

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ

М.Т.ЯХШИЕВА

**ҲОЗИРГИ ЗАМОН
РАҚОБАТ НАЗАРИЯСИ**

ТОШКЕНТ – 2019

Яхшиева М.Т. Ҳозирги заман рақобат назарияси: Ўқув қўлланма. – Т.: ТДИУ, 2019. – 280 бет.

Ушбу ўқув қўлланма кадрлар тайёрлаш миллий дастури, Ўзбекистон Республикаси Давлат таълим стандарти ҳамда шу фан бўйича намунавий ва ишчи ўқув дастурлари асосида магистрантлар учун тайёрланган. Унда ҳозирги замон рақобат назариялари, Ўзбекистон иқтисодиётида рақобат муҳитини шакллантиришнинг стратегик мақсадлари ва жаҳон бозоридаги рақобат усулларида фойдаланиш механизмлари ўз аксини топган.

Ўқув қўлланмада рақобатга оид турли назариялар, концепциялар, стратегиялар ва моделларни таҳлил ва синтез қилиниб, улардан зарур ғоялар келтириб чиқарилган.

Ўқув қўлланмани тайёрлашда рақобат соҳасида Ўзбекистон республикаси Президенти асарларидан, маърузаларидан, янги қонунлар, фармонлар ва қарорлардан, иқтисодий ислохотларни амалга ошириш бўйича амалий ва статистик материаллардан фойдаланилган.

Шу билан бирга Кейнс, А.Смит, Ф.Перру, А.Маршалл, Дж.Кейнс, В.Леонтьев, Й.Шумпетер, П.Сраффа, М.Портер, Ф.Котлер каби таниқли иқтисодчи олимлар асарларидан ҳам кенг фойдаланилган.

Ушбу ўқув қўлланма янги педагогик ва инфорацион технологияларни ҳисобга олган ҳолда тайёрланган. Қўлланма биринчи навбатда магистрантлар учун мўлжалланган бўлиб, ундан мустақил изланувчилар, талабалар, малака ошириш институти тингловчилари ва миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини ошириш муаммолари билан қизиқувчилар фойдаланишлари мумкин.

Масъул муҳаррир: проф. Б.Ю. Ходиев

**Такризчилар: и.ф.д. проф. Т.Т. Жўраев
и.ф.н., доц. Р.А. Юсупов**

МУНДАРИЖА

КИРИШ.	6
1-МАВЗУ. РАҚОБАТ НАЗАРИЯСИ ЭВОЛЮЦИЯСИ	10
1.1. Рақобатнинг иқтисодий мазмуни ва шаклланишининг асосий тамойиллари	10
1.2. Рақобатнинг босқичлари ва вазифалари	13
1.3. Рақобат турлари ва усуллари	17
2-МАВЗУ. МУКАММАЛ ВА НОМУКАММАЛ РАҚОБАТ НАЗАРИЯЛАРИ	24
2.1. Мукаммал рақобат тушунчаси мазмуни. Мукаммал рақобатдаги бозор модели шартлари	24
2.2. Номукаммал рақобат турлари, амалга ошиш сабаблари	25
2.3. Монополияларнинг иқтисодий асоси ва уларнинг турлари	28
3-МАВЗУ. Рақобат кучлари назарияси	37
3.1. М. Портернинг рақобатнинг беш кучи назарияси	37
3.2. Корхона (фирмада) рақобат таҳлилида SWOT анализини қўллаш	41
3.3. Корхона (фирмада) рақобат таҳлилида “McKinsey 7S” таҳлил моделини қўллаш	46
4-МАВЗУ. РАҚОБАТБАРДОШЛИК ВА УНИНГ НАМОЁН БЎЛИШ ШАКЛЛАРИ	55
4.1. Рақобатбардошлик тушунчасининг иқтисодий мазмуни ва ўзига хос хусусиятлари	55
4.2. Рақобатбардошликни тавсифловчи муҳим кўрсаткичлар	58
4.3. Макроиқтисодий, мезоиқтисодий ва микроиқтисодий даражадаги рақобатбардошликни баҳолаш	61
5-МАВЗУ. МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ БАҲОЛАШГА НИСБАТАН УСЛУБИЙ ЁНДАШУВЛАР	64
5.1. Рақобатбардошлик даражалари	64
5.2. Товар рақобатбардошлигини баҳолаш босқичлари	69
5.3. Рақобатбардошликни шакллантириш ва ривожлантиришнинг М. Портер модели (миллий ромб)	72
6-МАВЗУ. МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ОШИРИШНИНГ ИЖТИМОЙ ОМИЛЛАРИ	77
6.1. Инсон капитали ривожланишининг назарий асослари	77
6.2. Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишда инсон тараққиёти концепциясининг роли	80

6.3. Таълим миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишнинг омилли сифатида.	85
7-МАВЗУ. РАҚОБАТБАРДОШЛИКНИ ОШИРИШДА НАРХ СИЁСАТИДАН ФОЙДАЛАНИШ ВА НАРХ ШАКЛЛАНИШИНИНГ БОШҚАРИШ УСУЛЛАРИ	91
7.1. Рақобатнинг турли кўринишлари шароитида рақобатбардошликни оширишда нарх омилидан фойдаланиш	91
7.2. Рақобатлик нархлар шаклланишида давлат нарх сиёсатининг ўрни	97
7.3. Нарх шаклланишининг макро ва микроиқтисодий шарт-шароитлари	101
7.4. Монопол бозорларида нарх шаклланишини бошқариш усуллари	105
8-МАВЗУ. РАҚОБАТ УСТУНЛИГИ ВА УНГА ЭРИШИШ КОНЦЕПЦИЯЛАРИ	108
8.1.“Барқарор стратегия, тузилма ва рақобатчилик” сифатида белгиланган рақобат жиҳатдан устунлигини шакллантиришнинг энг муҳим омили	108
8.2. Иқтисодиёт рақобатбардошлигини белгилаб берувчи омиллар таъсирига кўра босқичларга бўлиниши	110
8.3. Рақобат салоҳияти ва рақобатдошлик даражасининг умумий концепцияси	113
9-МАВЗУ. МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТНИНГ РАҚОБАТ УСТУНЛИКЛАРИНИ ШАКЛЛАНТИРИШНИНГ МЕТОДОЛОГИК АСОСЛАРИ	118
9.1. Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини давлат томонидан тартибга солиш сабаблари	118
9.2.Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлиги даражасини аниқлаш кўрсаткичлари	122
9.3.Кластерларни шакллантириш – иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини оширишнинг муҳим омили	127
10-МАВЗУ. РАҚОБАТНИНГ ИННОВАЦИЯЛАРНИ ТАТБИҚ ЭТИШ СТРАТЕГИЯСИ	135
10.1.Инновацион инвестицияларнинг миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишдаги роли	135
10.2.Иқтисодиётнинг реал сектори тармоқларида рақобат муҳитини шакллантиришнинг инновацион омиллари	143
10.3.Рақобатнинг кучайиши шароитида минтақаларни ривожлантиришнинг инвестициявий-инновацион стратегияси	152
11-МАВЗУ. РАҚОБАТНИНГ ДИФФЕРЕНЦИАЛЛАШ СТРАТЕГИЯСИ	156

11.1. Дифференциаллашнинг иқтисодий мазмуни ва хусусиятлари	156
11.2. Фирманинг бозордаги ҳукмронлигини ошиши	165
11.3. Товарни дифференциаллашда рақобат устунлигига эришиш манбалари	168
12-МАВЗУ. РАҚОБАТНИНГ БОЗОРНИ СЕГМЕНТЛАШ СТРАТЕГИЯСИ	173
12.1. Рақобатнинг бозор тахмонлари стратегияси, фаолиятни истеъмолчиларнинг алоҳида гуруҳига ихтисослашуви	173
12.2. Мақсадли бозор талабларини қондириш имкониятлари	175
12.3. Истеъмолчилар талабининг хилма-хиллиги	177
13-МАВЗУ. ЎЗБЕКИСТОНДА РАҚОБАТЧИЛИК МУҲИТИНИНГ ВУЖУДГА КЕЛИШИ ВА МОНОПОЛИЯГА ҚАРШИ ҚОНУНЧИЛИК	181
13.1. Рақобатчилик муҳитининг вужудга келиши ва уни сақлашда давлатнинг роли	181
13.2.. Республикамизда соғлом рақобат муҳитини яратишга оид Ўзбекистон Республикасининг махсус қонунлари	183
13.3. Ўзбекистон Республикаси Монополиядан чиқариш ва рақобатни ривожлантириш давлат қўмитасининг иқтисодиётни барқарор ривожланишидаги роли	186
14 -МАВЗУ. МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТДА РАҚОБАТ МУҲИТИНИ ШАКЛЛАНТИРИШНИНГ ИНСТИТУЦИОНАЛ АСОСЛАРИ	189
14.1. Иқтисодий институтлар миллий иқтисодиётда рақобат муҳитини шакллантириш сифатида	189
14.2. Кичик бизнесни ривожлантириш рақобат муҳитини шакллантиришнинг асоси сифатида	191
14.3. Ўзбекистонда рақобатбардош қимматли қоғозлар бозорини ривожлантириш муаммолари	193
15-МАВЗУ. РАҚОБАТНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ЗАМОНАВИЙ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ	196
15.1. Ўзбекистон иқтисодиёти рақобатбардошлигини оширишда модернизация жараёнларининг ўрни	196
15.2. Иқтисодиётдаги интеграция жараёнларининг мамлакат иқтисодиёти рақобатбардошлигига таъсири	198
15.3. Глобаллашув ва Ўзбекистоннинг жаҳон хўжалигига интеграциялашувининг боғлиқлиги	201
15.4. Иқтисодиётни эркинлаштиришнинг ҳозирги замон ёндашувлари	206
Глоссарий	216
Фойдаланилган адабиётлар рўйхати	221

КИРИШ

Рақобатбардошликка эришишнинг замонавий моделлари иқтисодий ривожлантиришнинг умумий тусга эга ва рақобат муҳитини шакллантириш хусусиятларидан иборат. Бу омиллар қуйидагилар: ишлаб чиқаришнинг сифат нуқтаи назаридан аҳволи ва унинг самарадорлиги; ходимларнинг илмий салоҳияти, малакаси, илмий-техник ютуқлари; асосий рақобатбардош тармоқларда турдош ва хизмат кўрсатувчи кичик тармоқлар аҳволи; талаб шартлари; корхона стратегияси ва таркиби.

Рақобат муҳитини шакллантириш учун маҳаллий маҳсулотларнинг ички бозорда ҳам, ташқи бозорда ҳам юқори рақобатбардошлигини таъминлаш муҳим аҳамиятга эга. Бугунги кунда ишлаб чиқарилган, қайта ишланган маҳсулотларни ички ва ташқи бозорлардаги улуши салмоғи сезиларли бўлса-да, уни янада ошириш имкони мавжуд. Бу эса ички бозорни тўйинтириш ва экспортга йўналтирилган маҳсулотлар рақобатбардошлигини оширишга эътибор қаратишни долзарб қилиб қўяди. Барқарор ривожланишга эришиш ва миллий иқтисодий рақобатбардошлигини ошириш илғор инновацион иқтисодийга эга бўлишни талаб этади. Бунга эришиш учун эса барча товар ишлаб чиқарувчилар учун ички бозорда тенг рақобат имкониятларини, яъни қулай макроиқтисодий муҳит яратиш, миллий ишлаб чиқарувчиларни ташқи бозорларда қўллаб-қувватлаш, иқтисодий тараққиётнинг бугунги босқичида давлат миллий манфаатлардан келиб чиқадиган ва жаҳондаги вазиятни ҳисобга оладиган узоқ муддатли рақобат сиёсатини ишлаб чиқиши лозим.

Қулай макроиқтисодий муҳит билан маҳсулотни рақобатбардошлиги ўртасида барқарор ўзаро боғлиқликнинг мавжудлиги замонавий иқтисодий назарияни асосий қоидаларига мос келади ва кўп сонли амалий тадқиқотлар томонидан исботланган. Мамлакат рақобатбардошлигининг муҳим кўрсаткичларидан бири – барқарор иқтисодий ўсиш ва макроиқтисодий мувозанатликни таъминланишидир.

2017 – 2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишлари бўйича Ҳаракатлар Стратегияси қабул қилинган

ўрта муддатли дастурлар асосида макроиқтисодий мувозанатни сақлаш, таркибий ва институционал ўзгартиришларни чуқурлаштириш ҳисобига ялпи ички маҳсулотнинг юқори ўсиш суръатларини таъминлаш устувор вазифа сифатида белгиланмоқда.

“2017–2021 йилларга мўлжалланган Ҳаракатлар Стратегиясида таркибий ўзгартиришларни чуқурлаштириш, етакчи тармоқларини модернизация ва диверсификация қилиш ҳисобига миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини оширишда минерал хом ашё ресурсларини чуқур қайта ишлаш бўйича умумий қиймати қарийб 40 млрд. долларга тенг бўлган 649 та инвестициявий лойиҳаларни амалга оширишни кўзда тутувчи тармоқ дастурларини ўз вақтида амалга ошириш белгиланмоқда”¹

Демак, ҳозирги кунда республикаимиз саноат корхоналарини технологик янгилаш билан бир қаторда, инновацион жараёнларни стратегик бошқариш, рақобат муҳитини шакллантиришни давом эттирилишини тақозо этмоқда. Бу эса, ҳозирги иқтисодиётнинг барча соҳаларида глобаллашув жараёнларининг жадаллашуви, мамлакатлар иқтисодиётининг интеграциялашуви ҳамда товарлар бозорида рақобатнинг кескинлашуви шароитида янада долзарб масалага айланмоқда. Замонавий ривожланиш ва унинг яқин келажакдаги истиқболининг ўзига хос хусусияти шундаки, инновацион жараёнларни стратегик бошқариш тобора зарурий воситага айланиб бормоқда. Бу тенденция иқтисодий ривожланган мамлакатларда ҳам, бозор ислохотлари яқинда амалга оширилаётган мамлакатларда ҳам кенг намоён бўлмоқда.

Ушбу вазифаларни амалга ошириш кўп жиҳатдан иқтисодиётда амал қилувчи эркин рақобат муҳитини яратилиши ва монополияга қарши сиёсатнинг такомиллашув даражасига ўзвий боғлиқдир. Бу эса, иқтисодиётда вужудга келадиган айрим номутаносибликларни ўз вақтида ва муваффақиятли бартараф этишда, ҳамда мамлакатда рақобат муҳитини

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли “2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги Фармони.

ривожлантишда тўсиқ бўла оладиган мавжуд муаммоларнинг аниқланиши ва ҳал қилинишини тақозо этади. Ҳозирги жадал иқтисодий ислохотлар даврида миллий хўжаликнинг самарали фаолият юритиши учун эркин рақобат муҳити ва монополияга қарши сиёсат орқали макроиқтисодий барқарорликни таъминлаш муҳим аҳамиятга эга.

Шу сабабли “Ҳозирги замон рақобат назарияси” фани бўйича ушбу ўқув қўлланма миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини ошириш ва эркин рақобат муҳитини яратиш негизини ташкил этувчи ҳозирги замон рақобат назариялари, Ўзбекистон иқтисодиётида рақобат муҳитини шакллантиришнинг стратегик мақсадлари ва жаҳон бозоридаги рақобат усулларидан фойдаланиш механизмларига бағишланган долзарб ўқув қўлланма ҳисобланади.

Ушбу ўқув қўлланмада рақобат ва монополия соҳасидаги жараёнларнинг фақатгина юзаки, кўриниб турган томонларигагина эмас, балки уларнинг ички моҳияти, зиддиятлари ва боғланишларига, бу жараёнларнинг сабаб ва оқибатларига алоҳида эътибор берилди. Ушбу ўқув қўлланмада Ўзбекистонда бозор иқтисодиётига ўтиш даврида рақобат ва монополия муносабатлари соҳасидаги муаммолар, айниқса, Президентимиз асарларида, маъруза ва нутқларида, қабул қилинган қонунлар ва қарорларда баён этилган тамойиллар, хусусиятлар ҳам қамраб олинди ҳамда назарияни амалиётга яқинлаштириш мақсадида рақобат ва монополия муносабатлари соҳасининг кўпгина умумий қонун-қоидалари бевосита Ўзбекистон ҳаёти мисолида ёритилди.

Асосий иқтисодий тушунчаларни соддароқ қилиб, оддий тилда, мисоллар, жадваллар, графиклар асосида тушунтиришга ҳаракат қилинди.

Ушбу ўқув қўлланма янги стандарт талаблари бўйича тўзилган дастур асосида ёзилди. Ўқув қўлланмада дастурдаги асосий ва зарурий мавзулар қамраб олинган. Лекин ҳажм чекланган бўлганлиги учун кўпгина материаллар иложи борича қисқартириб берилди. Шунинг учун ўқув қўлланмада камчилик ва мунозарали жиҳатлар ҳам бўлиши мумкин.

“Ҳозирги замон рақобат назарияси” бўйича мазкур ўқув қўлланма янги педагогик ва инфор­мацион технологияларни ҳисобга олган ҳолда тайёрланган. Қўлланма биринчи навбатда магистрантлар учун мўлжалланган бўлиб, ундан мустақил изланувчилар, талабалар, малака ошириш институти тингловчилари ва миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини ошириш муаммолари билан қизиқувчилар фойдаланишлари мумкин.

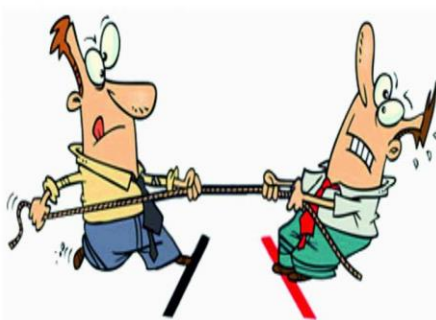
Муаллифлар ўқув қўллан­манинг тузилиш, мазмуни, муаммоларнинг баён қилиниш тартиби ва услуби бўйича билдирилган ҳар қандай таклиф-мулоҳазаларни миннатдорчилик билан қабул қилади ва кейинги ўқув қўлланма, дарсликлар тайёрлашда ҳисобга олади.

1-МАВЗУ. РАҚОБАТ НАЗАРИЯСИ ЭВОЛЮЦИЯСИ

1.1. РАҚОБАТНИНГ ИҚТИСОДИЙ МАЗМУНИ ВА ШАКЛЛАНИШИНИНГ АСОСИЙ ТАМОЙИЛЛАРИ

Рақобат – иқтисодий категория сифатида бозор иқтисодиётининг ва умуман товар хўжалигининг энг муҳим белгиси, уни ривожлантириш воситаси, бозор механизмининг асосий таркибий қисмларидан бири ҳисобланади. Бозор иқтисодиёти ўзининг етуклик даражаси ва ривожланиш хусусиятларидан қатъи назар, рақобатнинг мавжуд бўлишини тақозо этади. Шу билан бирга, бозор иқтисодиёти ривожланиб бориши билан рақобатчилик муносабатлари ҳам такомиллашиб, ўз шаклларини ўзгартириб боради.

Рақобат тушунчаси шу қадар серқирраки, уни қандайдир ягона умумий таъриф билан қамраб олиш мумкин эмас. «Рақобат» тушунчасини



аниқлаштиришнинг баъзи бир нуқтаи назарларига тўхталиб ўтиш мақсадга мувофиқ ҳисобланади.

Рақобат тушунчаси турли изоҳли луғат ва маълумотномаларда турлича таърифланади.

Жумладан, «Язык бизнеса» номли луғатда:

«Рақобат (лотинча *concurrere* – тўқнашув; инглизча

competition, rivalry) – бозорда иштирок этаётган корхоналар ўртасидаги ўз маҳсулотларини сотишнинг энг қулай имкониятларини таъминлаш, харидорларнинг турли-туман эҳтиёжларини қондириш мақсадидаги ўзаро таъсир, ўзаро алоқа ва кураш иқтисодий жараёнидир. Рақобат ва монополия диалектик бирликни ташкил этиб, доимо бозорда бир-бирларига қарама-қарши турадилар»², деб ифодаланган. Бундан кўринадики, рақобатни нафақат кураш, балки ўзаро таъсир ва алоқа жараёни сифатида ҳам талқин этилган.

Рақобат кураши ва уни ҳаракатлантирувчи кучлар, монополияга қарши бошқарув механизмлари ҳақида дастлабки тўлақонли назарий қоидалар фақат XVIII асрнинг ўрталарига келиб пайдо бўлган. Бунда классик сиёсий

² Язык бизнеса. Термины. Под ред. В.А.Чжена. Т.: ИПК «Шарк», 1995, с.216.

иктисод вақиллари саналган А. Смит ва Д. Рикардонинг хизматлари каттадир. Кейинги даврларда Ф. Перру, А. Маршалл, Дж.Кейнс, В. Леонтьев, Й. Шумпетер, П. Сраффа, М. Портер, Ф. Котлер ва бошқаларнинг меҳнатлари туфайли рақобат назарияси янада ривож топди. Рақобат моҳиятига тўхталар эканмиз, уни асосан уч хил ёндашувга бўлиш мумкин. Жумладан, хулқ-атвор ёндашуви, структурали ёндашув ва функционал ёндашув.

