Ташқи кўриниш;
- Раҳбарият ва инсонлар.

## Bozor jozibadorligini baxolash ko'rsatkichlari:

- Абсолют размер;
- Бозор ўсиши;
- Бозорнинг кенглиги;
- Нарх шаклланиши;
- Рақобат структураси;
- Фойданинг тармоқдаги нормаси;
- Ижтимоий роли;
- Атроф-муҳитга таъсири;
- Юридик чегара.

## Фирма бойликлари, устиворликлари

### Товарнинг устиворлиги ва нафлиги кўрсаткичлари

Буюмнинг хоссалари	Буюмнинг устиворлиги	Буюмнинг нафи
<b>Физик хоссалари</b>		
Мустаҳкамлиги	Хизмат муддати даврида мустаҳкамлигини тўла сақлайди	Узоқ хизмат қилиш ишончилиги
Қалинлиги	Қалинлиги 2 мм дан кам эмас	Истеъмолга чидамлилиги
Эластиклиги	Ўртача даражадан юқори	Одам танасига яхши ўтириши, ҳар қандай ҳаракатга ҳалақит бермаслиги
<b>Кимёвий хоссалари:</b>		
Ювиш ва тозалаш мумкинлиги	Оддий воситалар билан ювилиши	Ювиш ва тозалашга қулайлиги
<b>Термик хоссалари:</b>		
Иссиқликка чидамлилиги	Катта диапазонда чидамли	Жуда баланд ва паст ҳароратга бардош бериши
Иссиқлик ўтказувчанлиги	Энг паст	Ҳароратни нормал сақлаши
<b>Оптик хоссалари:</b>		
Ёруғлик ўтказувчанлиги	Қуёш нурларини сиңдириш қобилияти	Табий ёруғликни ўтказиб, қуёш нурларидан ҳимоя қилиши
<b>Акустик хоссалари:</b>		
Товушни ютувчанлиги	Энг юқори	Товушни ўтказмаслиги ва қайтармаслиги

## сегментларнинг жозибадорлигини баҳолаш кўрсаткичлари

Segmentning foydaliligi

Korxonaning raqobatbardoshligi

Segmentning o'sishi

Segmentning ko'lami

Korxonaning bozor ulushi

Talabning barqarorligi

## Ўзбекистоннинг рақобат жиҳатдан устунликлари

- Мамлакат сиёсий ва ҳуқуқий тизимининг барқарорлиги;
- Инсонни ривожлантиришга (таълим, соғлиқни сақлаш, ижтимоий эҳтиёжларга) катта қўйилмалар;
- Аҳоли ҳаёт кечиришининг узоқлиги;
- Ишчи кучи ресурсларининг рақобатбардошлиги;
- Мамлакат аҳолиси таълим даражасининг юқорилиги.

## Рақобат устунлиги назарияси (М.Портер)

Ривожланган Ғарб мамлакатларида, хусусан, Жаҳон иқтисодий форумида мунтазам марказий ўрин эгаллайдиган Рақобат устунлиги назарияси бугунги кунда Ўзбекистон мисолида қайта-қайта ўз тасдиғини топмоқда.

- Рақобат устунлиги назариясига кўра (М.Портер, Дж.Сакс, П.Кругман) халқаро бозорда компаниянинг рақобатбардошлиги мамлакатнинг ишлаб чиқариш омиллари билан устунроқ таъминланганлиги эмас, балки ушбу компания учун давлат қандай иқтисодий институтлар ва механизмлар орқали имконият яратаётганлиги билан баҳоланади.

#### **4-мавзу. Рақобатбардошлик ва унинг намоён бўлиш шакллари**

##### **Р Е Ж А:**

- **1. Рақобатбардошлик тушунчасининг иқтисодий мазмуни ва ўзига хос хусусиятлари.**
- **2. Рақобатбардошликни тавсифловчи муҳим кўрсаткичлар.**
- **3. Макроиқтисодий, мезоиқтисодий ва микроиқтисодий даражадаги рақобатбардошликни баҳолаш.**

**Рақобатбардошлик тушунчасининг иқтисодий мазмуни ва ўзига хос хусусиятлари.**

**Иқтисодиётни глобаллаштириш даврида унинг самарадорлиги ва ишлаб чиқарилаётган маҳсулот талабгирлигининг ягона мезони рақобатбардошликдир. Ҳозирги вақтда “Рақобатбардошлик” тушунчасининг ягона таърифи мавжуд эмас.**

**Рақобатбардошлик – нисбий тушунча, чунки бир турдаги бозорларда муваффақиятли рақобатлашувчи товар бошқа бозорларда умуман рақобатбардош бўлмаслиги мумкин. Бу ҳол ташқи ва ички бозорларда рақобатбардошликни чегаралаш заруратини келтириб чиқаради. Рақобатбардошлик макродаражада, мезодаражада ва микродаражада бўлади.**

## **2. Рақобатбардошликни тавсифловчи муҳим кўрсаткичлар.**

- **Мамлакатнинг рақобатбардошлиги мамлакатнинг жаҳон бозори талабларини қондирувчи товарларни ишлаб чиқариш ва хизматлар кўрсатиш қобилияти сифатида таърифлаш мумкин.**
- **Мамлакатнинг рақобатбардошлик кўрсаткичи биринчи галда мамлакатнинг жаҳон бозоридаги мавқеини тавсифловчи – товар ва товар ишлаб чиқарувчининг ҳамда тармоқнинг рақобатбардошлигини бирлаштирувчи умумий кўрсаткич ҳисобланади.**

### **1-бўлим. Мамлакат фаолиятининг умумий кўрсаткичлари:**

- **1.01. ЯИМ**
- **1.02. Аҳоли**
- **1.03. Аҳоли жон бошига ЯИМ**
- **1.04. Аҳоли жон бошига ЯИМнинг реал ўсиши**
- **1.05. Ишсизлик даражаси**
- **1.06. Аҳолининг бандлиги.**

## 2-бўлим. Макроиқтисодий муҳит

- 2.01. Иқтисодиётнинг кутилаётган пасайиши
- 2.02. Молиявий бозорнинг ривожланиш даражаси, банкларнинг барқарорлиги, давлат қарзларини баҳолаш (Standart & Poor df Moody компанияларининг методикаси бўйича), инфляция, реал валюта курси, экспорт, импорт, божхона таърифи ставкаси, даромад, қўшилган қиймат ва фойда солиғи ставкаси. .... ва ҳ.к. 35та кўрсаткич.