Рақобатнинг хулқ-атвор ёндашувига А.Смитнинг қарашларини киритиш мумкин. У рақобатни бозор субъектлари ўртасида товарлар харид қилиш ва сотиш борасида қулайроқ шароитлар учун олиб бориладиган, тўғри, ҳалол, тил бириктиришларсиз кураш, мусобақа билан боғлаган. У рақобат курашининг асосий усули деб нарх ўзгаришларини билган. Бунда у жамоа иродаси (ихтиёри) билан бошқарилмайдиган, умумий мўлжалларга эга бўлмаган бозорда қатъий хулқ-атвор қоидаларига амал қилишини қайд этган. Демак, рақобат – бозор қатнашчилари фаолиятини мувофиқлаштирувчи айнан ўша «кўринмас кўл»дир.

Ф. Перру рақобатни доимий таҳдидли ҳаракат сифатида тушунтиради. Инсон ўз манфаатини кўзлаб қимматроқ сотиб, арзон харид қилишга интилади. Шунинг учун рақобат билан доимий тўқнашишга тўғри келади.

Структурали ёндашувда асосий эътибор рақобатчиларнинг ўзаро курашидан бозор структураси, унда ҳукмронлик қилувчи шарт-шароитлар таҳлилига кўчиб ўтади. Масалан, К.Р. Макконнелл ва С.Л. Брюнинг асарларида айтиб ўтилишича, рақобат бозорда кўп сонли мустақил харидор ва сотувчилар мавжудлиги, харидор ва сотувчилар учун бозорга эркин кириш ва ундан чиқиш имкониятидир.

Рақобат моҳиятини аниқлашга учинчи ёндашувни функционал ёндашув сифатида тавсифлаш мумкин. У рақобатнинг иктисодиётда ўйнайдиган ролини кўриб чиқади. Хусусан, Й. Шумпетер иктисодий ривожланиш назарияси доирасида рақобатни эҳкиликнинг янгилик билан рақиблик кураши сифатида таърифлаган. Янгиликлар киритиш бозор томонидан шубҳа билан қабул қилинади, бироқ агар новатор уларни амалга оширишнинг уддасидан чиқса,

рақобат механизми эскирган технологиялардан фойдаланувчи корхоналарни бозордан сиқиб чиқаради.

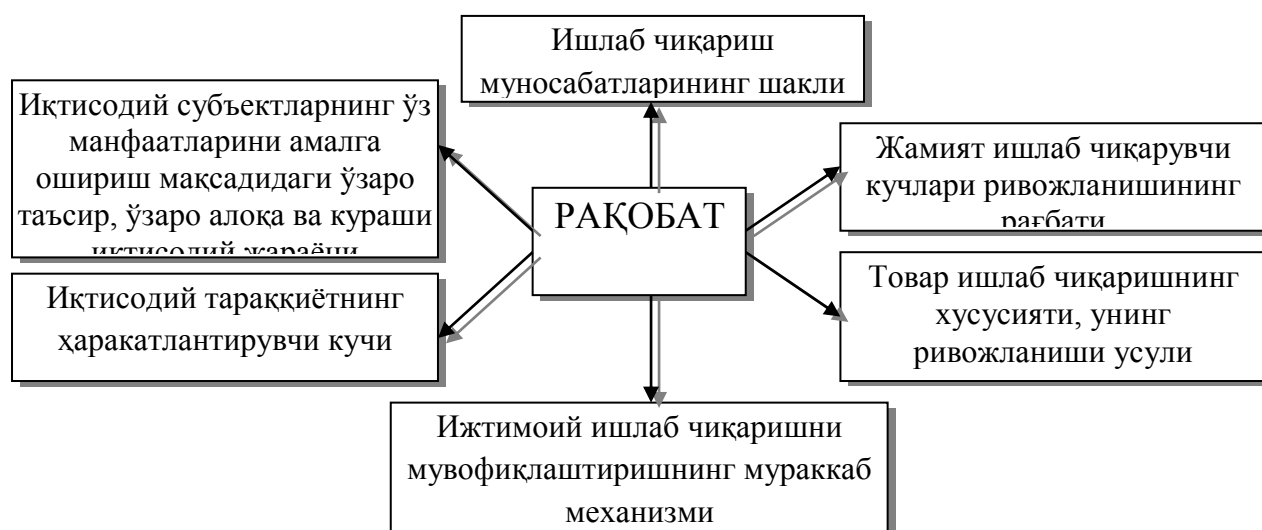
Бугунги кунда рақобат тушунчасининг кўплаб таърифлари мавжуд. Жумладан, Ш. Шодмонов, У. Фафуровлар томонидан тайёрланган «Иқтисодиёт назарияси» дарслигида рақобатга берилган таърифда асосан икки жиҳат: 1) унинг иқтисодий манфаатлар тўқнашувидан иборат эканлиги; 2) юқори фойда ва нафликка эга бўлиш учун кураш илгари сурилади, яъни:

Рақобат – бозор субъектлари иқтисодий манфаатларининг тўқнашишидан иборат бўлиб, улар ўртасидаги юқори фойда ва кўпроқ нафлиликка эга бўлиш учун курашни англатади.

Бунда ишлаб чиқарувчилар ўртасида сарфланган харажатларининг ҳар бир бирлиги эвазига кўпроқ фойда олиш учун кураш боради. Мана шу фойда орқасидан қувиш натижасида товарларни сотиш доиралари, яъни қулай бозорлар учун, арзон хом ашё, энергия ва арзон ишчи кучи манбалари учун улар орасида кураш боради.³

Умумий тарзда, рақобатнинг моҳиятини очиб беришда муҳим аҳамият касб этувчи жиҳатларни қуйидаги чизма ёрдамида тасвирлаш мумкин . (1.1.-расм).

Рақобатнинг моҳиятини белгилаб берувчи асосий жиҳатлар



1.1 - расм.

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.

³ Шодмонов Ш.Ш., Фафуров У.В. Иқтисодиёт назарияси. – Т.: «Молия», 2005, 159-б.

Таниқли америкалик олим М.Е.Портернинг тадқиқотларига кўра, алоҳида бозордаги рақобатнинг ҳолатини бешта рақобат кучи орқали тавсифлаш мумкин:

1. Рақобатлашувчи сотувчилар ўртасидаги беллашув (хар бир фирма рақобат афзалликларидан фойда олиш ва қулай мавқега эга бўлиш учун ўзининг шахсий рақобат стратегиясига амал қилади).

2. Бир-бирини ўрнини босувчи ва нарх нуқтаи назаридан рақобатбардош бўлган товарлар ўртасидаги рақобат (ўрнини босувчи товарлар томонидан юзага келган хавф туфайли вужудга келган рақобат кучлари).

3. Янги рақобатчиларнинг пайдо бўлиш хавфи (янги рақобатчилар пайдо бўлиши хавфи туфайли вужудга келган рақобат кучлари).

4. Мол етказиб берувчиларнинг иқтисодий имкониятлари ва савдо қобилиятлари (мол етказиб берувчиларнинг имкониятлари ва савдо қобилиятлари туфайли вужудга келган рақобат кучлари).

5. Харидорларнинг иқтисодий имкониятлари ва савдо қобилиятлари (харидорларнинг иқтисодий имкониятлари ва савдо қобилиятлари туфайли вужудга келган рақобат кучлари).⁴

Шундай қилиб, рақобат кўп қиррали иқтисодий ҳодиса бўлиб, у бозорнинг барча субъектлари ўртасидаги мураккаб муносабатларни ифодалайди ва бозор субъектлари иқтисодий манфаатларининг тўқнашувидан иборат бўлиб, улар ўртасидаги юқори фойда ва кўпроқ нафлиликка эга бўлиш учун курашни англатади.

1.2. РАҚОБАТНИНГ БОСҚИЧЛАРИ ВА ВАЗИФАЛАРИ

Бозор иқтисодиётининг илк белгилари пайдо бўлиши билан унга хос рақобат ҳам юзага келади. Иқтисодиёт ривожига мос ҳолда рақобатчилик муносабатлари ҳам такомиллашиб боради. Бозор рақобати тарихан 4 босқичдан ўтади.

⁴ Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран. М.: /пер. с англ. – Международные отношения, 1993, с.224.

Биринчи босқич – бу натурал хўжалиқдан бозор иқтисодиётининг дастлабки шакллариға ўтиш бўлиб, бу даврда рақобат майда товар ишлаб чиқарувчилар уртасида боради. Бу босқичда рақобат маҳаллий бозорлар доирасида борасида, у бир турдаги товар ишлаб чиқарувчилар уртасида бўлади. Рақобатда ғолиб чиқиш воситаси тажриба тўплаб, меҳнат маҳоратини ошириш ҳисобланади.

Иккинчи босқич – бу капиталистик эркин рақобат босқичидир. Бу босқич товар хўжфлигининг оммавий тус олиши билан, майда товар ишлаб чиқариш урнига йирик машиналар тизимиға ва ёлланган меҳнатға таянган товар ишлаб чиқаришнинг келиши билан характерланади. Рақобатни чеклашлар бўлмайди, у эркин курашға айланади, бу кураш маҳаллий бозорлар доирасидан чиқиб, миллий бозор микёсида юз беради. Рақобат шиддатли боради, унинг иштирокчилари кўпчиликдан иборат бўлади. Рақобатда ғолиб чиқишнинг шарти янги техникани жорий этиб, меҳнат унумдорлигини ўстириш, янги товарларни ишлаб чиқариш бўлади.

Учинчи босқич – бу монопол рақобат босқичи бўлиб, у якка ҳокимликка интилувчи йирик корхоналарнинг курашидир. Рақобат иқтисоднинг монополлашган ва монополлашмаган соҳаларида алоҳида боради, аммо бу соҳалар ўртасида ҳам кураш кетади. Рақобатда енгиб чиқиш шартлари иккинчи босқичдагидек бўлади, аммо ўзаро курашда бозорни эгаллаб олиш, сиёсий ҳокимиятдан фойдаланиш кабилар кенг қўлланади. бу босқичда монопол рақобат етакчи бўлса-да, эркин рақобат йўқолиб кетмайди, у иккинчи каторға сурилади. Иқтисодиётда монопол рақобат соҳаси ва эркин рақобат соҳалариға ажралиш бўлади.

Тўртинчи босқич – янгича эркин рақобат босқичи бўлиб, у аралаш иқтисодиётға хосдир. Бу босқичда рақобатчилар ғоят кўпчилик бўлиб, улар йирик корпорациялар, ўртача, майда ва ўта майда корхоналардан иборат бўлади. Рақобат доираси кенгайиб, у ишлаб чиқаришдан ташқари, хизмат кўрсатиш соҳасида ҳам фаоллашади, у молия бозорига шиддат билан кириб боради, хатто саёҳат бизнеси, шоу (томоша) бизнес, спорт бизнеси, ҳарбий

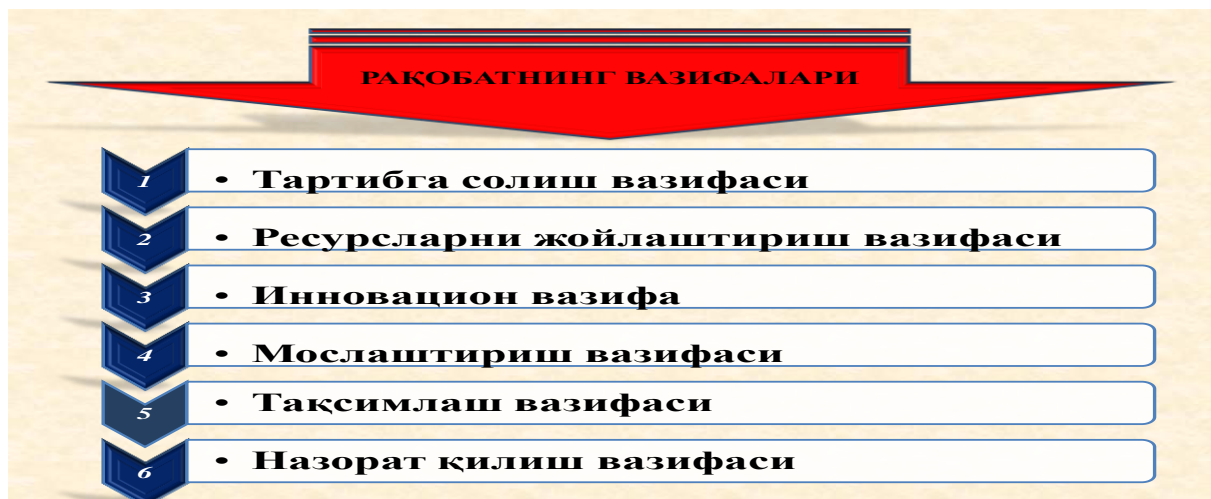
бизнес кабиларни ҳам ўз дамига тортади. Рақобатлашув байналмилаллашиб, халқаро бозор доирасида ҳам юз беради. Энг янги техника-технологияни қўллаш, бошқаришни компьютерлаштириш, товар таркибини зудлик билан янгилаш, энг малакали иш кучига эга бўлиш, информациядан фойдаланиш ва, ниҳоят, замонавий маркетинг хизматини уюштириш рақобатда энгб чиқиш шартига айланади.

Рақобатни унинг характерига қараб ҳам баҳолаш мумкин. Кайси босқичда юз беришдан катъи назар, рақобат 2 типда бўлади, яъни у тартибсиз ёввойи рақобатдан ва қонун-қоидалар билан тартибга солинувчи цивилизациялашган рақобатдан иборат бўлади. Турли босқичларда ҳар иккала рақобат типининг нисбати ҳар хил бўлади. Цивилизациялашган рақобат аралаш иқтисодиётга хос бўлади, аммо у бирдан эмас, балки секин-аста рақобатнинг асосий типига айланади. Бу бозор муносабатининг ривожланишидан келиб чиқади. Аралаш иқтисодиёт бозор ва нобозор муносабатининг яхлитлиги бўлганидан бу ерда рақобат билан биргаликда партнёрлик алоқалари ҳам амал қилади.

Рақобат иштирокчиларининг социал-иқтисодий мақоми бир хил эмас, шу сабабдан, уларнинг бевосита мақсади ҳам фаркланади. Тадбиркорнинг мақсади кўпроқ фойда кўриш, ишчиники яхши иш ҳақи олиш, ер эгасиники эмас, балки жамоанинг биргаликдаги манфаатини ҳам кўзлайди. Айрим кишининг манфаати бир томондан алоҳидалашган, иккинчи томондан жамоа манфаатига бирлашган, шу орқали юзага чиқади. Ишловчилардан ҳар бири яхши иш жойи учун курашади, улар жамоа доирасида эса унинг манфаати йўлида ва биргаликда бошқа жамоалар билан рақобатлашади. Рақобат хўжаликнинг ҳамма соҳасида боради, унда иқтисодий фаол кишилар катнашади. Бозор хўжфлигидаги рақобат ким бўлишидан катъи назар, яхши ишлаганларнинг ютиб чиқишини билдиради. Шу жихатдан у бозор иқтисодиётини ҳаракатлантирувчи кучи ҳисобланади, иқтисодий ресурсларни тежамли ишлатишга, товар ва хизматларни кўплаб ва сифатли ишлаб чиқаришга ундайди. У хўжалик юритишнинг энг самарали

усулларини юзага келтиради, иқтисодий алоқаларнинг энг маъқулини топишга мажбур қилади.

Рақобатнинг мазмуни унинг вазифаларини кўриб чиқиш орқали янада кенгрок намоён бўлади. Ҳозирги бозор иқтисодиётида рақобатнинг қуйидаги асосий вазифаларини ажратиш кўрсатиш мумкин: (2.1-расм)



2.1-расм.

Рақобатнинг вазифалари.

Рақобатнинг **тартибга солиш вазифаси** ишлаб чиқаришни талаб (истеъмол)га мувофиқлаштириш мақсадида таклифга таъсир ўтказишдан иборат. Айнан шу вазифа ёрдамида иқтисодиётда таклифнинг талаб орқали, ишлаб чиқариш таркиби ва ҳажмининг яқка тартибдаги ва ижтимоий эҳтиёжлар орқали белгиланишига эришилади, яъни иқтисодиёт бозор қонунлари асосида тартибга солинади.

Рақобатнинг **ресурсларни жойлаштириш вазифаси** ишлаб чиқариш омилларини улар энг кўп самара берадиган корхона, худуд ва минтақаларга оқилона жойлаштириш имконини беради.

Рақобатнинг **инновацион вазифаси** фан-техника тараққиёти ютуқларига асосланувчи ҳамда бозор иқтисодиёти субъектларининг ривожланишини тақозо этувчи турли кўринишдаги янгиликларнинг жорий этилишини англади.

Рақобатнинг **мослаштириш вазифаси** корхона (фирма)ларнинг ички ва ташқи муҳит шароитларига рационал тарзда мослашишига йўналтирилган

бўлиб, уларнинг шунчаки ўзини-ўзи сақлаб, иқтисодий жиҳатдан яшаб қолишидан хўжалик фаолияти соҳаларининг экспансияси (кенгайиши)га ўтишини билдиради.

Рақобатнинг **тақсимлаш вазифаси** ишлаб чиқарилган неъматлар ялпи ҳажми (ялпи ички маҳсулот)нинг истеъмолчилар ўртасида тақсимланишига бевосита ва билвосита таъсир ўтказди.

Нихоят, рақобатнинг **назорат қилиш вазифаси** бозордаги баъзи иштирокчиларнинг бошқа бир иштирокчилар устидан монополистик ҳукмронлик ўрнатишига йўл қўймасликка йўналтирилади.

1.3. РАҚОБАТ ТУРЛАРИ ВА УСУЛЛАРИ

Рақобат курашининг мазмуни тўғрисида тўлароқ тушунчага эга бўлиш учун унинг асосий шакллари ва белгиларини кўриб чиқиш зарур. **Ўз миқёсига кўра** рақобат икки турга – тармоқ ичидаги ва тармоқлараро рақобатга бўлинади.

Тармоқ ичидаги рақобат товар ишлаб чиқариш ва сотишнинг қулайроқ шароитига эга бўлиш, қўшимча фойда олиш учун бир тармоқ корхоналари ўртасида боради. Ҳар бир тармоқдаги мавжуд корхоналарнинг техника билан таъминланиш ва меҳнат унумдорлиги даражалари турлича бўлганлиги сабабли, ушбу корхоналарда ишлаб чиқарилган товарларнинг индивидуал (алоҳида) қиймати бир хил бўлмайди.

Тармоқ ичидаги рақобат товарларнинг ижтимоий қийматини, бошқача айтганда, бозор қийматини аниқлайди ва белгилайди. Бу қиймат, одатда, ўртача шароитда ишлаб чиқарилган ва муайян тармоқ товарларининг аҳамиятли қисмини ташкил этадиган товарларнинг қийматига мос келади.

Тармоқ ичидаги рақобат натижасида техника даражаси ва меҳнат унумдорлиги юқори бўлган корхоналар қўшимча фойда оладилар ва аксинча, техника жиҳатдан ночор корхоналар эса ишлаб чиқарилган товар қийматининг бир қисмини йўқотадилар ва зарар кўрадилар.

Тармоқлараро рақобат турли тармоқлар корхоналари ўртасида энг юқори фойда нормаси олиш учун олиб бориладиган курашдан иборат. Бундай рақобат капиталларнинг фойда нормаси кам бўлган тармоқлардан фойда нормаси юқори тармоқларга оқиб ўтишига сабаб бўлади. Янги капиталлар кўпроқ фойда келтирувчи соҳаларга интилиб, ишлаб чиқаришнинг кенгайишига, таклиф кўпайишига олиб келади. Шу асосда, нархлар пасая бошлайди. Шунингдек, фойда нормаси ҳам пасаяди. Кам фойда келтирувчи тармоқлардан капиталнинг чиқиб кетиши тескари натижага олиб келади: бу ерда ишлаб чиқариш ҳажми ўзгаради, товарларга бўлган талаб улар таклиф қилишидан ошиб кетади, бунинг оқибатида нархлар кўтарилади, шу билан бирга, фойда нормаси ошади. Натижада тармоқлараро рақобат объектив равишда қандайдир динамик мувозанатни келтириб чиқаради. Бу мувозанат капитал қаерга сарфланганлигидан қатъи назар, тенг капитал учун тенг фойда олинишига интилишни таъминлайди. Демак, тармоқлараро рақобат капитал қайси тармоққа киритилмасин, худди шу тармоқ фойда нормаларини ўртача фойда нормасига «бараварлаштиради».

Иқтисодий адабиётларда **бир тармоқ ичидаги рақобатнинг** тўртта шакли алоҳида ажратиб кўрсатилади. Булар соф рақобат, соф монополия, монополистик рақобат ва олигополиядир.

Соф рақобат шароитида бир хил маҳсулот ишлаб чиқарувчи тармоқда жуда кўп сонли корхоналар мавжуд бўлади. Юқори даражада ташкил қилинган бозорда кўплаб сотувчилар ўзларининг маҳсулотларини таклиф қиладилар. Айни пайтда, ушбу маҳсулот харидор ва истеъмолчиларининг сони ҳам жуда кўп бўлади. Соф рақобатли бозорда алоҳида корхоналар маҳсулот нархи устидан назорат ўрната олмайди ёки назорат сезиларсиз даражада бўлади. Чунки ҳар бир корхонада умумий ишлаб чиқариш ҳажми унча катта бўлмайди. Шу сабабли алоҳида корхонада ишлаб чиқаришнинг кўпайиши ёки камайиши умумий таклифга, демак, маҳсулот нархига сезиларли таъсир кўрсатмайди. Соф рақобат шароитида янги корхоналар тармоққа эркин кириши, тармоқда мавжуд бўлган корхоналар эса уни эркин

ташлаб чиқиши мумкин. Хусусан, янги корхоналарнинг пайдо бўлиши ва уларнинг рақобатли бозорда маҳсулотларини сотишга ҳуқуқий, технологик, молиявий ва бошқа жиддий иқтисодий тўсиқлар бўлмайди.

Соф монополияда тармоқ битта фирмадан иборат бўлганлиги сабабли, у мавжуд маҳсулот (хизмат)нинг ягона ишлаб чиқарувчиси ҳисобланади ва яккахукмронлик шаклланади. Монополия шароитида фирма нарх устидан сезиларли назоратни амалга оширади. Бунинг сабаби оддий бўлиб, у маҳсулот (хизмат)нинг ягона ишлаб чиқарувчиси ҳисобланади ва демак, таклифнинг умумий ҳажми устидан назорат қилади.

Монополистик рақобат ўз ичига ҳам монополия, ҳам рақобат унсурларини олади. Бунда тармоқдаги бир турдаги маҳсулотнинг ўнлаб ишлаб чиқарувчилари бир-бирлари билан қулай нарх ҳамда ишлаб чиқариш ҳажмига эришиш борасида рақобатлашадилар. Бироқ, айти пайтда, ҳар бир ишлаб чиқарувчи ўз маҳсулотини табақалаштириш, яъни шу турдаги бошқа маҳсулотлардан қайси бир жиҳати (сифат даражаси, шакли, қадоқланиши, сотиш шароитлари ва ҳ.к.) бўйича фарқлантириш орқали унинг монопол ишлаб чиқарувчисига айланади.

Олигополия – тармоқда у қадар кўп бўлмаган корхоналарнинг мавжуд бўлиши ва ҳукмронлик қилишидир. Бу олигополиянинг энг муҳим белгиси бўлиб, қайси товарлар ва хизматлар бозорида нисбатан кам сонли ишлаб чиқарувчилар ҳукмронлик қилса, шу тармоқ олигополистик тармоқ ҳисобланади.

Олигополистик тармоқ бир хил ёки табақалашган маҳсулот ишлаб чиқариши мумкин. Кўпчилик саноат маҳсулотлари – пўлат, мис, алюминий, кўрғошин, темир ва шу кабилар физик маънода бир турдаги маҳсулотлар ҳисобланади ва олигополия шароитида ишлаб чиқарилади. Истеъмол товарлари – автомобиллар, кир ювиш воситалари, сигаретлар, маиший электр буюмлари ва шу кабиларни ишлаб чиқарувчи тармоқлар табақалашган олигополия ҳисобланади.

Олигополия шароитида корхоналар ўртасидаги рақобат ўзаро боғлиқ бўлади. Олигополистик тармоқда ҳеч қайси фирма ўзининг нарх сиёсатини мустақил ўзгартиришга ботина олмайди.

Биз қараб чиққан рақобатнинг тўртта шаклининг ҳар бири миллий иқтисодиётда алоҳида-алоҳида, яъни соф ҳолда учрамайди. Иқтисодиёт соҳаларини батафсил ўрганиш, чексиз кўп ҳар хил рақобатли вазиятлар мавжудлиги шароитида, иккита бир хил тармоқни топиш қийинлигини кўрсатади. Ҳозирда турли даражадаги монополистик тузилмалар ривожланиб бориши билан улар ўртасидаги рақобатнинг шакллари ҳам турли кўринишларда намоён бўлиб бормоқда. Жумладан, **турли монополлашув даражасидаги тузилмалар ўртасида мавжуд бўлишига кўра** қуйидаги рақобат турларини ажратиш кўрсатиш мумкин:

- 1) монополлашмаган корхоналар ўртасидаги рақобат;
- 2) монополиялар ҳамда монополистик бирлашмаларга кирмаган ишлаб чиқарувчилар ўртасидаги рақобат;
- 3) турли монополиялар ўртасидаги рақобат;
- 4) монополистик бирлашмалар ичидаги рақобат.

Шунингдек, иқтисодий адабиётларда **фирром ва ҳалол рақобатлашув** усуллари ҳам ажратиш кўрсатилади. **Рақобатлашувнинг ноанъанавий, жамият томонидан эътироф этилмаган, ижтимоий ахлоқ қоидалари доирасидан четга чиқувчи, ноиқтисодий (яъни, жисмоний куч ишлатиш, мажбурлаш, рақибларнинг обрўсига путур етказиш ва ҳ.к.) усулларидан фойдаланиш фирром рақобат деб юритилади.** Фирром рақобат орқали фирмалар ўз рақибларининг тармоққа кириб келишини тажовузкорона ва шафқатсиз бартараф қилиши мумкин. Банкларни, моддий ресурс таъминотчиларини кредит ва материаллар етказиб беришдан воз кечишга мажбурлаш, етакчи мутахассисларни оғдириб олиш, нархни кескин пасайтириш фирром рақобатнинг оддий усуллари дир.

Ҳалол рақобат – рақобат курашида жамият томонидан тан олинган иқтисодий усуллари кўллаш, ўзининг мақсад ва манфаатларига

эришишда умумжамият манфаатларига зид келувчи ҳолатларни қўлламаслик каби қоидаларга асосланади. Шу ўринда ҳалол рақобатнинг қуйидаги белгиларини ҳам кўрсатиб ўтиш мақсадга мувофиқ ҳисобланади:

- қалбаки беллашув, мажбурий сафарбарликни тан олмайди;
- боқимандалик, бепарқлик, юзакичилик, кўзбўямачилик каби салбий ҳолатларга барҳам беради;
- қариндош-уруғчиликни, ошна-оғайнигарчиликни, таниш-билишликни, маъмурий-буйруқбозликни тан олмайди⁵.

Рақобат курашининг икки усули фарқланади: нарх воситасидаги рақобат ва нархсиз рақобат.

Нарх воситасида рақобатлашувда курашнинг асосий усули бўлиб ишлаб чиқарувчиларнинг ўз товарлари нархини бошқа ишлаб чиқарувчиларнинг шундай маҳсулотлари нархига нисбатан пасайтириши ҳисобланади. Унинг асосий ва энг кўп қўлланиладиган кўриниши – «нархлар жанги» деб аталадики, бунда йирик ишлаб чиқарувчилар рақибларини тармоқдан сиқиб чиқариш учун нархни вақти-вақти билан ёки узоқ муддат пасайтириб туради. Бу усулни қўллаш учун ишлаб чиқарувчи бошқа рақибларига қараганда унумлироқ технологияни киритиши, малакалироқ ишчиларни ёллаши ва ишлаб чиқаришни яхшироқ ташкил қилиши керак бўлади. Фақат шундагина унинг товарининг индивидуал қиймати бозор қийматидан паст бўлиб, мазкур товар нархини пасайтириш имконини беради.

Нарх воситасида рақобатлашиш усулларида бири – **демпинг нархларни қўллашдир.** Бунда миллий ишлаб чиқарувчилар ўзларининг товарларини бошқа мамлакатларга ички бозордаги нархлардан, айрим ҳолларда таннархидан ҳам паст бўлган нархларда сотади. Шу орқали улар ички бозорда нархларнинг барқарорлигига эришиш мамлакатдаги ортиқча маҳсулотни йўқотиш, янги бозорларга кириб олиш ва унда ўзларининг иқтисодий мавқеини мустаҳкамлашга ҳаракат қилади.

⁵ Абдуллаев Ё. Бозор иқтисодиёти асослари: 100 савол ва жавоб. – Т.: «Мехнат», 1997, 58-59-б.

Айрим ҳолларда нарх ёрдамида рақобатлашишнинг белгиланган нархлардан чегирма қилиш, асосий харид қилинган товарларга бошқа товарларини қўшиб бериш, муайян ҳолларда имтиёзли нархларни белгилаш каби усулларида ҳам фойдаланилади.

Ҳозирги даврда бозор иқтисодиёти ривожланган мамлакатларда нарх ёрдамида рақобат қилиш ўз ўрнига эга эмас, чунки ишлаб чиқарувчилардан бирининг ўз маҳсулоти нархини пасайтириши унинг рақобатчиларининг ҳам шундай ҳаракат қилишига олиб келади. Натижада фирмаларнинг бозордаги мавқеи ўзгармай, фақат тармоқ бўйича фойда ҳажмини камайтиради.

Нархсиз рақобат шу билан тавсифланадики, бунда рақобат курашининг асосий омили товарларнинг нархи эмас, балки унинг сифати, сервис хизмат кўрсатиш, ишлаб чиқарувчи фирманинг обрў-эътибори ҳисобланади.

Нархсиз рақобат билан бир вақтда **яширин нарх ёрдамидаги рақобат** ҳам бўлиши мумкин. Бундай ҳолатда янги товарлар сифатининг ошиши ва истеъмол хусусиятларининг яхшиланиши улар нархларининг ошишига қараганда тез рўй беради. Ҳозирги даврда бир турдаги маҳсулотларнинг кўпайиши уларни сотишни рағбатлантирувчи реклама, товар белгилари ва фабрика муҳрларидан фойдаланишни келтириб чиқармоқда. Истеъмол бозорларида қўшимча хизмат кўрсатиш орқали харидорларни ўзига жалб қилиш кенг тарқалмоқда.

Нархсиз рақобатнинг товар сифатини табақалаштириш каби усули ҳам мавжудки, бунда товарлар бир хилдаги эҳтиёжни қондириши ва бир турга мансуб бўлиши, лекин турли-туман истеъмол хоссаларига эга бўлиши мумкин.

Товарлар талабга нисбатан ортиқча бўлган шароитда ишлаб чиқарувчилар товарларини кредитга сотиш усулидан фойдаланиб рақибларидан устун келишлари мумкин. Бунда дастлаб, товар нархининг фақат бир қисми тўланади, унинг қолган қисми эса шартномада келишилган аниқ муддатларда тўланади.

Фан-техника тараққиёти авж олган ҳозирги шароитда, **техника ва технологиянинг энг янги ютуқлари устидан назорат қилиш** учун кураш рақобатнинг асосий усулларида бирига айланиб бормоқда. Бундан ташқари, ишлаб чиқарувчи корхоналар харидорларни жалб қилиш мақсадида узоқ муддат фойдаланиладиган истеъмол товарларига кафолатли ва кафолатдан кейинги хизмат кўрсатишни амалга ошироқдалар. Масалан, компьютер ишлаб чиқарувчи фирма ўз маҳсулотини шунчаки сотиш билан чекланмасдан, балки уни ўрнатиб бериш, корхона ходимларини компьютердан фойдаланишга ўргатиш, кафолатланган муддатда ва ундан кейинги даврда таъмир ишларини бажариш, техникавий хизмат кўрсатиш кабиларни ҳам амалга оширади; маҳсулот хосса ва ўлчамларини буюртмачи эҳтиёжларига яқинлаштиради.

Нархсиз рақобат усуллари ичида **маркетинг** муҳим 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.

Йирик ишлаб чиқарувчилар бозордаги вазиятни ўзгартириш учун ўзларининг ишлаб чиқариш қувватларидан фойдаланишни камайтириб, товар таклифини қисқартирадидлар. Шу сабабли иқтисодий беқарорлик даврларида ҳам нарх барқарорлигича қолаверади. Шундай қилиб, монополиялар ҳукмрон бўлган шароитда нархсиз рақобат муҳим ўрин тутди. Бунинг сабаби шундаки, биринчидан, монополиялар товар сифатини ошириш, истеъмолчиларга хизмат кўрсатишни яхшилаш йўли билан сотиладиган товар ҳажминини кўпайтириши мумкин. Иккинчидан, улар молиявий жиҳатдан кучли бўлганлиги сабабли маҳсулотини янгилаш, ишлаб чиқаришни қайта жиҳозлаш ва рекламага зарур бўлган маблағни сарфлай оладидлар.

2-МАВЗУ. МУКАММАЛ ВА НОМУКАММАЛ РАҚОБАТ

НАЗАРИЯЛАРИ

2.1. Мукаммал рақобат тушунчаси мазмуни. Мукаммал рақобатдаги бозор модели шартлари.

Рақобатни, унинг вужудга келиши ва амал қилишидаги табиийлик, бу жараёнларга ташқи кучларнинг таъсир қилиш даражасидан келиб чиққан ҳолда икки асосий гуруҳга – мукаммал ва номукаммал рақобатга ажратиш мумкин.

Мукаммал рақобатни тавсифловчи бир қатор белгилар мавжуд бўлиб, улардан асосийлари сифатида қуйидагиларни келтириш мумкин:

- бозор иштирокчилари (ҳам сотувчилар, ҳам харидорлар) сонининг аҳамиятли даражада кўп бўлиши;
- иқтисодий ресурсларнинг ҳаракатчанлиги, улардан фойдаланишда ҳеч қандай чеклов ёки тўсиқларнинг мавжуд бўлмаслиги;
- бозорга кириш ва ундан чиқишнинг эркинлиги;
- сотувчиларнинг ўзаро мустақиллиги, улар хатти-ҳаракатининг бир-бирига боғлиқ бўлмаслиги;
- ишлаб чиқарилган маҳсулотнинг бир хил кўринишда эканлиги;
- ишлаб чиқарилган ва сотилган маҳсулот ҳажмида ишлаб чиқарувчилар улушининг аҳамиятли жиҳатдан фарқ қилмаслиги;
- хўжалик юритишда қўл келувчи ахборотлар (масалан, товарлар нархи, уларнинг ўзгариш эҳтимоли, ҳажми, сифати ва бошқалар) тўғрисида тўлиқ маълумотга эга бўлиш имконияти.

Мукаммал рақобатнинг ягона кўриниши – соф ёки эркин рақобатдир. Соф рақобат гомоген маҳсулотнинг савдо-сотиғи билан шуғулланувчи кўплаб сотувчи ва харидорларнинг мавжудлиги билан тавсифланади. Юқори даражада ташкил қилинган бозорда кўплаб сотувчилар ўзларининг маҳсулотларини таклиф қиладилар. Бундай шароитда бозорда маҳсулот табақалашуви мавжуд бўлмай, кўп сонли сотувчи ва харидорлар, эркин ҳолда ҳаракат қилиб, бозор нархининг шаклланишига таъсир кўрсата олмайдилар.

Соф рақобатли бозорда алоҳида корхоналар маҳсулот нархи устидан сезиларсиз назоратни амалга оширади. Чунки ҳар бир корхонада умумий ишлаб чиқариш ҳажми унча катта бўлмайди. Шу сабабли алоҳида корхонада ишлаб чиқаришнинг кўпайиши ёки камайиши умумий таклифга, демак, маҳсулот баҳосига сезиларли таъсир кўрсатмайди.

Соф рақобат шароитида янги корхоналар тармоққа эркин кириши, тармоқда мавжуд бўлган корхоналар эса уни эркин ташлаб чиқиши мумкин. Хусусан, янги корхоналарнинг пайдо бўлиши ва уларнинг рақобатли бозорда маҳсулотларини сотишга ҳуқуқий, технологик, молиявий ва бошқа жиддий иқтисодий тўсиқлар бўлмайди.

Шунингдек, иқтисодий адабиётларда «самарали рақобат» тушунчаси ҳам қўлланилади. Самарали (реал) рақобат бозорда соф рақобат ёки мукамал рақобат шароити мавжуд бўлмаган ҳолда ҳам ундаги сотувчи ва харидорлар бир-бирига боғлиқ бўлмаган ҳолда ҳаракат қилган чоғда вужудга келади.

Соф рақобат, умуман олганда, рақобатнинг ҳар бир шакли ҳам миллий иқтисодиётда алоҳида-алоҳида, яъни соф ҳолда учрамайди. Иқтисодиёт соҳаларини батафсил ўрганиш, чексиз кўп ҳар хил рақобатли вазиятлар мавжудлиги шароитида, иккита бир хил тармоқни топиш қийинлигини кўрсатади.

2.2. Номукамал рақобат турлари, амалга ошиш сабаблари

Номукамал рақобат XIX асрнинг охирларида ишлаб чиқариш ва капиталнинг концентрацияси жараёнининг кучайиши натижасида монопол тузилмаларнинг таркиб топиши билан вужудга келди. «Монополия» атамаси (грекча *monos* – ягона, *poleo* – сотаман) тармоқнинг ягона ишлаб чиқарувчидан иборат бўлишини англатиб, у ишлаб чиқариш ҳажми ва нарх устидан назорат ўрнатиш имкониятига эга бўлади. Монополистнинг асосий белгилари сифатида ишлаб чиқаришнинг юқори даражадаги концентрациялашуви; унинг муайян товар бозоридаги устун мавқега эгаллиги;

ишлаб чиқариш ҳажмига бевосита таъсир ўтказиш орқали монопол нархни белгилаши ва, тегишли равишда, монопол фойда олиш имконияти.

Монополиялар тармоққа киришдаги иқтисодий, техник, ҳуқуқий ва бошқа кўринишдаги тўсиқларнинг мавжуд бўлиши натижасида пайдо бўлиб, уларнинг асосийлари сифатида қуйидагиларни кўрсатиш мумкин:

- а) ишлаб чиқариш миқёси келтириб чиқарадиган тўсиқлар;
- б) табиий монополиялар тавсифидаги тўсиқлар;
- в) патент ва лицензиялар;
- г) иқтисодий ресурсларнинг муҳим турларига хусусий мулкчилик ва ҳ.к.

Олигополия тушунчаси (грекча *oligos* – озчилик, *poleo* – сотаман) ишлаб чиқариш ва бозорда унча кўп бўлмаган йирик ишлаб чиқарувчиларнинг ҳукмрон мавқеини англатади. Шунга кўра, олигополистик рақобат тармоқдаги товар ишлаб чиқариш ва сотиш ҳажмини тўлиқ эгаллаб олган бир неча йирик фирмалар ўртасидаги иқтисодий курашни ифодалайди. Олигополистик тармоқда бир хил (пўлат, мис, алюминий, қўрғошин, темир ва бошқалар) ёки табақалашган (автомобиллар, кир ювиш воситалари, тамаки маҳсулотлари, маиший электр буюмлари ва бошқалар) маҳсулотлар ишлаб чиқарилади.

Олигополия шароитидаги рақобат ўзаро боғлиқ бўлиб, бундай тармоқдаги ҳеч бир фирма ўзининг нарх сиёсатини мустақил ўзгартиришга ботина олмайди. Чунки, олигополия бозорида нарх воситасидаги рақобатлашув унинг иштирокчиларига наф келтирмайди. Агар рақиблардан бири, бошқаларни бозордан сиқиб чиқариш мақсадида, нархни пасайтирса, қолган ишлаб чиқарувчилар ҳам ўз харидорларини йўқотмаслик учун ўз товарлари нархларини пасайтирадилар. Натижада мазкур товарнинг умумий нархи пасайиб, олигополистларнинг фойдаси камаяди, бозордаги улушлар эса аввалги ҳолатида сақланиб қолади. Бошқа фирмалар товарларининг нархи ўзгармагани ҳолда, бирон-бир фирманинг ўз товарлари нархини ошириши эса, унинг бозордаги сотиш ҳажмининг қисқаришига ёки бозордан сиқиб чиқарилишига олиб келади.

Шунга кўра, олигополистик рақобат шароитида фирмалар нарх сиёсатини ўзаро боғлиқ ҳолда олиб борадилар. Бунда нисбатан йирик фирма нарх белгилаш бўйича етакчилик қилиб, қолган фирмалар эса унинг хатти-ҳаракатига эргашадилар.

Бироқ, олигополистик тармоқда фирмалар сонининг кўп бўлмаслиги яширинча келишув, яъни нархларнинг мақбул даражасини белгилаш, сотиш бозорларини бўлиб олиш ва бошқа йўллар орқали рақобатни чеклаш учун имконият яратади.

Шунингдек, олигополия шароитида нархсиз рақобатга асосий ўрин берилади. Чунки, бир томондан, рақобатчилар учун ўз маҳсулотлари сифати ва рекламасини ўзгартириш анча мураккаб жараён ҳисобланса, бошқа томондан, камдан-кам ҳолда нархсиз рақобатни таъминлаш учун етарли молиявий ресурсларга эга бўладилар.