## 3- бўлим. Технологик янгиликлар ва уларнинг диффузияси

- Мамлакатнинг технологик жиҳатдан такомиллашганлиги, компанияларнинг инновацион фаоллиги, илмий тадқиқот муассасаларининг рақобатбардошлиги, Компаниянинг ИТТКИ учун харажатлари, ўрта таълим қамраб олган ўқувчилар сони, олий таълим қамраб олган ўқувчилар сони.....ҳ.к. 17 та кўрсаткич.



#### **4-бўлим. Ахборот ва коммуникация технологиялари**

- **Бизнесда мобил телефонларнинг қулайлиги, мактабларда интернет тармоғининг қулайлиги, интернет провайдерлар хизматининг сифати, ҳукумат томонидан ахборот ва коммуникация технологияларидан фойдаланиш ва қўллаб-қувватлаш даражаси ҳ.к. 11 та кўрсаткич.**

#### **5- бўлим. Мамлакатнинг умумий инфратузилмаси**

- **Мамлакатда инфратузилманинг сифати, темир йўллар, портлар, транспорт инфратузилмасининг сифати, давлат мактабларининг сифати, камбағаллар ва бойларга тиббий хизмат кўрсатиш сифатидаги табақалаш сифати, электр энергияси йўқотишлари фоизи ҳ.к. 16 та кўрсаткич.**

## **6- бўлим. Давлат муассасалари- қонунлар ва фаолият.**

- **Суд ҳокимиятининг мустақиллиги, федерал норматив ҳужжатларнинг амалийлиги, интеллектуал мулк муҳофазаси, сўз эркинлиги, маъмурий бюрократизм даражаси, полиция хизматининг ишончлилиги, уюшган жиноятчилик, яширин иқтисодиётнинг улуши .....х.к. 22 та кўрсаткич.**

## **7-бўлим. Давлат муассасалари-коррупция.**

- **Экспорт ва импорт учун асоссиз қўшимча тўловлар (АҚТ), солиқ органларига, давлат ссудаларини олишда, давлат шартномаларини тузишда, коммунал хизматларга АҚТ, сиёсатчиларга жамоатчилик ишончи.....х.к. 15 та кўрсаткич.**

## **8-бўлим. Маҳаллий рақобат**

- **Маҳаллий рақобатнинг жадаллиги, унга компанияларнинг таъсири, янги бизнесни бошлаш учун маҳаллий тўсиқлар, монополияга қарши сиёсатнинг самарадорлиги, янги бизнесни рўйхатга олишнинг умумий қиймати ҳ.к. 11та кўрсаткич.**

## **9-бўлим. Бозор субъектларининг ривожланиши.**

- **Харидорларнинг товарлар сифати ҳақида хабардорлиги, маҳаллий етказиб берувчилар сони, маҳаллий етказиб берувчилар сифати, мамлакатда стандартларга амал қилиш даражаси, бозор субъектларини марказлаштириш ва интеграциялашиш даражаси ҳ.к. 10 та кўрсаткич.**

## **10-бўлим. Компания стратегияси ва тактикаси.**

- **Компаниянинг рақобат жиҳатдан устунликлари хусусияти, маҳсулот ҳаётий цикли босқичларининг интеграциялашганлиги, брэнднинг ривожланиш даражаси, компаниянинг инновацияларга қобилияти, маркетингнинг ривожланиш даражаси..... ҳ.к. 21та кўрсаткич.**

## **11-бўлим. Атроф муҳитни муҳофаза қилиш.**

- **Ҳаво муҳитининг ифлосланишини тартибга солишнинг қатъийлиги, ишлаб чиқариш чоқида кимёвий моддаларни концентрациялашни тартибга солиш, мамлакатда АММҚ бўйича норматив жужжатларга амал қилиниши.....ҳ.к. 14 та кўрсаткич.**

**5-мавзу. Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини баҳолашга нисбатан услубий ёндашувлар**

**Р Е Ж А:**

- 1. Рақобатбардошлик даражалари**
- 2. Товар рақобатбардошлигини баҳолаш боскичлари**
- 3. Рақобатбардошликни шакллантириш ва ривожлантиришнинг М. Портер модели (миллий ромб)**

**Рақобатбардошлик даражалари**

- Товарнинг рақобатбардошлиги;**
- Ходимнинг рақобатбардошлиги;**
- Товар ишлаб чиқарувчининг рақобатбардошлиги;**
- Тармоқнинг рақобатбардошлиги;**
- Мамлакатнинг рақобатбардошлиги.**

**Рақобатбардошликнинг барча даражалари ўртасида жипслик, ўзаро боғлиқлик мавжуд.**

**Мамлакат ва тармоқнинг рақобатбардошлиги муайян товар ишлаб чиқарувчининг рақобатбардош товар ишлаб чиқариш қобилиятига боғлиқ.**

### **Микродаражадаги рақобатбардошликни баҳолаш**

- Бозорда рақобатнинг асосий элементи бўлиб товар иштирок этади. Товарнинг рақобатбардошлиги унинг бозордаги муваффақиятини, бошқа товарлардан устунлигини белгилаб берувчи истеъмол ва нарх наво хусусиятларининг йиғиндиси тушунилади.