Монополистик рақобат монополия ва рақобат унсурларининг уйғунлашуви орқали рўй беради. Баъзи бир манбаларда уни «маҳсулотларнинг табақаланиши» деб ҳам аталади.⁶ Чунки, монополистик рақобатнинг хусусиятли томонларидан бири – бу мазкур маҳсулотнинг табақаланиши, яъни бошқа ўхшаш маҳсулотлардан фарқ қилувчи жиҳатлари (масалан, сифати, таркиби, қадоқланиши, дизайни ва бошқалар)нинг мавжудлиги ҳисобланади. Натижада, мазкур маҳсулот эгаси, у қадар аҳамиятли бўлмасада, ишлаб чиқариш ҳажми ва унинг нархини белгилашда маълум даражада монопол мавқега эга бўлади. Бироқ, бу каби маҳсулот ишлаб чиқарувчилар сонининг кўплиги айни пайтда ушбу ишлаб чиқарувчини рақобатлашишга ҳам мажбур қилади.

Шунингдек, баъзи адабиётларда номукамал рақобатнинг монопсония, олигопсония, дуополия, билатерал монополия сингари шаклларининг мавжудлиги ҳам таъкидланади.

Жумладан, «Монопсония – муайян товарнинг ягона харидори

⁶ Каралсин: Экономическая теория: Учебник. – Изд. испр. и доп./ Под общ. ред. акад. В.И.Видяпина и др. – М.: ИНФРА-М, 2005, с.120; Шишкин А.Ф. Экономическая теория: Учебное пособие для вузов. 2-е изд. Кн.1. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1996, с.608.

монополияси мавжуд бўлган бозор тузилмаси тури. Ўз харид ҳажмини чеклаш орқали харидор сотувчи даромадининг бир қисмини йўқотиш ҳисобига монополь фойда олиш имконига эга бўлади.

Олигопсония – муайян товарнинг бир гуруҳ харидорлари мавжуд бўлган бозор тузилмаси тури.

Дуополия – муайян товарнинг фақат икки нафар етказиб берувчиси мавжуд бўлган ва улар ўртасида нарх, сотиш бозорлари, ишлаб чиқариш квотаси бўйича монополистик келишувлар бўлмаган шароитдаги бозор тузилмаси тури.

Билатерал (икки томонлама) монополия – ягона мол етказиб берувчи ва ягона (бирлашган) истеъмолчининг қарама-қарши кураши вужудга келувчи бозор тузилмаси тури».⁷

Бундан кўринадикки, рақобат шакллариининг бозордаги айрим, хусусий ҳолатлардан ҳамда унинг иштирокчилари сони ва мавқеидан келиб чиққан ҳолда махсус ҳолларда қўлланилувчи бошқа атамаларини ҳам келтириб чиқариш мумкин бўлиб, бундай ҳолат хориж адабиётларида кўплаб кузатилади. Юқорида билдирилган фикр-мулоҳазаларга асосланган ҳолда, рақобатнинг турларини 2-иловада махсус тизимга солинган чизма шаклида ифодалашни мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблаймиз. Шу билан бирга таъкидлаш жоизки, рақобат турларининг бундай шаклда туркумланиши ўзининг мантиқий яқунини топган, деб бўлмайди. Мазкур жараённинг турли қирраларини таҳлил қилиш даражасини янада кенгайтириб бориш билан унинг ўзига хос хусусиятларини очиб берувчи янги турларининг келиб чиқиши шубҳасиздир.

2.3. Монополияларнинг иқтисодий асоси ва уларнинг турлари.

XX аср бошларида эркин (мукамал) рақобатга асосланган иқтисодиёт тобора монопольлашиб борди, бу айниқса, Европа ва АҚШда яққол кўзга

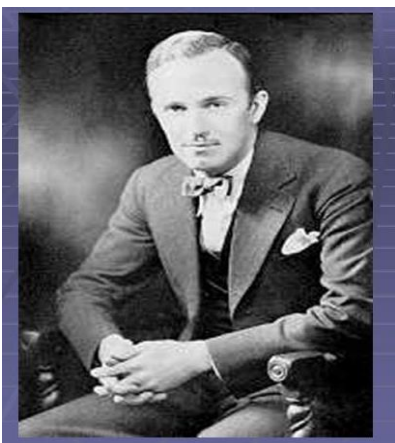
⁷ Экономическая теория: Учебник для вузов // Колл. авт.: К.Абдурахманов и др./ Т.: «Шарк», 1999, с.110-111.

ташланди. Иқтисодий либериализм принциплари (эркин савдо-фритредолик, давлатнинг иқтисодга аралашмаслиги ва б.) реал ҳаёт талабларига жавоб бермай қўйди. Монополлашувнинг ёрқин оқибати сифатида 1929–1933 йиллардаги жаҳон иқтисодий инқирозининг келтириш мумкин.

Деярли юз йил давомида Ж.Б.Сэйнинг «бозорлар қонуни» ҳамма ерда тан олинган ва унга суяниб иш юритилган бўлса, бу даврда унинг аҳамияти пасайиб борди. Номукамал рақобат аввал институтционализм, кейин неокласиклар томонидан тадқиқот объекти қилиб олинди.

Бу муаммолар билан деярли бир вақтда Гарвард университети профессори Э. Чемберлин ва Кембриж университети профессори Ж. Робинсонлар шуғулланди.

1933 йили америкалик Э. Чемберлин ўзининг «Монополистик рақобат назарияси», инглиз Ж. Робинсон хоним эса «Номукамал рақобатнинг иқтисодий назарияси» асарларини чоп этдилар. Бу асарларда эркин рақобат шароитини инкор этадиган шароитда бозор механизмларининг ҳаракати масалалари ҳар томонлама чуқур таҳлил этилади. Хусусан, иккала муаллиф фикрича, бозор баҳоси бозор иштирокчиларининг коллектив фаолияти туфайли юзага келмайди, чунки товар маҳсулотларининг турли-туманлиги (дифференцияси) харидорларни бу товарлар баҳоси тўғрисида тўлиқ информациядан, фирма-ишлаб чиқарувчиларни танлашда рақобатдан маҳрум этади. Улар иқтисодиётда мувозанатнинг бузилиш сабабларини илгаригидек иқтисодий муҳитдаги «категория» ва «қонун»лардан излайдилар. Инститўтционал йўналиш тарафдорларига эса, номукамал



рақобат иқтисодий ўсишга аввало «инсон омили»нинг таъсири оқибатидир. Бу эса жамият ривожланиши, шу билан бирга, иқтисодиёт соҳаларида юзага келадиган ижтимоий-психологик, ҳуқуқий ва бошқа муаммолардир

Эдвард Хейтинг Чемберлин (1899–1967) ўз асарида монополиянинг моҳияти, монопол баҳо ва

монополь фойданинг юзага келишининг чуқур таҳлилини беради. Унинг фикрича, монопольянинг моҳияти – бу таклиф устидан назорат, бунда баҳо устидан ҳам назорат бўлади.

Дифференциация кучайиб борган сари ҳар бир сотувчи абсолют (мутлақ) монопольяга эга бўлади, аммо шу билан бирга, ўрнини боса оладиган бошқа маҳсулот ишлаб чиқарувчининг номукамал рақобатига учрайди. Шундан келиб чиқиб, барча сотувчилар «рақобатчи монопольистлар» бўлиб, «монопольистик рақобат» кучлари таъсири шароитида иш юритадилар.

Чемберлин фикрича, бозорлар ўзаро боғланган, чунки бир-бирига боғлиқ бўлмаган сотувчилар вазифаси бир-бирига яқин бўлган маҳсулотларни реализация қилишда ҳамоҳангдирлар. Реал ҳаётда бозорлар у ёки бу даражада номукамалдирлар, шу сабабли мувозанатга интилиш тўғрисида гапириш ўта соддаликдир. Натижада ҳар бир сотувчи монопольист деб ҳисобланади, унинг ўз харидорлари, «ноёб» маҳсулотини олувчилар бўлади. Бозордаги монопольистик сифатида баҳоларни тартибга солади. Бу эса товарлар ва хизматларнинг реал таклиф ҳажми «соф» рақобат шароитидагидан кам, баҳоси эса юқорироқ бўлади. Бу ерда маҳсулот дифференцияси энг муҳим шарт. Бу категориянинг моҳияти шундаки, сотувчиларнинг товари (ёки хизмати) да бошқаларникидан кескин фарқ қилувчи белгиси бўлиши кераклигидир. Бу белги харидор учун реал ёки ҳаёлий бўлиши, аслида эса худди шу маҳсулотга афзаллик берилишига олиб келиши шарт. Бундай дифференциация бўлган шароитда харидорлар ва сотувчилар тасодифий ёки тартибсиз жуфтликка (бу соф рақобатда бўлади) бирлашмайдилар, бу ерда афзалликка асосланган танлов ҳал қилувчидир.

Сотувчи – монопольист қўшимча ҳаражатлар қилиш йўли билан сотилаётган маҳсулот ҳажмини ошириши (бунда товар баҳоси пасайиши) мумкин. Бошқа худди шундай товар сотувчилар эса бу шунини дарҳол амалга ошира олмайди деб рақобатдош товар маркаси баҳосини пасайтириш ёки

янгисини и.ч. давомида, худди шундай чоралар бошқа рақобатчи томонидан қўлланилиши мумкинлигидан бехавотир бўлади.

Рақобатнинг баҳоланмайдиган омиллари қаторига товарлар сифати ва реклама кирази ва улар индивидуал ёки алоҳида хусусиятларга эгадир. Дифференциация маҳсулотнинг ўз маълум хусусиятлари асосида шаклланиши, масалан, *алоҳида хусусиятлар* – фабрика маркаси, фирма номи, қадоклаш ёки тара (агар улар бўлса) бўйича ёки сифат, шакл, ранг, стиль асосида *индивидуал хусусиятлари* билан белгиланади.

Соф рақобат шароитида алоҳида сотувчи бозори умумий бозор билан қўшилиб, фақат амалдаги баҳо бўйича исталганча товарни реализация қилади. Иккинчи ҳолатда товарни сотиш чекланади ва янги учта омил: 1) баҳо; 2) маҳсулот хусусияти ва 3) рекламага харажатлар билан белгиланади. Мана шу омиллар ёрдамида харидорларнинг истеъмол қарорларига таъсир этилади. Бунда баҳоларни пасайтириш омили алоҳида аҳамият касб этади, чунки товарга баҳо пасайиши маҳсулот сифати пасайиши тарзида қилиниш эҳтимоли бўлади.



Монополистик рақобатнинг ўзига хос хусусиятларидан бири шуки, бунда баҳолар рақобати йўқотилади, оқибатда «қувватлар ортикчалиги феномени» доимий ва одатдаги ҳодисага айланади. Бу ортикчалик «жазосиз» узоқ вақт давомида кўпайиб боради, чунки у доим харажатлардан каттароқ бўлган баҳолар ҳисобига қопланиб туради. Бутун бозорнинг маълум қисмини эгаллаш даражасини кўрсатувчи бу кўрсаткич (феномен) фақат алоҳида патентлар ва фабрика маркалари билангина қўлланмасдан, бошқа, яъни обрў, усталик, алоҳида маҳорат каби ҳодисалар билан ҳам қўллаб-қувватланади. Бу ҳодисалар эркин касб эга (рассом, музика) фаолият соҳасининг бир қисми бўлиб, улар ҳам «монополь даромадлар назарияси» предметидир.

Дифференциациялашган маҳсулот баҳо муаммоси рақобатли талаб ва харажат эгри чизиклари доирасига киритилиши мумкин эмас, бу аввалдан хулосалардаги хатоларга олиб келади; баҳо хаддан ташқари паст, ишлаб чиқариш масштаби – жуда катта, корхоналар сони – жуда кичик бўлиб чиқади. Бундан ташқари, рақобатнинг яна иккита жиҳати: дифференциация ва сотиш харажатлари бутунлай тушиб қолади. Шу сабабли баҳоларни тўла билмаслик маҳсулотга талаб эластиклиги (қайишқоқлик)ни пасайтиради, бу эса реклама талабнинг эластиклигини ошириши, баҳолар рақобатини эса анча кенг қилишига ўхшайди ва баҳолар ёрдамида талаб этиладиган қўшимча харажатларни қоплайди.

Рақобат кураши эволюцияси товар сифатини оширади (буни патент, муаллифлик ҳуқуқлари, фирма ҳимоя белгилари, фирма алоҳида қадоклаш усули, маҳсулот сифатини яхшилаш мақсадида, фирманинг қулай жойлашуви). Реклама эса, эркин рақобат шароитидан фарқли равишда, бозорлар қўшилиб кетишига йўл қўймайди.

Баҳоланмаган рақобат омиллари фирмани харидорлар талабини қондириш учун янги имкониятлар қидиришга ундайди, уларга «ҳаваснинг пуллик қоидалари» ни сингдириб боради.

Ишлаб чиқариш ва сотиш харажатлари концепциясида харажатлар фабрика доирасида товарларни ишлаб чиқаришга кетган сарфлардангина (биринчи) эмас деб қаралади. Транспорт (ташиш), сортировка қилиш (ажратиш), сақлаш, уйларга етказиш харажатлари (иккинчи) мавжуд бўлиб, улар талабларни қондириш учун янада яхши қулайликлар яратади. Икки хил кўринишдаги харажат ўртасида чегара ўтказиш (ишлаб чиқариш харажатлари, сотиш харажатлари) таклиф ва талаб ўртасидаги фарқ каби қиймат назариясида фундаментал аҳамият касб этади. Сотиш харажатлари мазкур маҳсулотга талабни оширади, ишлаб чиқариш харажатлари унинг таклифини оширади.

«Классик» ва «неоклассик»лар фикрича, соф рақобат иқтисодий ўсишнинг ҳал қилувчи шарти деб ҳисоблаган бўлса, Э.Чемберлин

таълимотига кўра, рақобат – монополистлар орасида ҳам рақобат доимо мавжуд, бу баҳоли ва баҳоланмаган рақобат ривожини орқали намоен бўлади (махсулот ва реклама сифатини такомиллаштириш билан боғлиқ). Биринчи марта иқтисодий либерализм ғоясида реал ҳаётда соф рақобат ҳам, соф монополия ҳам мавжуд эмас деган фикр пайдо бўлди, ўз моҳиятига кўра монополистик рақобат кўп сонли сотувчилар ўртасида кузатилади, бу рақобат даражаси бир-бирини қоплайдиган рақобатлашаётган товарлар сони ортиши билан кучайиб боради.

Бундан шундай муҳим хулоса чиқариладики, монополистик рақобат шароитида харидор рақобатлашаётган бир товарни бошқасидан, бир сотувчини (мутлақ ноэквивалент бир хил товарни) бошқа сотувчидан афзал кўриши мумкин. Э.Чемберлин мантиқи бўйича, кичик ёки ўртача сотувчи ва ишлаб чиқарувчи ҳам монополист бўлиши ва йирик корхона субъекти билан бўладиган мусобақада бемалол иштирок этиши мумкин. Чунки (маркча танқидларга қарамай) монополия капитал ва ишлаб чиқариш концепцияси, капитал марказлашувининг зарурий оқибати эмасдир, бозор иқтисодиёти кучайиб бораётган тенденциялар рақобати ҳосдир. Амалда монополия ва монопол бўлмаган (номонопол) корхоналар ўртасидаги фарқ минемаллаштирилади.

Олим 1937 йил ўз китобига қўшимча сифатида (китоб 8 марта қайта нашр этилган) «Номукаммал рақобат» ва «Монополистик рақобат» категориялари тўғрисидаги тушунтиришларда бир томонлилик мавжудлигини таъкидлайди, бирдан-бир ҳодисанинг икки номи сифатида қарашларда ўзаро ўхшашлик етарли баҳоланади, аммо уларнинг фарқи деярли сезилмайди, деб ҳисоблайди у. Кўпчилик бу фарқнинг аҳамиятини тушунмасдан, масала фақат терминология билан боғлиқ деб ўйлашлари мумкин.

Э.Чемберлин ўз тадқиқотлари хулосасида рақобат шароитида монополия табиий моҳиятига мустаҳкам ишонч билдиради; тадбиркорлик кўп ҳолларда ўз монополиясини барпо қилиш учун, имкони борича бошқа

тадбиркорлар ўз монополиясини кенгайтиришига қарши чораларни кенгайтириш ва кучайтириш ҳаракатини қилади. Олимнинг фикри бўйича, асосий вазифа шундаки, иқтисодиёт фани «махсулот доим дефференциациялашган бўлиши шароитини тўла англаши шарт»дир; бундан буён соф рақобатни барча соҳаларда фаровонлик иқтисодиёти «идеал» (бекаму-қўст) деб қараш мумкин эмас.

Кейинчалик Э.Чемберлин ва унинг монополистик рақобат назарияси тарафдорлари томонидан «гуруҳий монополия» шароитида ҳам рақобат сақланиши тўғрисидаги қондани илгари суришган. Бунда гап шерик – рақобатчилар ўртасида бозорда уларнинг таъсир доираларини бўлиб олиш тўғрисида боради. Асосий мақсад турлича (дифференциациялашган) товар маҳсулоти баҳосини энг юқори харажатлар даражасидан паст бўлмаган ҳолда реализация қилишдир.

Ҳозирги даврда маҳсулотнинг истисно сифати билан бирга, қўшимча баҳоланмаган монополистик рақобат шартлари кучайиб бормоқда, булар



алоҳида товар яратувчи томонидан яратилган техник такомиллашув, фирмага обрў-эътибор келтирадиган шароитнинг таъминловчи харидорларга махсус ҳизмат ва бошқалар.

Жоан Вайолет Робинсон (1903–1983) Кембриж университетини битирган ва А.Маршалл мактабининг таниқли вақили ва давомчисидир. 1965–1971 йиллар шу университетда профессор ловозимида дарс берган. Унинг дастлабки асари «Номукамал рақобатнинг иқтисодий назарияси» 1933 йили, яъни муаллиф 30 ёшлигида ёзилган ва унга машҳурлик келтирди. Асардаги бош ғоя монополиялар фаолиятида бозорлар жиҳатини аниқлашдир. Бу шароитдаги рақобат иқтисодиётдаги мувозанатни бузади ва номукамалдир (Чемберлинда – монополистик). Дастлабки вазифа: ўз маҳсулотига эга бўлган ишлаб чиқарувчи-монополистик баҳолар белгиланишининг

механизмини аниқлаш. Баҳонинг миқдори, сотувчи ўрнатган шу баҳода харидорнинг маҳсулотни сотиб олиш ва монопол фойда табиати ўрнатилади. Аммо Робинсон хонимнинг мантикий фикрлаши Чемберлинникидан фарқ қилади. Робинсон фикрича номукамал рақобат туфайли, аввало рақобатли хўжалик тизими нормал мувозанат ҳолатининг бутунлай бузилиши ва йўналиши, ҳатто ёлланма меҳнатнинг «эксплуатация»сидир. Чемберлин эса бу масалани бозорнинг табиий мувозанати билан чамбарчас боғлиқдир деб қараган.

Робинсон монополияга салбий муносабат билдириб, уни бозор шароитдаги ижтимоий-иқтисодий муносабатларни издан чиқарувчи омил сифатида қарайди.

Асардаги асосий ғоялар қуйидагилардан иборат.

Тадбиркорлар номукамал рақобат шароитига нисбатан мукамал (соф) рақобат шароитда ишлаб чиқаришни монполлаштиришдан камроқ манфаатдор бўладилар. Чунки номукамал рақобат шароитида айрим фирмалар оптимал кўрсаткичларга эриша олмайдилар, самарасиз (кам самара билан) фаолият кўрсатадилар, шу сабабли монополист маҳсулот чиқаришни чеклаш билан ўз маҳсулоти нархини ошириш имкониятигагина эга бўлмасдан, балки соҳадаги ишлаб чиқаришни ташкил этишни мукамаллаштириш йўли билан ишлаб чиқариш харажатларини пасайтириши мумкин.

Монополия ишлаб чиқариш маҳсулотининг худди шунга ўхшаш бошқа маҳсулотдан сезиларли ажралиб туришини талаб этади ёки бошқача айтганда, дифференциация рўй беради; бошқа қўшимча шароит ҳам зарур унга кўра фирма – монополист оптимал ҳажмдан ортиқроқ бўлган кўрсаткичлар билан характерланиши керак.

Номукамал рақобатли монополистик бозорда аниқлашни талаб этувчи бир қанча шароитлар юзага келади. Агар бозор бир-бири билан рақобат қилувчи чексиз кўп харидолардан эмас, балки айрим яккаю-ягона харидорлар бирлашмасидан иборат бўлган ҳолатда сотиб олинадиган

маҳсулот қанча бўлиши мумкин. Бу шароит талаб концентрацияси бўлиб бозорда кўп сонли майда сотувчилар ва яккаю-ягона харидор фаолият кўрсатади. Бу ҳолатни *монопсония*, яъни *харидор монополияси* дейилади.

Юқорида барча ғоялар жамланиб, реал ҳаётда номукамал рақобат шароитида ишлаб чиқариш омиллари эксплуатацияси тенденцияси пайдо бўлишига ёрдам беради. Бу ҳолат аввал ўзаро рақобатлашган кўпгина фирмаларни ютиб юровучи йирик бирлашманинг пайдо бўлиши билан янада кучаяди. Бошқарув бирлиги ҳажми (кўрсаткичи) нинг йириклашуви (якка бошқарув) бойликни тақсимлашдаги адолатсизликнинг янада кучайишини зарурий равишда келтириб чиқаради. Бу анча инқилобий ғоя бўлиб, Чемберлиннинг монополия истиқболи тўғрисидаги оптимистик фикрича қаршидир. Ишлаб чиқаришнинг монополизацияси муаммоси билан «самарадорлик ёки адолат» деган дилеммани (яъни, униси ёки буниси) ечиш зарурати илгари сурилади.