### **Товар рақобатбардошлигини баҳолаш боскичлари**

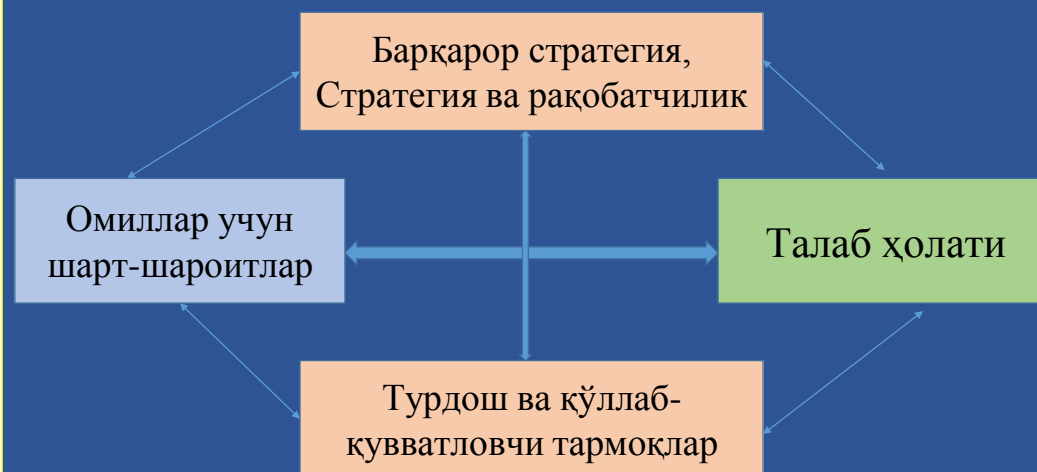
- Биринчи боскич — бозорни таҳлил этиш ва киёс тарзида фойдаланиш учун энг рақобатбардош намуна-товарни танлаш. Намунани танлаш рақобатбардошликни таҳлил қилишнинг энг масъулиятли вазифаларидан бири ҳисобланади. Бу боскичда хатоларга йўл қўйиш жами иш натижаларини йўқка чиқариши мумкин. Намуна таҳлил қилинадиган товар мансуб бўлган товарлар гуруҳидан, шу бозорга хос, кенг доирада харидорлар ҳурматини қозонган бўлиши лозим.

## Рақобатбардошликни шакллантириш ва ривожлантиришнинг М. Портер модели

- М. Портер концепциясига асосланган замонавий модел мамлакатнинг умумий хусусиятга эга бўлган ва унда ишлаб чиқарувчилар рақобатлашадиган рақобат муҳитини шакллантирувчи 4 та хусусиятдан иборат. Ушбу муҳит рақобат устунликларини шакллантиришга кўмаклашиши ҳам ёки унга тўсқинлик қилиши ҳам мумкин.

## М. Портернинг миллий ромби

Мамлакатнинг рақобат жиҳатдан устунликлари детерминантлари:



## Ишлаб чиқарувчи кучлар

- ижтимоий ишлаб чиқариш жараёнида кишилар билан табиат ўртасидаги боғланишни амалга оширувчи шахсий ва техник-буюмлашган элементлар тизимидан иборат.



## Иқтисодий муносабатлар

Ишлаб чиқариш муносабатлари

- мулкчилик  
- ишлаб чиқариш  
- тақсимот  
- айирбошлаш  
- истеъмол муносабатлари ва бошқалар



## ИШЛАБ ЧИҚАРИШ МУНОСАБАТЛАРИ ТАРКИБИ



## Турдош ва қўллаб-қувватловчи тармоқлар детерминанти

- Асосий ишлаб чиқариш учун материал ва маҳсулот етказиб берувчи компаниялар халқаро миқёсда рақобатбардош бўлиши керак, шунда улар харажатлар нуқтаи назаридан янада самарали ишлаб чиқариш омилларини таъминлаган ҳолда устунликларни ҳосил қилади. Турдош ва қўллаб қувватловчи тармоқлар инновация ва ишлаб чиқаришни модернизациялашни таъминлайди, чунки мазкур устунлик компаниялар ўртасида ахборотнинг тез ва доимий оқимини таъминлаш, ғоялар ва инновациялар билан алмашиш, техник такомиллашув йўналишларига таъсир кўрсатиш имкониятларига асосланади.

## Талаб ҳолати детерминанти

- Рақобатни глобаллаштириш жараёни миллий иқтисодиёт ички талабининг муҳимлиги роли ва даражасини оширди. Бироқ ушбу ҳолатда уларнинг ички талаби компанияларга харидорлар эҳтиёжларининг юзага келиши ҳақидаги аниқ ёки илгариги ахборотни таъминловчи тармоқларда рақобат жиҳатдан устунликка эга бўлиши мумкин.
- Бунда асосийси ички талабнинг ҳажми эмас, балки унинг хусусияти муҳимдир, чунки ривожланган ва талабчан харидорлар компанияларни юқори стандартни ушлаб туриш, такомиллашиш ва янгиликларни жорий этишга мажбур қилган ҳолда улар учун буюртмачилар эҳтиёжларини олдиндан кўра олишни таъминлайди.

## Ўзбекистоннинг рақобат жиҳатдан устунликлари

- Мамлакат сиёсий ва ҳуқуқий тизимининг барқарорлиги;
- Инсонни ривожлантиришга (таълим, соғлиқни сақлаш, ижтимоий эҳтиёжларга) катта қўйилмалар;
- Аҳоли ҳаёт кечиришининг узоқлиги;
- Ишчи кучи ресурсларининг рақобатбардошлиги;
- Мамлакат аҳолиси таълим даражасининг юқорилиги.

**6-мавзу: Миллий иқтисодиёт  
рақобатбардошлигини оширишнинг ижтимоий  
омиллари**

Milliy iqtisodiyotda inson kapitali rivojlanishining asosiy yo'nalishlari.

kontseptsiyasi.

Ishchi kuchini takror ishlab chiqarish xarajatlartarkibi.

Ishga yollovchilarning ishchi kuchiga xarajatlari.

Davlat va mahalliy byudjetning ijtimoiy maqsadlarga xarajati.

Inson kapitalini takror barpo etish xarajatlari va samaradorligi.

**Инсон тараққиёти ўлчовлари. Инсон  
тараққиёти индекси (ИТИ)**

Инсон ривожланишининг асосий ўлчови бўлиб инсон ривожланиши индекси ҳисобланиб, у ҳаёт давомийлигини, саводлилиқ ва ресурсларга етиша олиш имкониятини акс эттиради. Ушбу кўрсаткичнинг афзаллиги бўлиб, ижтимоий-иқтисодий тараққиёт нафақат даромад, балки таълим олиш ва соғлиқни сақлаш имкониятлари билан ҳам ўлчаниши ҳисобланади.