Монополизацияга у ишлаб чиқариш самарадорлигини оширишга ёрдам беради, деб устунлик бериш етарли эмас, яъни адолат масаласи ҳам қўйилиши керак. Иқтисодиёт тарихида «самарадорлик» ва «адолат» ни қандайдир йўл билан ажратишга интилиш катта хомхаёлликдир.

Ж.В. Робинсон ўзининг тадқиқотлари натижасида ҳаётий чоратадбирларни ҳам ишлаб чиқса бўлар эди, масалан, номукамал рақобат туфайли аниқланган қарама-қаршиликларни бартараф этиш учун давлатнинг иқтисодиётга аралашуви нималардан иборат бўлмоғи керак эди.

Бундай саволга жавобни уч йил ўтгач бошқа қембриж мактаби вақили Ж.М.Кейнс берди.

3- Мавзу. Рақобат кучлари назарияси

3.1. М. Портернинг рақобатнинг беш кучи назарияси

Рақобат муаммоси бугунги кунда энг кўп муҳокама қилинадиган мавзулардан бирига айланиб бормоқда. Чунки ички ва ташқи бозорларда рақобат муҳити кундан-кунга кучайиб, рақобатлашиш чегараси фирмалараро рақобатдан тармоқ, мамлакатлар ва ҳудудлар доирасигача кенгайиб кетди.



Кейинги йилларда рақобат назарияси билан жаҳоннинг кўпгина таниқли олимлари шуғулланиб келмоқда, уларнинг ичида америкалик иқтисодчи Майкл Портернинг (1947) рақобат назариясига қўшган ҳиссаси энг бекиёсдир ва у бу соҳада энг йирик олим саналади.

Таъсирчан ва рағбатлантирувчи, эркин иқтисодий рақобатни ривожлантириш эвазига ишлаб чиқарувчи ва сотувчилар устидан харидорларнинг ҳукмронлиги ўрнатилиб, бу бозор муносабатларининг моҳиятини белгиловчи шароит ҳисобланади.⁸

Рақобатнинг фақат эркин бозор иқтисодиёти шароитида тўлақонли амал қилиши ҳамда ўз моҳиятини тўлиқ намоён эта олишини қуйидаги жадвал орқали кузатиш мумкин (1.1.1-жадвал).

«Рақобат»нинг турли иқтисодиёт шароитларидаги қиёсий тавсифномаси

Маъмурий-буйруқбозлик иқтисодиёти шароитида	Эркин бозор иқтисодиёти шароитида
<ul style="list-style-type: none">• Рақобат «социалистик мусобақа» билан алмаштирилиб келинди. «Рақобат» сўзини ишлатиш тақиқланар эди.• Мусобақа ким ўзиш, ким яхши натижаларга эришиш учун бўлган қалбаки беллашув эди. Чунки эришилмаган ютуқ ва бажарилмаган кўрсаткичларга эришилиши «рақамлар»да	<ul style="list-style-type: none">• Рақобат рағбатлантирувчи иқтисодиётни ҳаракатга солувчи кучдир. Шу сабабли у бозор иқтисодиёти механизмида асосий ўрин олади.• Рақобат режалаштирилмайди ва қаттиқ назорат остига олинмайди. Рақобатчиликни бозордаги:<ul style="list-style-type: none">- талаб ва таклиф;

⁸ Абдуллаев Ё. Бозор иқтисодиёти асослари: 100 савол ва жавоб. – Т.: «Мехнат», 1997, 57-58-б.

<p>таъминланарди.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Социалистик мусобақадаги мажбурий сафарбарлик усули: <ul style="list-style-type: none"> - ташаббускорлик руҳини сўндирарди; - сифатини яхшилаш ва ишлаб чиқариш харажатларини пасайтириш имконини бермас эди; - «ялпи маҳсулот» мафкураси ҳукумронлигида мусобақа кўрсаткичлари кўпинча миқдорий кўрсаткичларга қараб бажарилар эди. 	<ul style="list-style-type: none"> - нарх-наво; - олигополия ва монополия даражаси; - давлатнинг антимонопол сиёсати белгилайди. • Рақобатда мажбурий сафарбарлик бўлмайди. Бу ерда ҳалол ва эркин иқтисодий рақобатни ривожлантириш эвазига ишлаб чиқарувчилар устидан харидорларнинг ҳукумронлиги ўрнатилади.
--	---



Таниқли америкалик олим М.Е. Портернинг тадқиқотларига кўра, алоҳида бозордаги рақобатнинг ҳолатини бешта рақобат кучи орқали тавсифлаш мумкин:

1. Сотувчиларнинг бозордаги ҳукмронлиги. Рақобатлашувчи сотувчилар ўртасидаги беллашув (ҳар бир фирма рақобат афзалликларидан фойда олиш ва қулай мавқега эга бўлиш учун ўзининг шахсий рақобат стратегиясига амал қилади).

Таъминотчилар товарнинг бозордаги рақобатбардошлигига хомашё етказиб берувчи сифатида таъсир кўрсатади. Хомашё нархларининг кўтарилиши ишлаб чиқариш харажатларининг кўпайишига ва шу асосда тайёр маҳсулот таннархининг ошишига олиб келади. Агар товарларнинг чакана нархларини кўтариш имкони бўлмаса, хомашё нархларининг кўтарилиши ҳисобидан тармоқда товар ва хизматларни сотишдан келадиган фойда ҳажми камайиб кетади.

2. Бир-бирининг ўрнини босувчи ва нарх нуқтаи назаридан рақобатбардош бўлган товарлар ўртасидаги рақобат (ўрнини босувчи товарлар томонидан юзага келган хавф туфайли вужудга келган рақобат кучлари).

Тармоқдаги рақобатнинг структураси тармоқдаги консолидация (жипслашув) даражасига боғлиқдир. Фрагментланган (бўлинган) тармоқда потенциал хатарлар кўпроқ бўлади, чунки бундай тармоқларга кириб келиш нисбатан енгилдир. Консолидацияланган тармоқларда, одатда, катта ва мустақил компаниялар фаолият кўрсатади. Компанияларнинг нарх уруши олиб бориш имконияти рақобатнинг асосий хатарли кучидир. Бундай ҳолларда компаниялар сифатдаги устунликлар бўйича рақобатлашишга интиладилар, яъни рақобатчилик уруши савдо маркасига содиқлик ва нарх уруши эҳтимолини камайтириш позицияларидан олиб борилади. Бундай тактиканинг муваффақияти тармоқда маҳсулотни дифференциаллаш имкониятларига боғлиқдир.

Тармоқда талабнинг ўсиб бориши рақобатнинг сусайишига ва экспансия учун катта имкониятларнинг вужудга келишига олиб келади. Компанияларда инвестицияларга талаб кучаяди. Аксинча, талаб ўсишининг секинлашиши рақобатни кучайтириб юборади, компаниялар бозорларни фақат бошқа компаниялардан тортиб олиш ҳисобигагина қўлга киритишлари мумкин бўлади. Шундай қилиб, талабнинг камайиши – рақобатнинг кучайишига олиб келадиган асосий хатардир.

3. Янги рақобатчиларнинг пайдо бўлиш хавфи (янги рақобатчилар пайдо бўлиши хавфи туфайли вужудга келган рақобат кучлари).

Потенциал рақобатчиларнинг кириш хавфи компаниянинг даромадларига таҳдид солиши мумкин. Агар бу хавф кичик бўлса, компания нархларни ошириб, ўз даромадларини кўпайтириши мумкин. Бу омилнинг рақобатчилик кучи кириш тўсиқларининг баландлигига боғлиқдир. Бундай тўсиқларнинг учта асосий манбаи бор:

- **Харидорларнинг савдо маркасига содиқлиги** (кириб келаётган компаниялар буни катта инвестициялар эвазига бартараф қилишлари мумкин)

- **Харажатлар бўйича мутлақ устунликлар** (ишлаб чиқариш харажатларининг янада камлиги мавжуд компаниялар учун янги компаниялар эришиши қийин бўлган катта устунликлар беради)

- **Кўламдан тежаш** – маҳсулотни ишлаб чиқаришда харажатларнинг камайтирилиши, хом ашё ва таркибий қисмларни катта миқдорда сотиб олишдаги чегирмалар, рекламага сарфланадиган харажатларни камайтириш. Булар ишлаб чиқаришни энди бошлаётган компаниялар учун катта қийинчиликлар туғдиради.

4. Харидорларнинг бозордаги ҳукмронлиги (харидорларнинг иқтисодий имкониятлари ва савдо қобилиятлари туфайли вужудга келган рақобат кучлари).⁹

Бу қуйидаги ҳолатларда амалга ошади:

- етказиб берувчи соҳа бир неча кичик компаниялардан таркиб топган бўлиб, харидорлар кам бўлганда;

- харидорлар товарларни катта миқдорда сотиб олганда;

- тармоқ ўз фаолият туридан келиб чиққан ҳолда харидорларга кучли даражада боғлиқ бўлганда;

- харидорлар бир неча етказиб берувчи тармоқлар ичидан энг паст нарх таклиф қилаётганини танлаш имкониятига эга бўлганда (бу ушбу тармоқда нарх рақобатини кучайтиради) ;

- харидорлар талабининг товар сифатига, нархига ва сервис даражасига нисбатан нозиклашиб ва чуқурлашиб боришида.

5. Тармоқ ичидаги рақобат. Бу ерда ҳам учта омилнинг таъсирини кўрсатиб ўтиш мумкин:

- тармоқдаги рақобатнинг структураси (тармоқдаги консолидация (жипслашув) ва фрагментланган (бўлинган) даражасига боғлиқдир.;

- талабнинг шарт-шароитлари;

- тармоққа кириш тўсиқларнинг баландлиги.

⁹ Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран. М.: /пер. с англ. – Международные отношения, 2008, 782с.

Портер назариясига кўра, тармоқ рақобатини таҳлил қилишнинг ўзига хос хусусиятлари қуйидагилардан иборат:

1. Тармоқда рақобат кучларининг аниқлиги ва самарадорлигини аниқлашга;
2. Компаниянинг рақобат кучлари таъсиридан максимал ҳимояланиш позициясига эга бўлишга;
3. Рақобат кучларига қарши таъсир кўрсатишга ёрдам беради.

Рақобат беш кучи назариясининг олтин қондаси – рақобат кучларининг таъсири нақадар заиф бўлса, тармоқда компания кўпроқ фойда олиш имкониятига эга бўлади, ва аксинча, рақобат кучларининг таъсири нақадар кучли бўлса, тармоқда компания камроқ фойда олиш имкониятига эга бўлади.

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.

3.2. Корхона (фирмада) рақобат таҳлилида

SWOT анализини қўллаш

5 куч модели кўпроқ стратегик бошқаришда ва маркетингда қуйидаги йўналишларида қўлланилади:

- Компанияда SWOT таҳлили ўтказишда;
- Кенгайтирилган рақобат таҳлили ва бозор таҳлилини тузишда ишлатилади.

(SWOT таҳлил). Номланиши инглиз сўзлари аббревиатурасидан ташкил топиб куч, заифлик, имконият ва хавфни билдиради. Таҳлил

компаниянинг кучли ва кучсиз томонлари, потенциал бозор имкониятлари ва хавфларни таққослашга асосланади. (2-расм)



2-расм. Корхона (фирмада) SWOT анализини қўллаш схемаси

Рақобат ҳолати таққослама жадвалининг тузилиш шундай кўрсаткичлар тизими ёки унинг қисмларига асосланиши керакки, улар компания ички таҳлили натижасини ўзида акс эттиради. Агар ҳар бир кўрсаткич рақобатчилар билан таққосланиб, беш баллик шкала бўйича баҳоланса ва жадвалга кўчирилса, унда компаниянинг таққослама профилини куриш мумкин, бунда компаниянинг рақобатчиларга нисбатан у ёки бу йўналишдаги устунлиги ёки камчиликлари яққол намоён бўлади. 2- расмда асосий омилларнинг наъмунавий рўйхати таққослама таҳлил учун келтирилган. Стратегик гуруҳлар таҳлили. Стратегик гуруҳлар деганда муҳим стратегик кўрсаткичларга бир хил стратегик муносабатларга эга бўлган тармоқ компаниялари йиғиндиси тушунилади. Стратегик гуруҳларнинг таҳлилида асосий эътибор тавсифга, ўзига хослиги ва рақобатчи компаниялар стратегиясига қаратилган. Асосий таҳлил қилинадиган саволлардан бири – компаниянинг маълум стратегик гуруҳга ўзининг фойдалилик даражаси билан тегишли бўлишидир. Умуман стратегик

гуруҳлар таҳлили тармоқдаги табақалашган ҳолатни олишни таъминлайди ва компаниянинг гуруҳдаги ўрнини белгилайди.

SWOT анализи босқичлари

SWOT анализ 1- босқичи вазифалари қуйидагилардан иборат:

- Товарлар патентбардошлиги;
- Товарлар нархи;
- Технологиянинг прогрессивлиги;
- Кадрлар малакаси;
- Ресурслар нархи;
- Асосий фондлар ёши (янги, эскилиги);
- Фирманинг географик жойлашуви;
- Инфраструктура;
- Маркетинг ва менежмент тизими;
- Тизимга кириш ва чиқишда рақобат кучи даражаси кабилар ўрганилади.

SWOT анализ 2- босқичи вазифалари қуйидагилардан иборат:

Фирманинг кучсиз томонлари ўрганилади. Ишлаб чиқарилаётган товарларнинг рақобатбардошлиги барча бозорлар бўйича ўрганилади. Конкрет товарлар рақобатбардошлигининг комплекс кўрсаткичлари, фойдали эффект (интеграл сифат кўрсаткичи), жами харажатлар, товардан фойдаланиш шартлари, фирманинг рақобат устунлиги бўйича 1 босқичдаги кўрсаткичлар заифлиги аниқланади.

SWOT анализ 3- босқичи вазифалари қуйидагилардан иборат:

Фирмага стратегик ва тактик таҳдидиларни прогнозлаш ва ўз вақтида харажатларни камайтириш мақсадида фирманинг макро муҳит омиллари ўрганилади (сиёсий, иқтисодий, технологик, бозор ва бошқалар).

SWOT анализ 4- босқичи вазифалари қуйидагилардан иборат:

Фирманинг таҳдидни бартараф этиш, кучларни ўсиши ва заифликни пасайтириш учун зарур бўлган стратегик ва тактик имкониятлари (капитал актив ва бошқалар) ўрганилади.

SWOT анализ 5-босқичи вазифалари қуйидагилардан иборат:

Фирма стратегиясининг алоҳида бўлимлари проектини шакллантириш мақсадида кучлар ва имкониятлар мувофиқлаштирилади.

Таъминотчилар товарнинг бозордаги рақобатбардошлигига хомашё етказиб берувчи сифатида таъсир кўрсатади. Хомашё нархларининг кўтарилиши ишлаб чиқариш харажатларининг кўпайишига ва шу асосда тайёр маҳсулот таннархининг ошишига олиб келади. Агар товарларнинг чакана нархларини кўтариш имкони бўлмаса, хомашё нархларининг кўтарилиши ҳисобидан тармоқда товар ва хизматларни сотишдан келадиган фойда ҳажми камайиб кетади.

Дифференциация кучайиб борган сари ҳар бир сотувчи абсолют (мутлақ) монополияга эга бўлади, аммо шу билан бирга, ўрнини боса оладиган бошқа маҳсулот ишлаб чиқарувчининг номукамал рақобатига учрайди. Шундан келиб чиқиб, барча сотувчилар «рақобатчи монополистлар» бўлиб, «монополистик рақобат» кучлари таъсири шароитида иш юритадилар.

Сотувчи-монополист қўшимча харажатлар қилиш йўли билан сотилаётган маҳсулот ҳажмини ошириши (бунда товар баҳоси пасайиши) мумкин. Бошқа худди шундай товар сотувчилар эса бу шуни дарҳол амалга ошира олмайди, деб рақобатдош товар маркаси баҳосини пасайтириш ёки янгисини и.ч. давомида, худди шундай чоралар бошқа рақобатчи томонидан қўлланилиши мумкинлигидан беҳавотир бўлади.

Корхона (фирманинг) маълум бир давр мобайнида стратегик ҳолатини баҳолаш қуйидаги кўрсаткичларга асосланади:

1. **Корхона (фирманинг)** нисбий ўлчами;
2. **Корхона (фирманинг)** ўсиши;
3. Бозордаги товар ва хизматларни сотишдаги улуши;
4. Бозордаги позицияси;
5. **Корхона (фирманинг)** солиштирма рентабеллиги;
6. Соф даромади;

7. **Корхона (фирманинг)** технологик ҳолати;
8. Ташқи кўриниши;
9. Рақобарият ва персонал (кадрлар).

Рақобатнинг баҳоланмайдиган омиллари қаторига товарлар сифати ва реклама киради ва улар индивидуал ёки алоҳида хусусиятларга эгадир. Дифференциация маҳсулотнинг ўз маълум хусусиятлари асосида шаклланиши, масалан, *алоҳида хусусиятлар* – фирма маркаси, фирма номи, қадоклаш ёки тара (агар улар бўлса) бўйича ёки сифат, шакл, ранг, стиль асосида *индивидуал хусусиятлари* билан белгиланади.

Дифференциациялашган маҳсулот баҳо муаммоси рақобатли талаб ва харажат эгри чизиқлари доирасига киритилиши мумкин эмас, бу аввалдан хулосалардаги хатоларга олиб келади; баҳо ҳаддан ташқари паст, ишлаб чиқариш масштаби – жуда катта, корхоналар сони – жуда кичик бўлиб чиқади. Бундан ташқари, рақобатнинг яна иккита жиҳати: дифференциация ва сотиш харажатлари бутунлай тушиб қолади. Шу сабабли баҳоларни тўла билмаслик маҳсулотга талаб эластиклиги (қайишқоқлик)ни пасайтиради, бу эса реклама талабнинг эластиклигини ошириши, баҳолар рақобатини эса анча кенг қилишига ўхшайди ва баҳолар ёрдамида талаб этиладиган кўшимча харажатларни қоплайди.

Рақобат кураши эволюцияси товар сифатини оширади (буни патент, муаллифлик ҳуқуқлари, фирма ҳимоя белгилари, фирма алоҳида қадоклаш усули, маҳсулот сифатини яхшилаш мақсадида, фирманинг қулай жойлашуви). Реклама эса, эркин рақобат шароитидан фарқли равишда, бозорлар қўшилиб кетишига йўл қўймайди.

Баҳоланмаган рақобат омиллари фирмани харидорлар талабини қондириш учун янги имкониятлар қидиришга ундайди, уларга «ҳаваснинг пуллик қоидалари» ни сингдириб боради.

Ишлаб чиқариш ва сотиш харажатлари концепциясида харажатлар фабрика доирасида товарларни ишлаб чиқаришга кетган сарфлардангина (биринчи) эмас деб қаралади. Транспорт (ташиш), сортировка қилиш

(ажратиш), сақлаш, уйларга етказиш харажатлари (иккинчи) мавжуд бўлиб, улар талабларни қондириш учун янада яхши қулайликлар яратади. Икки хил кўринишдаги харажат ўртасида чегара ўтказиш (ишлаб чиқариш харажатлари, сотиш харажатлари) таклиф ва талаб ўртасидаги фарқ каби қиймат назариясида фундаментал аҳамият касб этади. Сотиш харажатлари мазкур маҳсулотга талабни оширади, ишлаб чиқариш харажатлари унинг таклифини оширади.

3.3. Корхона (фирмада) рақобат таҳлилида

“McKinsey 7S” таҳлил моделини қўллаш

Ўтган асрнинг 80-йилларида АҚШнинг “McKinsey” консалтинг компанияси маслаҳатчилари гуруҳи томонидан ишлаб чиқилган “McKinsey 7S” моделини қўллаш иқтисодиётимизнинг ривожланишига яқиндан ёрдам беради. Моделнинг асосий муаллифлари Том Петерс ва Роберт Ватерманлар ҳисобланиб, улар томонидан моделнинг асосий тамойиллари кўрсатиб ўтилган ва мазкур тамойил асосида корхона бошқарув фаолиятини такомиллаштириш имкониятлари мавжуд бўлади. Бугунги кунга келиб, модел бутун дунёда амалиётда қабул қилинган ҳамда корхона тасарруфида омилкор бизнес жараёнларини яратишга ва оптималлаштириш учун фойдаланадиган стратегик менежмент ва маркетинг бўйича кўплаб корхона раҳбарлари ва мутахассисларининг ишончини қозонган. “McKinsey 7S” модели компаниянинг ички ташкилий тузилмасини ва фаолият кўрсатиш тамойилларини таҳлил қилишнинг қулай воситаси ҳисобланади. Ушбу модель асосида ташкилот микро иқтисодиётининг етита асосий элементи таҳлил қилинади ва қуйидаги хулосани беришга имкон беради, яъни, корхона тасарруфидаги бизнес жараёнлар қандай даражада яхши ташкил этилган ва мавжуд ресурслар қанчалик самарали тарзда йўналтирилган[.