ИТИни ҳисоблашда кўрсатилган учта кўрсаткичнинг ҳар бири учун белгиланган минимал ва максимал қийматлар ўрнатилган. Ҳар бир кўрсаткич 0 дан 1 гача бўлган чегараларда индексланади.

Қиймати 0 дан 1 гача доирада бўлган  $x$ -ни индексга ўтказиш учун қуйидаги формуладан фойдаланилади:

$$x - \text{индекс} = \frac{x - \min(x)}{\max(x) - \min(x)}$$

Бу ерда:  $\min(x)$  ва  $\max(x)$  барча тадқиқ қилинаётган мамлакатлар орасида  $x$ -нинг минимал ва максимал қиймати бўлиб ҳисобланади.



## Аҳолини ижтимоий ҳимоялашнинг асосий йўналишлари

Биринчи  
йўналиш

Нархлар эркинлаштирилиши ва пулнинг қадрсизланиш даражаси ортиб бориши муносабати билан даромадларнинг энг кам ва ўртача даражасини мунтазам ошириб бориш

Иккинчи  
йўналиш

Ички истеъмол бозорини ҳимоя қилиш ҳамда озиқ-овқат маҳсулотлари ва ноозиқ-овқат моллари асосий турлари истеъмолини муайян даражада сақлаб туриш

Учинчи  
йўналиш

Аҳолининг кам таъминланган табақаларини ижтимоий ҳимоялаш ва қўллаб-қувватлаш

## Сўнгги йилларда аҳолини иш билан банд қилиш соҳасида қандай меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар қабул қилинди?

Мамлакатимизда аҳолини ижтимоий муҳофаза қилиш ҳамда иш билан таъминлаш муҳим устувор мақсадларимиздан бири ҳисобланади. Бу борада кўплаб қарор ва фармонлар қабул қилинди. Жумладан:

- Ўзбекистон Республикаси Президентининг **«Йирик саноат корхоналари билан касаначиликни ривожлантириш асосидаги ишлаб чиқариш ва хизматлар ўртасидаги кооперацияни кенгайтиришни рағбатлантириш чора-тадбирлари тўғрисида»**ги Фармони. 2006 йил 5 январ. ПФ-3706 – сон.
- Ўзбекистон Республикаси Президентининг **«Шахсий ёрдамчи, деҳқон ва фермер хўжаликларида чорва молларини кўпайтиришни рағбатлантириш чора-тадбирлар тўғрисида»**ги Қарори. 2006 йил 23 март. ПФ-308 – сон.
- Ўзбекистон Республикаси Президентининг **«Аҳоли бандлигини ошириш ҳамда Меҳнат ва аҳоли ижтимоий муҳофаза қилиш органлари фаолиятини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»**ги Қарори. 2007 йил 6 апрел. ПҚ-616 – сон.

**7-мавзу Нарх шаклланиши миллий иқтисодиёт  
рақобатбардошлигининг асосий омили сифатида**

**Р Е Ж А:**

- 1. Рақобатнинг турли кўринишлари шароитида нархнинг шаклланиш хусусиятлари**
- 2. Рақобатли нархлар шаклланишида давлат нарх сиёсатининг ўрни**
- 3. Рақобатбардошликни оширишда нарх омилидан фойдаланишнинг жаҳон тажрибаси**

**Рақобатнинг турли кўринишлари шароитида  
нархнинг шаклланиш хусусиятлари**

- Нарх ўзида фақатгина қиймат ёки нафлиликнинг бирини эмас, балки ҳар иккаласининг бир вақтда мавжудлигини ва уларнинг маълум миқдорини пул кўринишида ифода этади.**

## Нархга таъсир қилувчи омиллар



Рақобатнинг турли кўринишлари шароитида нархнинг шаклланиш хусусиятлари

### Мукаммал рақобат шароитида

- ишлаб чиқарувчи (ёки сотувчи) ҳамда истеъмолчи (ёки харидор)ларнинг сони жуда кўп бўлиб, уларнинг ишлаб чиқариш ҳажмини ўзгартириш орқали нарх шаклланишига таъсири умуман сезилмайди.

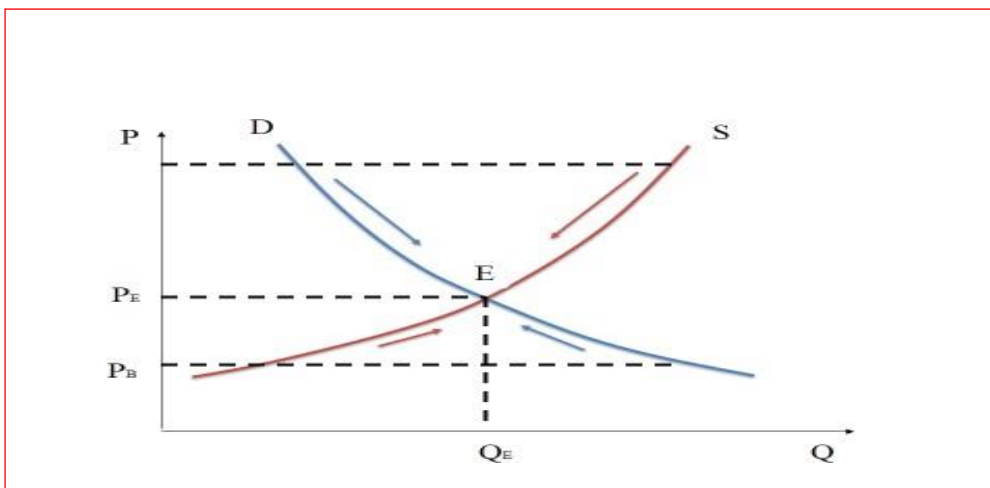
### Номукаммал рақобат шароитида

- ишлаб чиқарувчилар (сотувчилар) ёки истеъмолчилар (харидорлар)дан бирининг сони чекланган бўлиши уларнинг бозордаги ишлаб чиқариш ҳажмига ва, бозордаги нархнинг шаклланишига суъбий таъсир кўрсатиш имконини беради.