“McKinsey 7S” модели ҳар қандай корxonанинг ички бизнес жараёнларини такомиллаштиришга, корхона самарадорлигини оширишга ёрдам беради ҳамда ташкилий тузилмада режалаштирилган ўзгаришларнинг

мумкин бўлган натижаларини таҳлил қилиш, бўлинмаларни бирлаштириш ва бирлашувни амалга ошириш, корxonанинг ривожланиш стратегиясини амалга оширишнинг энг яхши усулини аниқлаш учун хизмат қилади. Бу корxonани ривожлантиришда инсон омили ёки мавжуд техника билан эмас, балки фақат корxonанинг тузилмасини тадқиқ этади, бу эса корxonанинг истиқболини баҳолашда ва таҳлил қилишда асосий вазифани бажаради.¹⁰

Таҳлил ва натижалар

“McKinsey 7S” модели қуйидаги еттита тамойилни ўзида жамлайди:

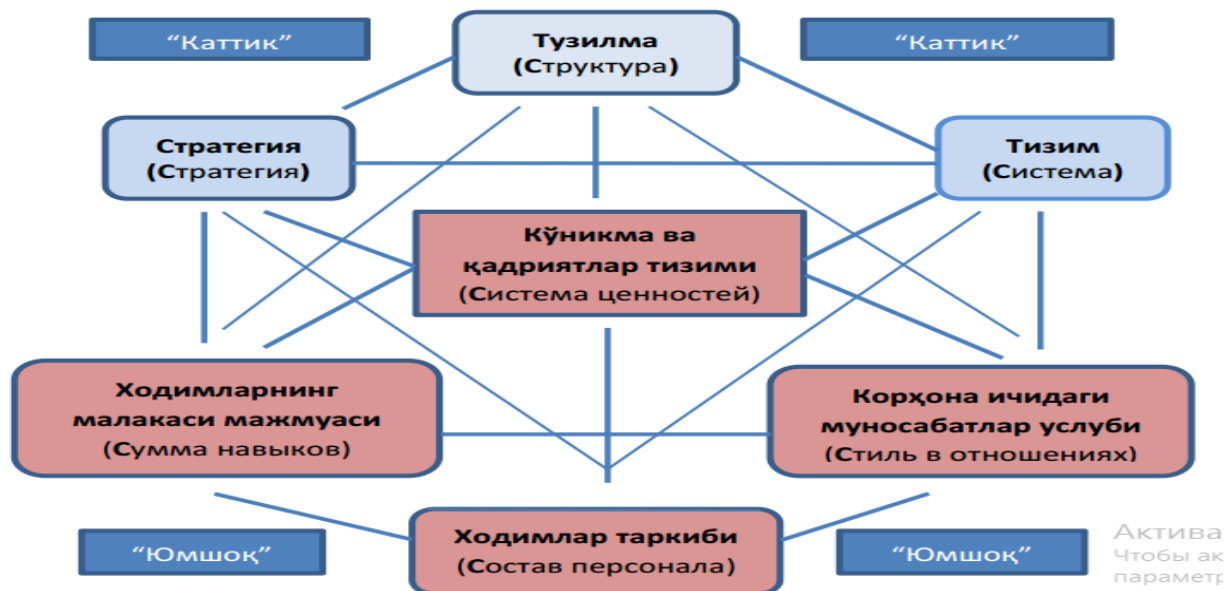
- корxона стратегияси;
- корxonанинг таркибий қисми;
- бошқарув тизими;
- корxона тасарруфидаги муносабатлар услуби;
- ходимлар фаолияти таркиби;
- кўникма ва қадриятлар миқдори;
- ходимларнинг малакаси.

Модел ташкилот муҳитининг еттита асосий тамойилини таҳлил қилиш асосида қурилган. Моделдаги барча тамойиллар ўзаро бир-бирига боғлиқ. Бу шуни англатадики, юқорида кўрсатилган соҳаларнинг ҳеч бўлмаганда биттаси ўзгарса, дарҳол бошқа ўзгаришлар талаб қилинади. Қуйидаги 1-расмда “McKinsey 7S” моделининг намуна сифатида бир кўриниши келтирилган. Чизмада барча тамойиллар бир-бирига боғланган ҳамда “юмшоқ” ва “қаттиқ” икки йирик бўлинмаларга бўлинган.

Корxonанинг тузилиш, стратегияси ва бошқарув тизими – бу бўлинмалар корxonанинг “қаттиқ тамойиллар”нинг уч қисмини ўз ичига олади ва бу тамойиллар мос равишда корxonани бошқаришни осонлаштириш ва истиқболини баҳолашда қулайликлар туғдиради. Моделнинг барча бошқа қисмларини ўз ичига олган “юмшоқ тамойиллар” эса бошқариш ва баҳолашни мураккаблаштиради, бироқ кўп ҳолларда корxonанинг асосий

¹⁰ Лобзов А.В. Без чего не работает корпоративная система управления проектами // Российское предпринимательство. – 2015. – Том 16. – № 13. – С. 2045- 2052.

таркибий қисмларини шакллантиради ва улар узоқ муддатли рақобатбардошлик тамойилларини яратиши мумкин.



(1-расм).

1-расм. “McKinsey 7S” моделининг тузилиши¹¹

Корхона кўникмалар ва қадриятлар тизими “McKinsey 7S” моделининг марказида бежиз жойлашган эмас. Модел муаллифлари корхона фаолиятининг асосий тамойиллари ва ваколатларини ички муҳитнинг қолган барча тамойилларига таъсирига ва аҳамиятига алоҳида урғу беришни таъкидлаб ўтганлар. Юқорида айтиб ўтилганидек, “McKinsey 7S” модели корхона ички муҳитининг етита асосий тамойилига асосланган. Қуйида моделдаги ҳар бир элементни батафсил кўриб чиқамиз.

Корхона стратегияси. Корхона стратегияси узоқ муддатли ривожланиш режасини белгилайди, бу бизнеснинг рақобатбардошлигини оширишга ва барқарор рақобатбардош устунликларни яратишга ёрдам беради. Тўғри танланган стратегиянинг мезонлари қуйидагилардир, яъни: мақсадларнинг аниқ шакллантирилиши, узоқ муддатли мақсадларга эга бўлиши, рақобатбардош устунликка эришишга йўналтирилган бўлиши, корxonанинг умумий фаолияти билан ўзаро боғлиқлиги.

Корxonанинг тузилиш. Моделдаги тузилмага кўра, ҳар бир бўлимнинг боғлиқлик тамойиллари, устуворлиги ва жавобгарлик соҳаси кўрсатилган

¹¹ www.iqtisodiyot.uz

корхона таркибидаги турли бўлимлар ўртасидаги ўзаро муносабатларни ташкил этиш усуллари тушунилади. Моделнинг бу тамойили мос равишда ва осон ўзгариши мумкин.

Бошқарув тизими. Бошқарув тизими корхонанинг мунтазам операцион (амалий) тартибларини таърифлайди. “McKinsey 7S” моделининг ушбу тамойили бошқарув қарорлари қандай қабул қилинганлиги, корхонада кундалик ишлар қандай амалга ошириляётгани, бизнеснинг қандай усуллари ривожланаётганлиги учун жавоб беради.

Қадриятлар тизими. Қадриятлар тизими корхонада фаолият кўрсатаётган ходимларнинг касбий қобилияти ва ваколатлар доираси миқёсини ифодалайди.

Ходимлар таркиби. Ходимларни ишга қабул қилиш, уларни мутахассисликларга ажратиш, уларга кўрсатма ва тавсиялар бериш ва рағбатлантириш. Бу тамойил корхонада ходимларнинг амалда қай даражада фаолият юритаётганини таҳлил этади.

Корхона тасарруфидаги муносабатлар услуби. Бу тамойил корхона томонидан қабул қилинган бошқарув услубини ифодалайди. Корхонада раҳбарлар фаолияти натижаси ва бизнесни ривожлантириш учун муҳим қарорлар қабул қилишда уларнинг ролини ифодалайди.

Ходимларнинг малакаси. Бу тамойил корхона ходимларни қайта таёрлаш ва малакасини ошириш, уларнинг етук даражада фаолият юритиши учун етарли даражада малакага эга бўлишларини таъминлайди.

“McKinsey 7S” моделини амалиётда қўллаш жараёнида олиб бориладиган асосий вазифалар қуйидагилардан иборат:

Бу ерда олти та тамойиллар кўриб чиқилади, яъни:

- модел элементлари таърифи;
- қарама-қаршиликлар таҳлили;
- мукамал моделни яратиш усули;
- асосий ўзгаришларни аниқлаш;
- ўзгаришларни киритиш;

- моделни қайта таҳлил қилиш.

1. Модель элементлари таърифи. Биринчи босқичда 2-жадвалда келтирилган назорат рўйхатидан (анкетадан) фойдаланиб, моделнинг ҳар бир тамойилини тавсифланади. Моделнинг ҳар бир тамойилини monosyllables (мураккаб) усулда ифодаланган маълумотлардан фойдаланиб, мумкин қадар батафсил тушунтиришга ҳаракат қилиш лозим.

2. Қарама-қаршиликларни таҳлил қилиш. Иккинчи босқич – бу барча тамойилларни ўзаро таҳлил қилиш ва улар ўртасидаги ўзаро қарама-қаршиликлар мавжудлигини аниқлаш, улар бир-бирлари билан қанчалик боғлиқ ва бир-бирини қўллаб-қувватлашини ўрганади.

Қадриятлар тизимини таҳлил қилиш қуйидаги амаллар орқали бажарилади: стратегия, тузилма ва бошқарув тизимига нисбатан қанчалик мукамаллиги таҳлили. Сўнгра “қаттиқ” тамойиллар таҳлили олиб борилади, яъни, улар бир-бири билан қандай алоқадалар ва улар ўртасида бир-бириларга нисбатан зиддиятларнинг мавжуд эмаслиги ўрганилади. Сўнгра “юмшоқ” тамойилларнинг қайси элементлари “қаттиқ” элементларга мослиги таҳлил этилади ва “юмшоқ” тамойилларнинг ўзаро зид келмаслиги таҳлил қилинади.

3. Мукамал моделни яратиш усули. Учинчи босқич – корхонанинг мукамал моделини яратишдан иборат, унда барча етита тамойил бирлаштирилади. Моделни қўллашнинг бу босқичи энг узоқ муддатлидир ва кўплаб муқобил усулларни қўллашни талаб қилади. Сўнгра қўлланиладиган мукамал моделни яратиш учун корхонанинг мавжуд тузилмаси ва қадриятларини инобатга олган ҳолда, энг кам қаршилик кўрсатиш йўли танланади. Биринчидан, “юмшоқ” тамойилларда қандай ҳолатлар рўй бериши мумкинлиги ўрганилади, сўнгра бу тамойилларнинг корхона “қаттиқ” тамойилларига мос келиши ўрганилади. Иккинчидан, ҳар бир “қаттиқ” тамойилларни ўзгартириш амалга оширилади. Учинчи босқичда корхонанинг асосий қадриятларини кўтариш вазифалари амалга оширилади.

4. Ўзгаришлар режаси. Тўртинчи босқич – корхонани қайта ташкил этиш зарурияти аниқланади ва ривожланиш жараёнига тўсқинлик қилувчи қарама-қаршиликларни бартараф этиш ва корхонанинг самарадорлигини кўтариш учун моделларнинг барча тамойилларини бир-бирини тўлдириши ва таъминлаши учун қандай муҳим ўзгаришлар қилиш зарурлиги белгиланади. Бу амалдаги ва такомиллаштирилган (мукаммал) моделларни бир-бири билан солиштириш имконини яратади.

5. Ўзгаришларни киритиш. Бешинчи босқич – корхонани такомиллаштиришга мўлжалланган режаларни амалга оширишдан иборат. Ҳар қандай ҳолатда лойиҳани амалга ошириш энг муҳим ва мураккаб босқич ҳисобланади. Корхонада қабул қилинган қарорлар ижобий натижа бермаса, корхонани иқтисодий ўсиши ҳам рўй бермайди. Шунинг учун, ўзгаришларни амалга оширувчи ва таҳлил қилувчи алоҳида гуруҳини шакллантириш мақсадга мувофиқдир ва бу гуруҳ таркибига холис ходимлар жалб этилади.

6. Мониторинг(Назорат). Сўнгги олтинчи босқич, амалга оширилган ишларни кузатиб бориш ва ушбу модели етита тамойилининг ҳар бирини таҳлил қилиш асосида қайта қуришни амалга оширади. Ҳар бир тамойилни ўзгартириш, бошқа тамойилларни қисман ўзгаришига олиб келади, шунинг учун корхона микроиқтисодиётини барча етита тамойиллари фаолиятини муайян тартибли назаротини таминлайди. “McKinsey 7S” модели бўйича корхона микроиқтисодиётини барча қисмларини таҳлил қилиш учун кичик назорат варақасини яратиш ва уни мунтазам тўлдириб бориш таклиф этилади. Натижада корхона фаолияти мазкур модел асосида қандай ютуқ ёки камчиликларга эга бўлиши кузатиб борилади. Варақада корхонанинг асосий қадриятларини қайси тамойиллар ташкил этадилар, корхонанинг корпоратив маданияти қандай шаклланади, қабул қилинган қарорларнинг қай бири қанчалик самара бериши ҳақида ахборотлар тўпланади.

Моделнинг фаолият кўрсатиши намунаси. Биз қуйида “McKinsey 7S” моделининг корхона амалиётда фаолият кўрсатиши бўйича намунасини кўриб чиқамиз. Бизнинг мисолимизда биз таҳлил қилаётган корхонада рўй

бераётган микроиктисодий ўзгаришларни кўриб чиқамиз ва модел корхона бизнесининг ташкилий вазифаларини ҳал қилишда қандай ёрдам бериш амаллари ўрганилади.

1-қисм. Интернет орқали корхона муайян хизматларни таклиф қилсин. Корхонанинг асосий стратегияси уни бозордаги улушини оширишдан иборат. Корхонанинг ўз фаолияти янги ташкил этилганлиги сабабли, корхона бошқарув иерархиясининг юқори бўғинидаги бир неча раҳбарларга бўйсунди ва бўғиннинг қуйи қисми бир нечта ходимлардан иборат бўлади. Корхонанинг кичиклиги туфайли ходимларнинг ҳаракатини мувофиқлаштириш учун мураккаб расмий тизимлар яратиш шарт эмас. Мазкур корхона учун “McKinsey 7S” модели қуйидаги кўринишга эга:

1- жадвал

Корхона учун “McKinsey 7S” моделининг кўриниши¹²

<i>7S модели тамойиллари</i>	<i>Тамойиллар тавсифи</i>	<i>Зиддият</i>
<i>Корхона стратегияси</i>	Ҳозирги ассортиментнинг аста-секин қамраб олиниши	йўқ
<i>Корхонанинг тузулмаси</i>	Маъмурий буйруқбозлик тизими	йўқ
<i>Бошқарув тизими</i>	Буюртмаларни қайта ишлаш тизими ва мижозлар билан ишлаш, бўлимларнинг ишини назорат қилиш, ходимларни бошқариш.	йўқ
<i>Ҳодимлар малакаси</i>	Хизматларни сотиш билан боғлиқ бўлган ишланмалар корхонада яхши ифодаланган.	йўқ
<i>Ҳодимлар таркиби</i>	Бошқарув ва аналитик кўникмаларнинг йўқлиги Ходимларнинг энг кўп миқдори ва уларнинг мотивацион мураккаб тизимлари.	йўқ
<i>Корхона тасарруфидаги муносабатлар услуби</i>	Демократик, қисман нотўғри бошқарув услуби.	йўқ
<i>Кўникма ва кадриятлар миқдори</i>	Фоиз ва энг юксак маҳорат	йўқ

Натижалар: Корхонанинг барча қисмлари бир-бирига мукамал даражада боғлиқ ва уларнинг фаолияти бир-бирига зид келмайди. Бу ҳолатда корхона самарали фаолият кўрсатади ва кенгаяди.

2-қисм. Корхона анча кенгайган, унинг таркибида 500 дан ортик ходимлар фаолият кўрсатади ва унинг бозордаги маҳсулот тури бўйича улуши 50 фоиздан ошади. Корхона тузилмаси аста-секинлик билан

¹² “Иктисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнал. №2. 2018 й.

бюрократик машинага айланади ҳамда ходимларни рағбатлантиришнинг янги тизимлари пайдо бўлади. Корхонанинг кадриятлари тизими ҳам ривожлана бориб, ходимлар юқори малакаси ва фаолликлари ҳам кадрли ва аҳамиятли шаклга эга бўлади. Аввалги кадриятлар (ишонч ва гуруҳда фаолият кўрсатиш) янги ходимларнинг кўпайиши ҳисобига долзарблик мақомини йўқотади. Корхонанинг ушбу ҳолатини таҳлил қилган ҳолда модел қуйидаги кўринишга эга бўлиши мумкин:

2- жадвал

Корхона учун “McKinsey 7S” моделининг кўриниши¹³

7S Элементи	Элементлар тавсифи	Зиддият
Корхона стратегияси	Ишлаб чиқарилаётган маҳсулот орқали бозорни эгаллаб олиш	ҳа
Корхонанинг тузулмаси	Бюрократик машина	йўқ
Бошқарув тизими	Буюртмаларни қайта ишлаш тизими ва мижозлар билан ишлаш, бўлимлар фаолияти назорати, ходимларни бошқариш	ҳа
Ҳодимлар маҳорати йиғиндиси	Корхонада аниқ номоён бўлган маҳсулотларни сотиш асосида шаклланган маҳорат	ҳа
Ҳодимлар таркиби	Ҳодимларнинг катта миқдори ва уларни рағбатлантиришнинг мураккаб тизимлари	йўқ
Корхона ичидаги муносабатлар услуби	Бошқарувнинг демократик, қисман хаотик усули	ҳа
Кадриятлар миқдори:	Юқори маҳорат ва фаоллик	ҳа

Кўплаб муқобил вариантлар таҳлили шуни кўрсатадики, корхона фаолиятига иккита микроиқтисодиёт элементларни мослаштириш мақсадга мувофиқдир, яъни: бўйинсуниш ва жавобгарлик тизимига кўмаклашувчи бюрократик тузилма белгиланган мақсадларга юқори даражада эришиш имконини берувчи ходимлар таркиби. Бироқ, микроиқтисодиётнинг қолган бешта элементлари корхонанинг кескин ривожланиши шароитида ўзаро қарама-қаршилик шароитида бўладилар. Бундай таҳлил корхона ҳаёт фаолияти кенгайиши қобилияти мавжуд эмаслигини кўрсатади. Бозорнинг катта қисми эгаллангандан сўнг уни тўлиқ қамраб олиш мураккаблашади. Ушбу ҳолатда, бозорга янги маҳсулотларни киритиш ва географик экспансия (кенгайиш) амали яхши стратегия бўлиб ҳисобланади. Шу билан биргаликда корхона фаолиятида стратегик режалаштириш ҳамда ахборотларни тўплаш

¹³“Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнал. №2. 2018 й.

ва таҳлил қилиш тизимларининг етишмовчилиги ҳолатлари ҳам кузатилади. Мазкур тизимлар корxonанинг бозордаги улушини сақлаб қолиш ва хусусий бизнес амалларини тартибга солиш учун зарур ҳисобланадилар. Бошқарувнинг турли усули корxона учун янги муаммони яратади, раҳбарият катта ташкилотни бошқариш кўникмаларига эга бўлмаган ҳолда корxона ўсишига салбий таъсир кўрсатувчи бошқарувнинг демократик усулларини қўллаб-қувватлаш усулига ўтади. Бунда бошқарувнинг янги кўникмалари зудлик билан корxона тизимига татбиқ этилишлари зарур.

Биз юқорида “McKinsey 7S” модели билан ишлаш усулини кўриб чиқдик. Модел оддий бўлгани билан бирга амалиётда моделда мавжуд бўлган еттига элементни мос равишда тўплаш мураккаб вазифа ҳисобланади. Бундай мослик корxона тасарруфидаги карама-қаршиликларнинг олдини олиш ва бизнес жараёнларни такомиллаштириш бўйича амалларни тартибга солиш имконини яратади.

Ўзбекистон республикаси давлат тасаррафидан чиқарилган корxonалар олдида турган вазифалардан бири чуқур рақобат шароитида фаолият кўрсатиш ҳамда кенг ассортиментга эга бўлган сифатли маҳсулотлар ишлаб чиқариш долзарб вазифа бўлиб қолмоқда. Бундай мураккаб масалаларни ижобий ҳал этишда корxonаларнинг бошқарув тизимларини кўп тамойиллик ва бозор инфраструктурасига мос равишда ташкил этиш корxonаларнинг ривожланиши гаровидир. Мазкур тамойиллар билан бирга корxonанинг ташкилий тузилмасини “McKinsey 7S” модели асосида таҳлил этиш ҳамда “юмшоқ” ва “қаттиқ” тамойилларининг аниқ тарзда белгиланиши ва улар ўртасидаги боғлиқликларни мукамал даражада ўрнатиш корxона олдида турган вазифаларни юқори даражада ҳал этиш имконини беради.