## Мукаммал рақобат шароитида нархнинг шаклланиши.

- Эркин рақобат кураши шароитида нархнинг ташкил топиш хусусиятларини тадқиқ этган дастлабки иқтисодчилардан бири А.Маршалл ҳисобланади. Унинг фикрича, товарнинг олди-сотди жараёнига қадар икки хил, яъни сотувчи ва харидор нархлари мавжуд бўлади. Назарий жиҳатдан ҳар икки нархнинг юқори ва қуйи даражалари мавжуд. Сотувчи ўз товари нархнинг имкон қадар юқори бўлишидан манфаатдор, чунки бундай нарх унинг фойдаси ҳажмини оширади. Бирок, эркин рақобат шароитида нархни бошқалардан юқори даражада белгилашга интилиш мазкур сотувчининг бозордан сиқиб чиқарилишига олиб келиши мумкин. Сотувчи нархнинг энг паст даражаси шу товарни ишлаб чиқариш учун кетган харажатларни қоплаши керак.

## Мукаммал рақобатли бозор шароитида нархнинг шаклланиши

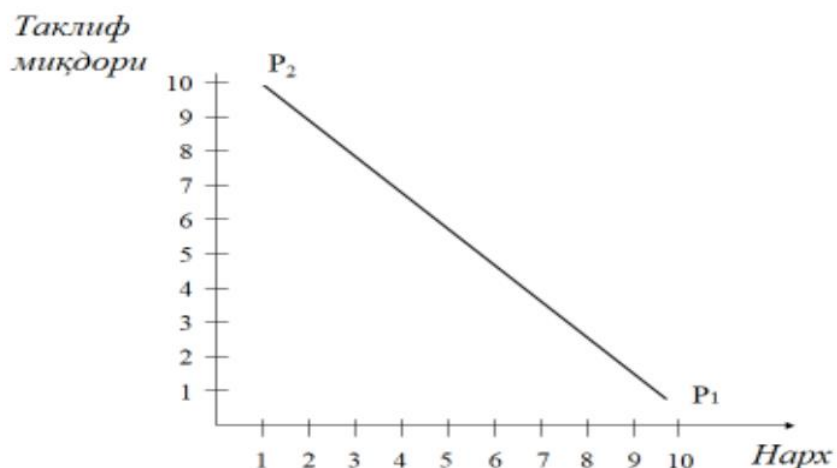




## Монополия шароитида нархнинг шаклланиши.

- монополиялар бозор нархларини ўзлари белгилай оладилар. Бунда монополиялар оммавий талабнинг ошиши билан нархнинг ошиши ҳамда оммавий таклифнинг ошиши билан нархнинг пасайиб боришидан ўзига хос тарзда фойдаланадилар.
- Оммавий тартибда товарларни сотувчи монополиялар ўз манфаатлари йўлида таклиф кам бўлганда нархнинг ошиши тенденциясидан фойдаланадилар.
- Оммавий таклиф бўйича нарх ўзгариши қуйидаги миқдорий боғлиқликни акс эттиради: талабга нисбатан товарлар таклифи қанчалик юқори бўлса, бозор нархи даражаси шунчалик паст бўлади ва аксинча, таклиф камайиши билан нарх ошиб боради.

## Таклиф бўйича нарх эгри чизиғи



## Олигополия шароитида нархнинг шаклланиши.

- Тармоқдаги товар ишлаб чиқарувчилар томонидан қўлланилувчи «эргашиш» ҳамда «инкор этиш» хатти-ҳаракатлари орқали изоҳланади.
- «Эргашиш» ҳолатида бир олигополист томонидан нархни пасайтириш ёки оширишга қолган олигополистлар томонидан ҳам эргашиш, яъни шундай ўзгаришлар қилиш кузатилади.
- «Инкор этиш» ҳолатида бир олигополист томонидан нархни пасайтириш ёки оширишга қолган олигополистлар томонидан инкор этиш, яъни ҳеч қандай ўзгаришлар қилмаслик кузатилади. Кўпинча бундай ҳолат олигополист томонидан ўз товарига нархни оширган чоғида рўй беради, яъни қолган олигополистлар товарлари нархларини оширмайдилар. Натижада нархни оширган олигополист ўз истеъмолчиларини йўқотиб, бозордан сиқиб чиқарилади.

## Рақобатли нархлар шаклланишида давлат нарх сиёсатининг ўрни

- Нарх шаклланишини тартибга солишнинг самарали модели маҳаллий маҳсулотларнинг рақобатбардошлигини оширишга ёрдам кўрсатиши керак. Бунда корхонанинг соф даромади кўламлари "олиб сотарлик омиллари" (нархларни ошириш ўйини)га эмас, балки ресурслардан самарали фойдаланишга боғлиқ бўлиши керак.
- Давлат бошқарувининг яна бир муҳим вазифаси, ижтимоий товар ишлаб чиқарувчиларини импорт маҳсулотлар билан бир қаторда, маҳаллий корхоналар товарларига ҳам қўйилиши мумкин бўлган демпинг (асоссиз равишда пасайтирилган) нархлардан ҳимоя қилишдан иборат.

**8- Мавзу: Мамлакатнинг халқаро рақобатбардошлигига инновацион сиёсатнинг таъсири**

РЕЖА:

1. Инновацион ривожланиш мамлакат халқаро рақобатбардошлигининг муҳим омили сифатида.
2. М.Портернинг мамлакат халқаро рақобатбардошлиги назарияси.
3. Инновацион бизнеснинг глобал рақобатдаги роли.

Мамлакатнинг рақобатдошлигини оширишни таъминлаш учун иқтисодиётни таркибий ўзгартириш жараёнларини чуқурлаштириш сиёсатини давом эттириш 2013 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурни амалга оширишнинг муҳим устувор йўналишига айланиши лозим.

- *И.Каримов (маърузадан)*

## Миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлик даражаси омиллари

- Миллий иқтисодиётнинг табиий ресурс салоҳияти, меҳнат ресурсларининг сони ва сифати (малака даражаси), ишлаб чиқаришнинг техник-технологик модернизациялашганлик даражаси, иқтисодиёт таркибий тузилишининг такомиллашганлиги, давлатнинг иқтисодий ривожланиш ҳамда ислохотлар стратегияси қай даражада илмий асосланганлиги ва ўзгаришлар жараёнларини ҳисобга олганлиги каби омилларга боғлиқ.