Татбиқ қилишга мўлжалланган модел асосида белгиланган тамойиллардан “қаттиқ” тамойиллар ўртасидаги алоқаларни тадқиқ этишда математиканинг “қаттиқ”, яъни аниқ ҳисоблашларининг татбиқ этилиши, “юмшоқ” тамойиллар ўртасидаги алоқаларни тадқиқ этишда эса “юмшоқ” ҳисоблашларни татбиқ этилиши тамойиллар ўртасидаги алоқаларни мукамал тарзда ўрнатиш имконини яратади.

4-МАВЗУ. РАҚОБАТБАРДОШЛИК ВА УНИНГ НАМОЁН БЎЛИШ ШАКЛЛАРИ

4.1.Рақобатбардошлик тушунчасининг иқтисодий мазмуни ва ўзига хос хусусиятлари

Мамлакат ва минтақалар иқтисодиётини ривожланишини тартибга солишнинг муҳим йўналишларидан бири уларнинг рақобатбардошлигини ошириш билан боғлиқ. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш. Мирзиёев томонидан қабул қилинган — Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисидаги Фармонининг 3.2-банди “Таркибий ўзгартиришларни чуқурлаштириш, миллий иқтисодиётнинг етакчи тармоқларини модернизация ва диверсификация қилиш ҳисобига унинг рақобатбардошлигини ошириш”¹⁴ деб номланиб, унда — иқтисодиёт тармоқлари учун самарали рақобатбардош муҳитни шакллантириш ҳамда маҳсулотлар ва хизматлар кўрсатиш бозорларида монополияни босқичма-босқич камайтириш; принципиал жиҳатдан янги маҳсулот ва технологиялар турларини чиқаришни ўзлаштириш, бунга асосан ички ва ташқи бозорларда миллий товарларнинг рақобатбардошлигини таъминлаш вазифалари белгилаб берилган. Иқтисодиётни ривожлантириш ва либераллаштириш асосида албатта таркибий ўзгартиришларни чуқурлаштириш, миллий иқтисодиётнинг етакчи тармоқларини модернизация ва диверсификация қилиш ҳисобига унинг рақобатбардошлигини ошириш масаласи туради.

Рақобатбардошлик тушунчаси XX асрнинг охири ва XXI асрнинг бошларида хорижий давлатларда минтақавий сиёсатни белгилаб берувчи асосий тамойилга айланмоқда. Иқтисодчи олимлар томонидан минтақавий рақобатбардошликка бағишланган бир қатор монографиялар, мақолалар чоп этилмоқда ва махсус илмий тадқиқот ишлари амалга оширилмоқда.

¹⁴ 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли Фармони.

Жаҳон мамлакатлари иқтисодий тараққиётнинг қайси моделини танламасин мамлакат иқтисодиётининг жаҳон хўжалигидаги мавқеи ва ўрни унинг рақобатбардошлик даражаси билан белгиланади. Иқтисодий адабиётларда —рақобатбардошлик тушунчаси билан бир қаторда — рақобатдошлик тушунчаси ҳам қўлланилади. Бу иккита тушунча амалда бир хил мазмунни ифодалайди. Рақобатбардошлик – бу одатда товар ишлаб чиқарувчиларнинг минимал фойдалиликни таъминловчи нархда ташқи бозорда сотиш учун ишлаб чиқаришга бўлган қобилияти ҳисобланади. Таъкидлаш лозимки, рақобатбардошлик товарлар бозори билан чекланиб қолмай, макроиқтисодий тавсифга эга ҳисобланади. Ўзбекистон Республикаси Биринчи Президенти И.А.Каримов таъкидлаганларидек, —ўз-ўзидан аёнки, рақобатдош иқтисодиётни шакллантирмасдан, пировард натижада эса рақобатдош мамлакатни барпо этмасдан туриб, биз қабул қилган демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепциясида кўзда тутилган мақсадли вазифаларни амалга оширмасдан туриб, бу ҳақда жиддий сўз юритиш мумкин эмас.

Тарихга назар соладиган бўлсак, мамлакатларнинг рақобатдошлиги концепцияси миллий иқтисодиётнинг халқаро меҳнат тақсимотидаги ўрнини белгилаб берувчи қиёсий афзалликлари назариясига асосланади. Бу ерда қиёсий афзалликлар деганда мамлакатда арзон ишчи кучи, бой табиий ресурслар, қулай географик жойлашув, иқлим, инфратузилма ва бошқа омиллар тушунилади. Ўзбекистон қуйидаги қиёсий афзалликларга эга:

- қишлоқ хўжалиги ривожланиши учун қулай табиий иқлим шароитларининг мавжудлиги;
- бой табиий ресурслар ва рекреация ресурсларига эгаллиги;
- бой маданий-тарихий меросга эгаллиги;
- мамлакатнинг қулай географик жойлашуви;
- Ўзбекистон аҳолисининг меҳнатсеварлиги ва тадбиркорлик қобилиятига эга бўлган меҳнат ресурсларининг мавжудлиги.

Ўзбекистоннинг рақобат жиҳатдан афзалликларини таҳлил қиладиган бўлсак, қуйидагиларни ажратиш мумкин: мамлакат сиёсий ва ҳуқуқий тизимининг барқарорлиги;

– инсонни ривожлантиришга, яъни, таълим, соғлиқни сақлаш,

– ижтимоий эҳтиёжларга катта қўйилмаларнинг йўналтирилганлиги; аҳоли ўртача яшаш ёшининг узунлиги;

– меҳнат ресурсларининг рақобатдошлиги;

– мамлакат аҳолиси таълим даражасининг юқорилиги.

– Қиёсий афзалликларга эга бўлиш билан бирга республика миллий иқтисодиётининг рақобат афзалликларини ҳам ривожлантириш зарур. Мазкур ҳолатда иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини ошириш мақсадида қуйидаги омилларга асосий эътиборни қаратиш лозим, хусусан: мамлакат сиёсий ва ҳуқуқий тизимининг барқарорлиги, меҳнат ресурсларининг рақобатдошлиги ва мамлакат аҳолиси таълим даражасининг юқорилиги.

Ҳозирги кунда жаҳон иқтисодиётининг барқарор ривожланиш суръатларини таъминлаш, халқаро рақобатни вужудга келтиришнинг муҳим шarti дунё мамлакатлари иқтисодиётининг очиқлиги билан белгиланади. Ўзбекистон иқтисодиёти эркинлашуви чуқурлашиб, очиқлик даражаси ортиб жаҳон хўжалигига интеграциялашуви кучайиб бормоқда. Баъзи иқтисодчиларнинг фикрича, иқтисодиётнинг очиқлик даражаси миллий ишлаб чиқаришнинг тармоқ таркибига боғлиқдир. Ишлаб чиқариш ҳажмининг умумий таркибида базавий тармоқлар улуши қанчалик юқори бўлса, иқтисодиётнинг очиқлик даражаси шунчалик паст бўлади. Ушбу ҳолат базавий тармоқларнинг халқаро ихтисослашув жараёнига кам даражада жалб этилганлиги ва асосан ички бозорга йўналтирилганлиги билан изоҳланади.

Қайд этиб ўтилганидек, иқтисодиётнинг очиқлиги халқаро иқтисодий рақобатнинг муҳим шarti ҳисобланади. Мамлакатларнинг рақобатдошлиги қандай аниқланади ва у нималарга боғлиқ? Нима сабабдан баъзи мамлакатлар рақобатдошлиги жиҳатидан бошқа мамлакатларга нисбатан илгарилаб кетган? Рақобатдошлик тушунчасига иқтисодий адабиётда

фирмаларнинг мавжуд шароитда рақобатчиларига нисбатан баҳо ва баҳосиз тавсифига кўра товарларни лойихалаштириш, тайёрлаш ва сотиш борасидаги реал ва потенциал имкониятларидир дея таъриф берилди.

АҚШнинг Гарвард университети профессори М. Портер фикрича, мамлакатнинг рақобатдошлиги даражасини унинг миллий компаниялари ишлаб чиқараётган маҳсулотлар, фирмалар, тармоқлар рақобатдошлиги таъминлаб беради. Шунинг учун дастлаб мамлакат рақобатдошлигини эмас, балки миллий компаниялар рақобатдошлигини таҳлил этиш лозим. У мамлакат компанияларининг муваффақиятини таъминлаб берадиган қулай муҳитни яратиш қуйидаги тўртта муҳим кўрсаткичга боғлиқлигини таъкидлайди:

ишлаб чиқариш омиллари билан таъминланганлик;

– талаб кўрсаткичлари;

– яқин ва хизмат кўрсатувчи тармоқлар;

– рақобат муҳити ва фирма стратегияси.

– Ушбу муҳит доирасидаги миллий компанияларнинг самарали фаолияти мамлакатнинг рақобатдошлик рейтингини белгилаб беради.

4.2. Рақобатбардошликни тавсифловчи муҳим кўрсаткичлар

“Жаҳон амалиётида мутахассислар миллий иқтисодиётни рақобатдошлигини аниқлаш учун 340 дан ортиқ кўрсаткичлар ва 100 дан ортиқ усуллардан фойдаланишади. Мамлакатнинг рақобатдошлигини аниқлашда қуйидагилар асосий омиллар сифатида хизмат қилади: иқтисодий салоҳият ва иқтисодиётнинг ўсиш суръатлари; саноат ишлаб чиқаришнинг самарадорлиги; илмий-техник тараққиётнинг ривожланиш даражаси ва уни ўзлаштириш суръатлари; халқаро меҳнат тақсимотида қатнашиш; ички бозор ҳажми ва динамикаси; иқтисодиётда давлатнинг роли; молия тизимининг эгилувчанлиги; меҳнат ресурслари билан таъминланганлик ва малака

даражаси; ички сиёсий ва ижтимоий-иқтисодий ҳолат; иқтисодиётнинг жаҳон бозори конъюнктураси талабига мослашиш даражаси ва қобиляти»¹⁵.

Швейцариянинг Лозанна шаҳрида жойлашган Менежментни ривожлантириш халқаро институти ҳар йили дунёнинг етакчи 47 мамлакатига рақобатдошлик нуқтаи назаридан баҳо беради. Таҳлиллар 287 мезон бўйича гуруҳланган 8 та омил бўйича амалга оширилади: миллий иқтисодиёт тавсифи – ЯИМ ҳажми, инвестициялар ва жамғармалар ҳажми, пировард истеъмол даражаси, аҳоли турмуш даражаси, иқтисодиётнинг амал қилиш самарадорлиги даражаси; иқтисодиётнинг байналмилаллашув даражаси; сиёсий тизимнинг барқарорлиги; молия тизими; инфратузилма; бошқарувнинг самарадорлиги; фан ва технологияларнинг ривожланиш даражаси; меҳнат ресурсларининг тавсифи. Мамлакатлар рақобатдошлигини таҳлил этувчи халқаро тадқиқотлардан бири – бу Жаҳон иқтисодий форумининг методикаси ҳисобланади. Тадқиқот жараёнида мамлакатнинг иқтисодий ўсишини баҳолашда ўрта ва узоқ муддатли ривожланиш динамикасини тавсифловчи муҳим макро ва микроиқтисодий кўрсаткичлар асосида рақобатдошликнинг агрегат индекслари ҳисобланади. Ушбу методика 30 йилдан буён қўлланилади ва унинг натижалари Жаҳон иқтисодий форумининг Глобал рақобатдошлик тўғрисидаги маърузасида чоп этилади.

Минтақалар рақобатбардошлиги назарияси эндигина шаклланаётганлиги сабабли унинг мазмуни, тушунчаси бўйича олимлар ўртасида турли қарашлар ва таърифлар мавжуд. Фикримизча, минтақа рақобатбардошлиги – унинг рақобатбардошлик афзалликларидан самарали фойдаланган ҳолда рақобатбардош товарлар ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатишни ташкил этиш асосида аҳоли турмуш даражасини оширишдан иборат. Минтақалар ўртасидаги рақобатбардошлик жараёни мамлакатлар, тармоқлар ва корхоналар ўртасидаги аниқ бир кўринишга эга бўлмайди. Ушбу жараён етарлича узоқ ва мураккаб бўлиб, минтақаларнинг рақобатбардошлиги,

¹⁵ Портер М. Конкуренция. /Пер. с англ. - М.: Издательский дом "Вильямс", 2002.

биринчи навбатда инвестицияларни жалб қилган ҳолда ҳар бир ҳудуднинг рақобат афзалликларидан самарали фойдаланишга қаратилгандир. Минтақавий рақобатбардошликни ошириш уларнинг узоқ муддатли ривожлантириш стратегиясининг асосини ташкил қилади.

Халқаро тажриба ва олиб борилган тадқиқотларнинг кўрсатишича, минтақанинг рақобатбардошлиги кўп жиҳатдан унинг табиий-иқтисодий салоҳиятининг мавжудлиги ва даражаси билан аниқланади. Салоҳиятни баҳолашга асосланган ёндашув минтақанинг рақобат афзалликларини аниқ кўрсатиб беради. Бунда минтақанинг рақобатбардошлигини шакллантирувчи асосий салоҳият турларини аниқлаш муҳим аҳамиятга эга. Минтақа рақобатбардошлик даражасига таъсир кўрсатувчи асосий салоҳиятлар қуйидагилар ҳисобланади: табиий ресурслар салоҳияти, инсон омили, молиявий, экологик ва институционал ўзгаришлар.

Рақобатбардошлик даражасини оширишнинг дастлабки босқичида транспорт-географик жойлашув, агроиқлим шароитлари, ер-сув, минерал-ҳом ашё ва маҳаллий ресурсларни ўзида жамловчи табиий ресурслар салоҳияти асосий ўрин эгаллайди.

Минтақа рақобатбардошлиги кўп жиҳатдан нисбий афзалликларга, биринчидан табиий бойликларга, иккинчидан минтақани ривожлантиришни давлат томонидан тартибга солишнинг самарадорлигига, учинчидан инновацион лойиҳалардан унумли фойдаланишга боғлиқдир.

Умуман олганда, ҳудудий омилнинг роли нафақат муҳим, балки универсал ҳамдир. Шу муносабат билан М.Портернинг нуқтаи назари ғоят муҳим бўлиб, унинг қатъий таъкидлашига кўра, минтақанинг географик ўрни рақобатчилик учун фундаментал аҳамият касб этади, "...жаҳон иқтисодиёти шароитида рақобатдаги барқарор устунликлар кўпроқ ҳолларда ва кўпроқ даражада маҳаллий кўринишга эга бўлиб, юқори даражада ихтисослашган касбий малакалар ва билимлар, институтлар, рақиблар, ўзаро боғланган иқтисодий фаолият турлари, шунингдек, муайян мамлакат ёки минтақадаги кўпни кўрган ва тажрибали истеъмолчиларнинг бир ерда тўпланишидан

юзага келади. Географик, маданий ва ташкилий жиҳатдан яқинлик ахборотдан махсус фойдаланиш имконияти, алоҳида муносабатлар, ахборотга тўлиқ эга бўлиш, кудратли рағбатлантирувчи омилларнинг юзага келиши, шунингдек, масофадан туриб эга бўлиш қийинчилик туғдирадиган ишлаб чиқаришдаги бошқа афзалликларни таъминлаб беради... Географик ҳолат, аввалги ўн йилликлардагидан бошқачароқ маънода бўлса-да, XXI аср чегарасида ҳам ўз аҳамиятини сақлаб қолмоқда”¹⁶.

Бунда муайян ҳудудга аниқ “боғланган” “ҳаёт сифати” деб аталувчи синтетик тушунча рақобатбардошликнинг энг муҳим жиҳати бўлиб қоладики, бу тушунча ҳар хил кўламдаги турли-туман ходисаларни ўз ичига олади: бандлик масштаблари ва характери ҳамда меҳнат шароити, таълим ва саводхонлик даражаси, уй-жой билан таъминланганлик ва унинг қулайлиги, ижтимоий таъминот тизими, экологик яшаш шароитлари ва ҳ.к.

Буларнинг ҳаммаси эса ҳудудий жиҳатдан локал (турғун) жойлашган бозор потенциални, инновацион ва инвестицион иқлимни, ўз ихтиёридаги барқарор иқтисодий такрор ишлаб чиқаришнинг ҳам, истеъмолчилик стандартлари, технологиялар, товарлар, хизматлар ва капиталларни бошқа минтақаларга “олға силжитиш”нинг ҳам имкониятларини аввалдан белгилаб беради.

4.3. Макроиқтисодий, мезоиқтисодий ва микроиқтисодий даражадаги рақобатбардошликни баҳолаш

Мезоиқтисодиётнинг муайян ҳудудга “боғланган”лиги мамлакатлар масштабида ҳам, геоиқтисодий масштабда ҳам унинг етакчи (доминанта) функциялари ўртасидаги ўзаро муносабатларни сақлаб қолади.

Минтақанинг функционал йўналганлиги, бир томондан, умумий ижтимоий-иқтисодий потенциални белгилаб берса, иккинчи томондан, у ёки бу функция доирасида рақобатчиликдаги устунликларни реализация қилиш учун шарт-шароитларни шакллантиради. Функционал типологиянинг классик моделида (ҳар қандай анча соддалаштирилган назарий моделда

¹⁶ Портер М. Международная конкуренция. – Москва: Международные отношения, 2005. – 859 с.

бўлганидек) у ёки бу минтақа ҳар хил турларга мансуб бўлади, масалан, аграр, аграр-индустиал, индустриал, рекреацион ва б. Бундай содалаштирилган тасниф минтақавий иқтисодиётнинг айрим етакчи функцияларини ажратиш кўрсатиш имконини беради. Бу тасниф асосини авваламбор функционал-соҳавий ёндошув ташкил қилиши мумкинки, бунда иқтисодий фаолиятнинг нафақат устунлик қилувчи йўналишлари, балки минтақа учун ихтисослашган (унинг ихтисослигини белгилайдиган) йўналишлари ҳам минтақа таснифининг асоси бўлади.

Минтақалар бир-бирдан ажралган ҳолда эмас, балки ўзаро муносабатда, ягона иқтисодий фазода ривожланар экан, уларни таснифлашда (айниқса рақобатбардошлиқни параметризациялаш маъносида) айрим ғарб олимларининг (А. Фишер, Д. Белл ва б.) тадқиқотларида ўз ривожини топаётган иқтисодиётни бир қатор секторларга ажратишга қаратилган йўналиш алоҳида аҳамият касб этмоқда деса ҳам бўлади. Бўлар: бирламчи сектор (қишлоқ хўжалиги, тоғ-кон иши, балиқчилик), икқиламчи сектор (ишлаб чиқарадиган саноат), учламчи сектор (транспорт, коммунал хўжалик), тўртламчи сектор (савдо, молия хизматлари, суғурта, кўчмас мулк устида ўтказиладиган операциялар), бешламчи сектор (соғлиқни сақлаш, таълим, илмий тадқиқотлар, давлат бошқаруви соҳаси, дам олиш ва кўнгил очиш индустрияси).

Бу ҳолда ҳудуд (минтақа, шаҳар ва х.к.)нинг рақобатбардошлиги минтақавий шарт-шароитлар ва ижтимоий ишлаб чиқариш омилларининг (шу жумладан, ҳудудий-локализация омилнинг, яъни глобал иқтисодиётга минтақа эгаллаган жой) йиғиндисини ҳам, бошқа мезоиктисодиётлар билан солиштирганда, улардан самарали фойдаланишни ҳам ўз ичига сиғдирадиган синтетик ҳодиса сифатида намоён бўлади. Бунда ушбу омиллардан фойдаланиш деганда, фақат хусусий ва корпоратив мақсадларда эмас, балки кўпроқ бутун ҳудудий умумлашманинг манфаатларини ҳисобга олган ҳолда фойдаланиш кўзда тутилади.

Бу билан боғлиқ ҳолда минтақавий иқтисодиёт рақобатбардошлигини тадқиқ этишда тегишли кўрсаткичлар (индикаторлар)нинг бир бутун йиғиндиси билан иш кўришга тўғри келади. Рақобатбардошлик муаммосининг ушбу жиҳатига диққатни қаратар эканмиз, унга баҳо беришда ҳозирги замон иқтисодиётида анчайин диверсификацион ёндошув юзага келганини таъкидлаб ўтмай бўлмайди.

М.Портер ҳам минтақа рақобатбардошлилигини баҳолашда (бу масала унда мамлакат рақобатбардошлиги концепциясининг ўзига хос проекциясини ташкил этади) умуман олганда худди шунга ўхшаш ёндошувдан келиб чиқади¹⁷. Ушбу муаллифга кўра, минтақа рақобатбардошлилиги – бу минтақавий ресурслардан, биринчи навбатда, ишчи кучи ва капиталдан фойдаланишнинг бошқа минтақаларга нисбатан унумдорлиги (маҳсулдорлиги). Унумдорлик эса ялпи минтақавий маҳсулот (ЯРМ)нинг аҳоли жон бошига миқдори билан, шунингдек, унинг динамикасида белгиланади.