## Рақобат

- Masalan, kompaniya o'z mahsulotini cheklanmasdan, korxonada xoh qanday foydalanishga muddatda va uning ishlarini bajarishni ko'rsatish kabi mahsulot xossalariga ehtiyojlariga ya

**Bugungi kunda zamon talablariga javob bermay qolgan «Tovar bozorlarida monopolistik faoliyatni cheklash va raqobat to'g'risida»gi Qonun o'rniga «Raqobat to'g'risida»gi yangi qonunni ishlab chiqish**

1

- monopolistik faoliyatni nafaqat tovarlar bozorida, balki moliya bozorlarida ham tartibga solish

2

- birja savdolarida ham monopoliyaga qarshi mexanizmlarni, aksiyalarni sotib olish, qo'shish va birlashtirish bitimlarini tartibga solish

3

- nazorat qilish tartib-qoidalarini soddalashtirish bo'yicha normalarni ushbu qonunga kiritish

**Kimyo, mashinasozlik va qurilish  
materiallari sohalarining monopollashuviasosiy  
sabablari**

- **Тармоқнинг юқори капиталга талабчанлиги**
- **Тармоқда модернизация даражаси пастлиги**
- **Технологик жараённинг узлуксизлиги ва мураккаблиги туфайли рақобатдош корхоналарнинг пайдо бўлиши паст даражада**

## 9-мавзу. Инновацион сиёсатни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш муаммолари

РЕЖА:

1. Давлат инновацион сиёсатининг шаклланиши.
2. Инновацион сиёсатнинг асосий йўналишлари.
3. Давлат инновацион сиёсатини амалга оширишнинг усуллари ва инструментлари.
4. Инновацион сиёсат: амалга ошириш тажрибаси ва ривожлантиришнинг устувор йўналишлари.

Давлат инновацион сиёсатининг икки тури:

<b>СТРАТЕГИК</b>	<b>ТАКТИК</b>
<p>Давлат инновацион сиёсатининг стратегияси мамлакатнинг ижтимоий-иқтисодий ва сиёсий ривожланишининг узок муддатли концепциялари асосида шакллантирилади ва қуйидагиларни талаб қилади:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- инновацион фаолиятни давлат томонидан тартибга солишнинг асосий йўналишларини аниқлаш;</li><li>- илмий потенциални ривожлантириш ва ундан фойдаланиш методларини танлаш;</li><li>- ижтимоий-иқтисодий ривожланишга мос ҳолда инновацион ривожланишнинг асосий мақсадларини белгилаш.</li></ul>	<p>Тактик инновацион сиёсатда жорий мақсадлар ва бу мақсадларга юқори самарадорлик билан эришишни таъминлайдиган аниқ тадбирлар аниқланади. Тактик воситалар– бу (ИТЛКИ) молиялаштириш, моддий-техник ва ахборот таъминоти, ходимларни танлаш, инновацияни ривожлантириш бўйича тадбирларни амалга ошириш учун ҳуқуқий ва ташкилий шароитлар яратишдир.</p>

## Davlat innovatsion siyosatini amalga oshirish usullari

<b>To'g'ri usul</b>		<b>Egri usul</b>
Ma'muriy shakl.	Dasturli-maqsadli shakl.	
Bunda innovatsiyaga bevosita ta'sir qilish maqsadida maxsus qonunlar asosida moliyalashtiriladi.	davlat tomonidan yangiliklarni kontrakt asosida sotib olish tizimi tashkil etiladi. SHartnomada ishlarni tugatish vaqti, ishlarni ishtirokchilar orasida taqsimlashini moddiy rag'batlantirish aniq ko'rsatiladi. Bu yerda o'zaro majburiyatlar, iqtisodiy sanksiyalar kelishib olinadi.	<p><b>1. Innovatsion jarayonlarni rag'batlantirishga</b></p> <p><b>2. Innovatsion faoliyat uchun qulay muhit (iqtisodiy, ijtimoiyva psixologik) yaratishga yo'naltirilgan.</b></p> <p><b>Innovatsion faoliyatni davlat tomonidan tartibga soluvchi egri metodlarning tarkibi: soliq imtiyozlari va kredit imtiyozlarini kiritish mumkin.</b></p>

### Инновацион фаолият бўйича халқаро алоқаларни тартибга солиш шакллари

- хорижий инновацион инвестицияларни рағбатлантириш;
- ҳамкорликнинг энг перспектив ва устивор йўналишларини асосли танлаш;
- инновацион ишламаларни экспорт назоратидан ўтказиш;
- халқаро кичик инновацион тадбиркорлик алоқаларини қўллаб қувватлаш;
- ҳамкорликда бажарилаётган инновацион лойиҳанинг иштирокчи давлатларга (корхоналарга) махсус солиқ ва кредит имтиёзларини қўллаш;
- мамлакатга халқаро стандарт ва нормаларни жорий қилиш

**15-мавзу: Ўзбекистонда рақобатчилик муҳитининг вужудга келиши ва монополияга қарши қонунчилик**

РЕЖА:

1. Рақобатчилик муҳитининг вужудга келиши ва уни сақлашда давлатнинг роли.
2. Ўзбекистонда рақобатчилик муҳитини юзага келтириш ва амал қилиши учун маълум шарт-шароитлар.
3. Монополистик фаолиятни чеклашга оид ҳуқуқий кафолатлар.
4. Ўзбекистон Республикаси Монополиядан чиқариш ва рақобатни ривожлантириш давлат кўмитасининг иқтисодиётни барқарор ривожланишидаги роли.

Рақобатчилик муҳитининг вужудга келиши ва уни сақлашда давлатнинг роли.

- Ўзбекистонда рақобатчилик муҳитини юзага келтириш ва амал қилиши учун маълум шарт-шароитлар мавжуд бўлишини тақозо қилади. Бу шарт-шароитлар фақат бозор иқтисодиёти муносабатлари қарор топган муҳитда юзага келиши мумкин. Шундай экан, бозор иқтисодиётини юзага келтириш айна вақтда рақобатчилик муҳитининг шаклланишини билдиради.



Ўзбекистон Республикаси Монополиядан чиқариш ва рақобатни ривожлантириш давлат қўмитасининг иқтисодийни барқарор ривожланишидаги роли.

- Мамлакатимизда давлатнинг рақобатчилик муҳитини шакллантиришга қаратилган ҳолатда хусусийлаштириш, давлат мулки ҳисоби мулкчиликнинг бошқа шакллари вужудга келтиришда асосий ўрин тутди. Биринчидан, хусусийлаштириш натижасида бериладиган мулк ўз эгалари қўлига топширилса, иккинчидан, кўп укладли иқтисодий ва рақобатчилик муҳитини вужудга келтиради. Ҳозирги кунда мамлакатимизда ялпи ички маҳсулотнинг 80 фоиздан ортигини нодавлат сектор таъминламоқда.

### Respublikada monopoliyalar ro'yxatiga kirgan korxonalarni tartibga solishda davlatning usullari

1

- Монопол мавқедаги корхоналар маҳсулотларига нархларнинг энг юқори даражасини ёки рентабелликнинг чегарасини белгилаб қўйиш.

2

- Ўз монопол мавқеини суистеъмол қилган монополистик бирлашмаларни бўлиб ташлаш ёки майдалаштириш.

## Монопол корхоналарни Давлат томонидан тартибга солиш усуллари



Монопол мавқеидаги корхоналар махсулотларига нархларнинг энг юкори даражасини ёки рентабелликнинг чегарасини белгилаб қўйиш.



Ўз монопол мавқеини сунистьёмол қилган монополистик бирлашмаларни бўлиб ташлаш ёки майдалаштириш.

**1992 йилда Ўзбекистонда монополияга қарши орган Молия вазирлигининг Монополияга қарши ва нарх сиёсати бош бошқармаси сифатида ташкил этилди.**

1996 йилда ушбу бошқарма негизда Молия вазирлиги ҳузуридаги Монополиядан чиқариш ва рақобатни ривожлантириш қўмитаси ташкил қилинди. 2000 йилда Республика Президентининг «Ўзбекистон Республикаси Монополиядан чиқариш ва рақобатни ривожлантириш давлат қўмитасини ташкил этиш тўғрисида»ги Фармонида асосан монополияга қарши орган Молия вазирлиги таркибидан чиқарилди ва мустақил давлат қўмитасига айлантирилди. Кейинчалик ЎзР Президентининг 2005 йил 30 апрелдаги Фармонида биноан у Монополиядан чиқариш, рақобатни ва тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш давлат қўмитасига айлантирилди. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2010 йил 26 февралдаги ПФ-4191 фармонида мувофиқ, ЎзР Хусусийлаштириш, Монополиядан чиқариш ва рақобатни ривожлантириш давлат қўмитаси қайта ташкил қилинди.

## 8-МАВЗУ. РАҚОБАТ БОЗОРИНИНГ ЖОЗИБАДОРЛИГИНИ ТАҲЛИЛ ҚИЛИШ ВА ТАЛАБНИ ЎРГАНИШ

### РЕЖА

- 1 • Рақобат бозорининг мутлақ ва жорий сиғимини аниқлаш
- 2 • Рақобат ва товарнинг рақобатбардошлиги ҳақида тушунча
- 3 • Товарнинг яшаш даври ва унинг босқичлари
- 4 • Талабни ўрганиш ва янги товар ишлаб чиқариш

### 8.3. Товарнинг яшаш даври ва унинг босқичлари

Фирмалар маҳсулотнинг ҳолатини аниқлашда унинг яшаш даврини тадқиқ этишга таянадилар. Маҳсулотнинг яшаш даври товарнинг бозорга кириб келишидан бошлаб, то унинг бозордан чиқиб кетишига қадар бўлган даврда амалга ошириладиган тадбирлардан иборат концепциядир. Биринчи марта товарнинг яшаш даври концепциясини 1965 йили Теодор Левитт томонидан эълон қилинган.

Товарнинг анъанавий яшаш даврида қуйидаги босқичлар ажралиб туради.

1. ишлаб чиқариш;

2. кириб келиш;

3. ўсиш;

4. етуклик;

5. тўйиниш;

6. инкироз (қасодлик).



#### 8.4. Талабни ўрганиш ва янги товар ишлаб чиқариш

Фирманинг самарали товар сиёсатини олиб бориши икки йирик муаммо билан боғлиқдир. Биринчидан, фирма мавжуд товар номенклатураси чегарасида яшаш даври босқичларини ҳисобга олган ҳолда ишни оқилона ташкил этишни ташкил этиши лозим, иккинчидан, янги товар ишлаб чиқаришни ўз вақтида амалга ошириш керак. Фирма доимо товар стратегиясини такомиллаштириб бориши зарур. Бу барқарор ассортимент тўзилишига, доимий сотувга ва фойдага эришишга имкон беради.

Товар стратегияси истиқбол учун ишлаб чиқарилади ва фирмада мавжуд товар миксини жалб етувчанлигини яхшилаш бўйича 3 та стратегик йўналишни ўз ичига олади:

1. Товар инновацияси

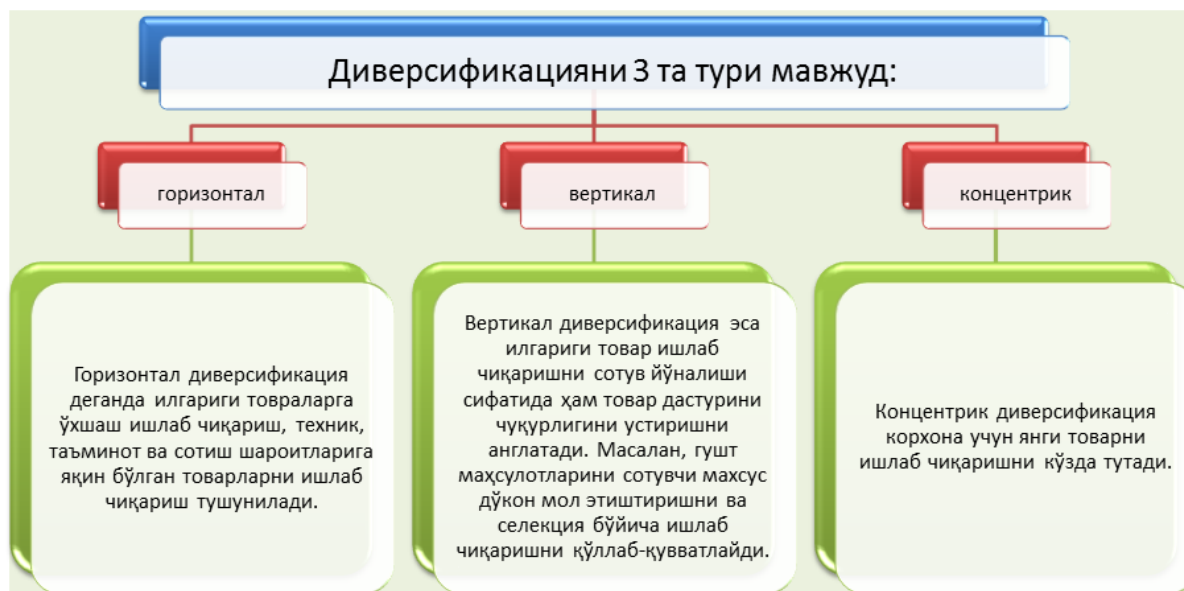
2. Товар вариацияси

3. Товар елиминацияси.

Мақсадли бозорни ўзлаштириш йўлларини қидиришда муқобил стратегияларни аниқлаш учун И.Ансофф томонидан 1966 йилда тақлиф этилган «товар-бозор» матрицаси ишлатилади.

Товарлар	Бозорлар	
	Жорий	Янги
Жорий	<p><u>Бозорга чуқурроқ кириб бориш стратегияси</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Сотишни жадаллаштириш</li> <li>• Янги хариддорларни қидириш</li> <li>• Рақобатчиларни синдириш</li> <li>• Товарни истеъмол соҳасини кенгайтириш</li> </ul>	<p><u>Бозорни ривожлантириш стратегияси</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Янги бозорлар</li> <li>• Янги сотиш ҳудудлари</li> <li>• Ҳалқаро бозорлар</li> <li>• Товарни ишлатилишини янги соҳаларини тузиш</li> </ul>
Янги	<p><u>Товарни ривожлантириш</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Уз кучи билан янги товар ишлаб чиқариш</li> <li>• Битимларни ривожлантириш</li> <li>• Лицензия</li> <li>• Махорат билан айирбошлаш</li> </ul>	<p><u>Диверсификация</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Горизонтал</li> <li>• Вертикал</li> <li>• Концентрик</li> </ul>

«Товар-бозор» матрицаси



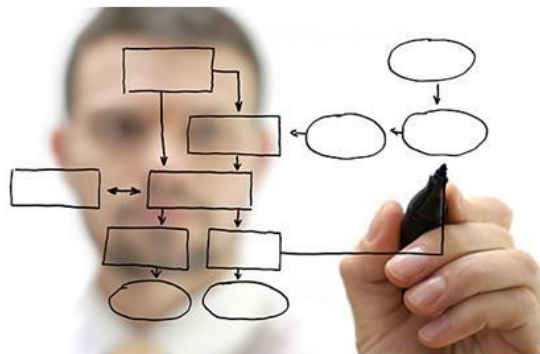
Товар диверсификацияси қуйидаги омиллар бўйича амалга оширилади:

- Товарни қўшимча имкониятлари
- Товардан фойдаланиш самарадорлиги
- Комфортлилик
- Ишончлилик
- Товар дизайни ва стили.

Янги товарларни ишлаб чиқиш ва қўллаш инновация сиёсатининг тамойил ва услубларига, хусусан, товар инновацияси жараёнига мос ҳолда амалга оширилади.

### Товар инновацияси жараёни 6 босқични ўз ичига олади:

- янги товар ҳақида ғояни қидириш
- ғояни танлаш
- янги товар ғоясини тижоратлашувини иқтисодий таҳлили
- товарни ишлаб чиқиш
- бозор шароитида уни тажрибадан ўтказиш
- товарни бозорга қўллаш



### Рақобат матрицаси (Портер).

Америкалик олим Портер 1975-1980 йилларда ўсиш суръатининг пасайиши ва саноатнинг кўпчилик тармоқларнинг стагнацияга учраш даврида рақобат стратегияси концепциясини ишлаб чиқди. Корхона диққат марказида нафақат харидорлар эҳтиёжини қондириш, балки бозордаги рақобат кучлари ҳам туради. Портер томонидан кўрсатилган рақобатни ҳаракатга келтирувчи бешта куч қуйидаги чизмада берилган.



М. Портернинг тадқиқотлари қуйидаги хулосаларга олиб келди: аввало катта бозор улушига эга бўлган йирик корхоналар, бир томондан ва, иккинчи томондан, кичик ихтисослаштирилган корхоналар талаб қилинадиган рентабеллик даражасига эришиш имкониятига эга бўлади. Демак, ўрта позиция хавfli, бозорда етакчилик қилишга эришиш қобилияти ёки маблағлари йўқ, барча корхоналарга ўз ишини белгиланган сегментда жамлаб, рақобатчиларга нисбатан афзалликларни барпо этиш тавсия этилади.

### Портер стратегиясининг афзалликлари:

1

• корxonанинг бошқа рақобатчилари кучли кураш натижасида зарар кўра бошласа, унча кам бўлмаган харажатлар билан ҳам корхона даромад олади;

2

• харажатдаги афзаллик самарадорлиги бўйича иккинчи сотувчининг қилган харажатларига нисбатан баҳони ортиқ тушира олмайдиган кучли харидорлардан ҳимоя қилади;

3

• кам харажатлар мол етказиб берувчиларга афзаллик яратади, баҳоларнинг кўтарилиши эса етакчига камроқ таъсир қилади;

4

• кам харажатлар бозорга киришда катта тўсиқларни ҳосил қилади;

5

• ўринбосар товарларнинг пайдо бўлиши етакчига рақобатчисига нисбатан харажатлар доирасида эркин ҳаракат қилишга имконият беради.