Рақобатбардошликнинг ривожланиши қуйидаги тўртта босқичда амалга оширилади:

- ишлаб чиқариш омиллари асосидаги рақобатчилик;
- инвестициялар асосидаги рақобатчилик;
- ноу-хаулар асосидаги рақобатчилик ва;
- бойлик асосидаги рақобатчилик.

Дастлабки учта босқич иқтисодий ўсишни таъминлайди, охириги эса турғунлик ва инқирозни келтириб чиқаради.

¹⁷ Портер М. Международная конкуренция. – Москва: Международные отношения, 2005. – 859 с.

5- МАВЗУ. МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ БАҲОЛАШГА НИСБАТАН УСЛУБИЙ ЁНДАШУВЛАР

5.1. Рақобатбардошлик даражалари

Ҳар қандай мамлакатда ички бозорда рақобатнинг мавжудлиги бозор ҳўжалиги муваффақиятли фаолият кўрсатишининг асосий кўрсаткичи ҳисобланади, жаҳоннинг кўплаб мамлакатларида, шу жумладан, ўтиш иқтисодиётга эга бўлган мамлакатларда рақобат тўғрисида қонунларнинг қабул қилинганлиги ва мазкур масалалар билан шуғулланувчи миллий ташкилотларнинг ташкил этилганлиги ушбу ҳолатни тасдиқлаб турибди. Хусусан, Ўзбекистонда Монополиядан чиқариш ва рақобатни ривожлантириш давлат қўмитаси (Монополияга қарши қўмита) ташкил этилган бўлиб, унинг фаолияти республика иқтисодиётида рақобат муҳитини яратиш, мулкчиликнинг турли шаклларидаги корхоналар ва фирмалар, шу жумладан, мулкчиликнинг турли шаклларидаги корхоналар ва фирмалар ҳўжалик фаолиятини юритиш учун тенг рақобат имкониятларини барпо этишга йўналтирилган.

Миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлиги – бу иқтисодиётнинг муҳим кўрсаткичлари ҳолатини ташқи параметрларга нисбатан яли баҳолашни ўзида мужассам этган қиёсий тавсиф ҳисобланади, шу сабабли миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлиги халқаро рақобатда намоён бўлади.

Иқтисодиётнинг рақобатбардошлиги намоён бўлишининг кўп даражали шаклларига эга:

- товарнинг рақобатбардошлиги;
- ходимнинг рақобатбардошлиги;
- товар ишлаб чиқарувчисининг рақобатбардошлиги;
- тармоқнинг рақобатбардошлиги;

- мамлакатнинг рақобатбардошлиги (ёки миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлиги).

Бунда рақобатбардошликнинг барча даражалари ўртасида жипс ички ва ташқи ўзаро боғлиқлик мавжуд. Мамлакат ва тармоқнинг рақобатбардошлиги пировардида муайян товар ишлаб чиқарувчининг рақобатбардош товар ишлаб чиқариш қобилиятига боғлиқ. Миллий иқтисодиётнинг "Барқарор стратегия, тузилма ва рақобатчилик" сифатида белгиланган рақобат жиҳатдан устунлигини шакллантиришнинг энг муҳим омилни кўриб чиқамиз. Демак, мамлакатда компанияни ташкил этиш ва бошқариш тенденцияларига таъсир кўрсатувчи маълум шароитларнинг мавжудлиги ҳам ички рақобатнинг хусусиятини белгилаб беради.

Таъкидлаш жоизки, рақобат жиҳатдан устунликларни шакллантириш учун меҳнатга ва ходимларнинг касбий кўникмаларини оширишга шахсий қизиқтириш ҳам муҳим рол ўйнайди. Сўнгги ўн йилликлар иқтисодий амалиёти шуни исботламоқдаки, буюк иқтидор ва қобилият соҳиблари миллат учун энг катта ва аҳамиятли ресурс ҳисобланади, чунки мамлакат эришаётган ютуқлар кўп жиҳатдан ушбу иқтидор соҳиблари танлайдиган таълимнинг даражаси ва хилига, қаерда ишлашни афзал кўришига, уларнинг ишлашига ва ҳаракат қилишига боғлиқ. Шунинг учун мамлакатлар инсонлар нуқтаи назаридан нуфузли ёки ундан миллий қахрамонлар етишиб чиқадиган иқтисодий фаолиятни рақобатбардош қилишга интилади.

Ташқи бозорга чиқиш ҳамиша рақобат курашига тортилиш демакдир. Товар бозорлари ғоят тўйинган, таклиф талабдан устун бўлган шароитларда ҳар бир товар ва унинг ортида турган товар ишлаб чиқарувчи истеъмолчининг назарига тушиш учун кураш олиб боришга мажбур. Харидорнинг айрим бир эҳтиёжлари тенг ёки ўзгарадиган шароитларда бир хил ёки ҳар хил усуллар билан кондирришга мўлжалланган хилма-хил товарлар айнаи бир пайтда таклиф этилади. Бундай шароитда истеъмолчи ўзининг қиймат бирлиги бўйича рақобатчилар товарларига қараганда

эхтиёжни кўпроқ ва юқори даражада қондирадиган товарни танлайди. Мабодо товар сотилмаган бўлса ва харидор бошқа компания маҳсулотини танлаган ҳамда мазкур товарни рад этган бўлса, унда бу компанияни паст харажатлар ҳам, юксак меҳнат унумдорлиги ҳам жонига оро қирмайди. Касодга учраш хавфи аниқ ҳақиқатга айланади.

Рақобатбардошлик даражасини аниқлаш аксарият фақат товарлар билан чегараланиб қолмай, балки корхоналар, компаниялар, ҳатто мамлакатга нисбатан ҳам татбиқ этилади. Рақобатбардошлик серкирра тушунча бўлиб, унга жуда кўп омиллар таъсир кўрсатади. Тадқиқот мақсадларига қараб асосий омиллар ва уларнинг миқдорларини ҳисоблаш усуллари танлаб олинади. Масалан, фирманинг рақобатбардошлиги даражасини баҳолашда тармоқ бозорида рақобат кураши жадаллигини белгилайдиган омиллар таҳлил учун асос сифатида хизмат қилади.

Бундай омилларга қуйидагилар киради:

1. Рақобатчи фирмалар сони ва уларнинг қиёсий қуввати.

Бу омил рақобат кураши даражасига ҳал қилувчи таъсир кўрсатади. Бозорда қуввати тахминан тенг бўлган фирмалар иштирок этган ҳолларда рақобат жадаллиги кучли намоён бўлади. Агар бозорда бир қанча йирик компаниялар мавжуд бўлса, кичикроқ фирма танг аҳволда қолади.

2. Рақиблар ҳаракатларининг диверсификациялашуви даражаси компанияларнинг сони ва кўлами асосидаги рақобат тавсифини тўлдиради. Бу омил рақобатчи фирмаларнинг мустақил ёки шериклар жалб этган ҳолда иш ва хизматларнинг кенг комплексини амалга ошириш, тармоқ маҳсулотларининг ҳар хил турларини ишлаб чиқариш қобилиятини акс эттиради. Бозорда бундай рақобатчиларнинг кўп бўлиши маҳсулотнинг муайян тури ёки бозор сегментида ихтисослашган фирмаларнинг улар билан тўқнашуви муқаррар эканлигидан далолат беради.

3. Бозордаги талаб ҳажмини ўрганиш. Бу омил юқоридаги икки омилнинг таъсирини кучайтиради ёки сусайтиради. Талаб кенгайган ҳолларда рақобат миқёси пасаяди; аксинча, талабнинг қисқариши рақобатни, ҳатто дастлаб унинг даражаси паст бўлган ҳолда ҳам, кучайтиради.

4. Маҳсулотнинг табақалашуви даражаси. Умумий маркетинг назариясидан маълумки, маҳсулотнинг табақаланиш даражаси нақадар юқори бўлса, бошқа ҳолатлар тенг бўлган шароитларда бозорда рақобат даражаси шу қадар суст бўлади. Ҳар бир ишлаб чиқарувчи ўз маҳсулотини айрим алоҳида бир сегментга таклиф этганида рақобат энг паст даражага тушади. Аксинча, барча ишлаб чиқарувчилар жами харидорлар учун бир хил даражада мўлжалланган ўхшаш маҳсулотлар ишлаб чиқарса, улар ўртасидаги рақобат ғоят кучаяди.

5. Истеъмолчиларнинг бир ишлаб чиқарувчидан бошқасига кўчиши харажатлари. Бир фирма хизматидан фойдаланиб келган истеъмолчи вақт ўтиши билан муайян сабабларга кўра бошқа фирма хизматидан фойдаланишни ихтиёр қилиб қолиши мумкин. Бундай ҳолларда кўчишда кўп чиқимдорлик рақобат даражасини пасайтиришга олиб келиши мумкин. Аксинча, паст кўчиш харажатлари турли компаниялар иш ва хизматлари технологиясининг юксак даражада бир хиллашганлиги туфайли рақобат курашини авж олдиради. Шу сабабли, гарчи бу борада истеъмолчи талабининг ўзига хослигига эътибор берилса-да, рақобатни таҳлил этишда бу омил албатта ҳисобга олиниши зарур. Чунки кўпгина ҳолларда харидорлар мукамалроқ маҳсулот ва хизмат турларини олиш учун қўшимча харажатларга борадилар.

б. Бозордан чиқиб кетиш тўсиқлари ва уларнинг даражаси. Маълумки, компанияларнинг бошқа тармоқ бозорларига кўчиши ёки бизнеснинг шу соҳасидан чиқиши катта харажатлар билан боғлиқ тармоқларда рақобат кучли. Бундай харажатларга, масалан, асосий активларни тугатиш ёки сотиш билан боғлиқ харажатлар, савдо-сотик тармоғидан маҳрум бўлиш, товар

етказиб берувчилар ва бошқа шерикларни алмаштириш билан боғлиқ харажатлар, ишлаб чиқаришни қайта ташкил этиш бўйича чиқимлар ва бошқалар киради. Тармоқ бозоридан кетиш тўсиқлари кўп бўлмаган тармоқларда, шунингдек, кенг профилдаги компаниялар бир бозордан бошқасига эркин ўта оладиган ҳолларда ҳам рақобат жуда паст бўлади.

7. Бозорга кириб келиш ва унинг даражаси. Бу омил юқоридаги омил билан чамбарчас боғланган, аммо унга зид тарзда амал қилади. Тўсиқларнинг кўпайиши рақобатни пасайтиради ёки аксинча. Юқорида кўриб ўтганимиздек, бу ўринда капитал сарфларга эҳтиёж, янги субпудратчилар, жихоз-ускуналар етказиб берувчиларни топиш, буюртмачи ва шериклар билан янги алоқаларни барпо этиш омиллари муҳим аҳамиятга эга. Технология ва ишлаб чиқаришни ташкил этиш соҳасида патентлар ва "ноу-хау" сотиб олиш муҳим аҳамият касб этади. Технология турлари, фойдаланиш хусусиятлари ва бошқа омиллар бўйича табақалашув қанча юқори бўлса, бозорга кириб келиш тўсиқлари ҳам шу қадар кўп бўлади. Умумий омиллардан ташқари тармоққа, бошқа мамлакатларнинг айрим бозорларига кириб бориш тўсиқлари кўшимча шароитларга ҳам боғлиқ. Масалан, қонун бўйича чеклашлар, чет эл фирмаларининг савдо ишларига ушбу мамлакатда белгиланган солиқлар шундай шароитларга киради. Рақибларнинг маҳаллий фирмалар қиёфасидаги шерикларининг йўқлиги, ушбу мамлакатдаги буюртмачилар билан алоқа ўрнатишнинг қийинлиги каби омиллар ҳам бозорга кириб келиш имкониятларини чеклаши мумкин.

8. Ёндош тармоқ бозорларидаги вазият. Ёндош тармоқ бозорларидаги конъюнктура ва рақобатни ўрганиш айрим бир тармоқ бозоридаги рақобат даражасини белгилайди. Кўпгина ҳолларда тармоқ бозоридаги рақобат даражасини таҳлил қилишни умуман жаргон товар бозоридаги рақобат даражасини таҳлил қилишдан бошлайдилар. Умумий рақобат даражасининг кучайиши, ёндош бозорлардаги юқори рақобат даражаси, ушбу тармоқ бозоридаги рақобат даражасини кўтаради.

9. Рақиблар стратегиясидаги фарқлар. Рақиблар стратегиясини татбиқ этиш рақибларнинг стратегик маҳсулотларидаги умумийлик ёки тафовутларни аниқлаш мақсадларида ўтказилади. Агар кўпчилик рақобатчи фирмалар бир хил стратегияга амал қилаётган бўлса, рақобат даражаси кучайтирилади. Аксинча, кўпчилик етакчи фирмалар турли стратегияни қўллаган шароитларда рақобат даражаси нисбатан пасаяди.

10. Ушбу бозорда рақобат учун алоҳида сабабларнинг бўлиши, рақобат даражаси бозорнинг алоҳида бир жалб этувчилик ёки аксинча, бездирувчилик хусусиятлари билан ҳам белгиланади. Маҳсулот нархларининг бирданига ўзгариб кетиши, жаргон хом ашё нархларининг ўзгариши, янги хом ашё манбаларининг топилиши, лойиҳаларни молиялаш учун маблағларни кўпайтириш, ҳарбий харажатлар, гражданлар урушларининг бошланиши, давлат тўнтаришлари бозорнинг бундай хусусиятларига сабаб бўлади. Ёрдамчи сабабларни таҳлил этиш рақобат даражаси қайси омил ҳисобига кўтарилиганини аниқлашга хизмат қилади. Маркетологлар тармоқ бозоридаги рақобат омилларини хулосавий таҳлил этишда улардан ҳар бирининг таъсир йўналишини қиёслайдилар ва турли омилларнинг нисбий аҳамиятини ҳисобга оладилар. Айрим бир фирманинг рақобатбардошлиги даражасини, унинг тармоқ бозоридаги ўрнини аниқлашда сунгги хулосаларга келиши учун тупланган маълумотни мамлакатдаги рақобат даражаси ҳамда мамлакатнинг умуман жаҳон иқтисодиётида рақобатбардошлиги даражаси таҳлили билан тўлдирмоқ зарур.

5.2. Товар рақобатбардошлигини баҳолаш босқичлари

Харидорнинг харажатлари икки қисмдан ташкил топади, унинг бир қисмини харид харажатлари (товар нархи), иккинчи қисмини уни истеъмол этиш билан боғлиқ харажатлар ташкил этади. Агар товар техникавий жиҳатдан мураккаб буюм бўлса, харидор бу буюмдан фойдаланишда яна харажатлар қилишига тўғри келади, айтайлик, ёнилғи, сурков мойлари,

эҳтиёт қисмлар ва бошқалар сотиб олишига мажбур бўлади. Мабодо товар ишлаб чиқариш мақсадларида кўлланиладиган бўлса, унга хизмат кўрсатадиган ходимлар меҳнатига ҳақ тўлаш, уларни ўқитишга, суғурта қилишга ва бошқаларга маблағ сарфлаш лозим. Аксарият ҳолларда товар сотилганидан кейин уни харидорга етказиб бериш, ўрнатиш, текшириш зарур.

Товар истеъмоли билан боғлиқ бўлган жами харажатлар "истеъмол нархи" деб аталади. Одатда, истеъмол нархи харид нархидан юқори юради. Шу сабабли бозорда энг паст нарх кўйилган товар эмас, балки харидорга хизмат қилишнинг бутун даври давомида истеъмол нархи энг паст бўлган товар энг рақобатбардош ҳисобланади.

Товар рақобатбардошлигини баҳолаш асосан уч босқичдан иборат.

Булар қуйидагилардан иборат:



Биринчи босқич — бозорни таҳлил этиш ва қиёс тарзида фойдаланиш учун энг рақобатбардош намуна-товарни танлаш. Намунани танлаш рақобатбардошликни таҳлил қилишнинг энг масъулиятли вазифаларидан бири ҳисобланади. Бу босқичда хатоларга йўл

кўйиш жами иш натижаларини йўқка чиқариши мумкин. Намуна таҳлил қилинадиган товар мансуб бўлган товарлар гуруҳидан, шу бозорга хос, кенг доирада харидорлар ҳурматини қозонган бўлиши лозим.

Иккинчи босқич – иккала товарда қиёсланадиган томонлар мажмуини белгилаш. Шунини таъкидлаш лозимки, бозорга чиқариш мўлжалланаётган (лойиҳаланаётган) товар билан бозорда бўлган товарнинг параметрлари шунчаки оддий қиёсланадиган бўлса, рақобатчи товарлар харидорлар эҳтиёжларини қай даражада қондира олиши ҳамда харидорларнинг келажакдаги талабларига қай даражада жавоб бера олиши масаласи эътибордан четда қолади. Шу сабабли ҳар қандай лойиҳа энг мукамал

маънода истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини аниқ-равшан ифодалашдан бошланмоғи лозим. Шу асосда ягона параметрик кўрсаткич аниқланади:

Умуман, рақобатбардошликни тавсифлайдиган параметрлар қуйидаги гуруҳларга бўлинади:

— техникавий (улар "қатъий" деб аталади). Бу гуруҳ ўз навбатида буюмни маҳсулотларнинг аниқ тур (синф) га мансублигини белгилайдиган тавсифий-мақсадли параметрлар (масалан, двигатели қуввати 60 от кучидан 90 от кучигача бўлган автомобиллар, пассажир сифими 55 дан 70 кишигача бўлган самолётлар ва ҳоказо каби) ҳамда маҳсулотга хос бўлган техникавий-конструкторлик ечимларини акс эттирадиган конструкция параметрлари (масалан, биоплан ҳамда моноплан самолётлар, енгил ва юк автомобиллари каби);

— норматив тартибдаги параметрлар. Бу параметрлар буюмнинг давлат, халқаро, минтака ёки бошқа даражада талаб чегараларни тартибга солиб турадиган меъёрлар, стандартлар, қоидаларга мувофиқ келиш-келмаслигини кўрсатади (ушбу параметрнинг шу чегаралардан четлашуви мумкин эмас). Бу талабларга жавоб бермайдиган товарлар умуман фойдаланишга берилиши мумкин эмас.

— патент-ҳуқуқий масалалар ҳам меъёрий параметрларга киради. Патент софлиги кўрсаткичи маҳсулотнинг экспорт қилиш эҳтимоли бўлган мамлакатдаги патентлар таъсирига тушадиган, импортер мамлакатада саноат намунаси ва товар белгисининг рўйхатга олинган техник ечимларга бойлиги даражасини ифода этади;

— "юмшоқ" ("ўзгарувчан") техникавий параметрларга эргономик (гигиеник, антропометрик, физиологик, психологик ва бошқа) кўрсаткичлар киради. Бу параметрлар товарнинг инсон организм хусусиятларига мувофиқ келишини, қулайлик, иш сифати, толиқиш тезлиги ва бошқаларни кўрсатади. Эстетик параметрлар предметнинг шакли ва мазмуни бирлиги, кўрими даражасини акс эттиради, ижобий ёки салбий ҳиссиётларни пайдо этади, бу

ҳиссиётлар говинда харидорнинг товарни баҳолашида асосий аҳамият касб этади.

— экологик параметрлар атроф-муҳитни муҳофаза қилиш бўйича талабларнинг бажарилишини акс эттиради. Буларга зарарли аралашмалар миқдори, маҳсулотни ишлатиш ёки истеъмол қилиш чоғида нурланиш ёки зарралар, газ кабиларнинг чиқишини мисол қилиб келтириш мумкин.

Ҳозирги бозор хилма-хил, жумладан "қатъий" параметрлари ҳам жуда ўхшаш бўлган товарлар билан тўлган даврда товарларга ўзига хослик ва жозоба берадиган "юмшоқ" параметрларнинг аҳамияти ортиб бормоқда. Чет элларда бундай тенденция кенг истеъмол моллари билан бир қаторда ишлаб чиқариш мақсадларидаги товарлар бозорларида ҳам кузатилади.

Учинчи босқич – ташкилий параметрлар етказиб бериш шартлари, етказиб беришнинг бутлиги, кафолат муддатлари, шартлари ва бошқалар.

Товарнинг истеъмол параметрлари мажмуини аниқлаш — унинг рақобатбардошлигини таҳлил қилишдаги энг муҳим иш ҳисобланади. Шундан кейин бу параметрларнинг иерархияси белгиланади, бунда истемолчи учун энг муҳим бўлган томонлар биринчи ўринга қўйилади.

Ҳар бир параметрнинг "салмоғини" аниқлаш корхонада ташкил этилган, ишончли бозор ахборотига эга бўлган экспертлар гуруҳига топширилади. Улар ишлаб чиққан нуқтаи назарни янада ойдинлаштириш учун бозорни татбиқ этишнинг "майдон" усулида қўшимча маълумотлар тўпланади.

Рақобатбардошлик нуқтаи назаридан энг "салмоқли", етакчи бўлган параметрлар биринчи навбатда синчковлик билан татбиқ этилади. Албатта, бундай ёндашув иккинчи даражали параметрларни таҳлил этишни истисно қилмайди, чунки баъзан товарнинг бозор муваффақиятини таъминлашда худди шундай параметрлар ғоят муҳим роль ўйнаши мумкин.

5.3. Рақобатбардошликни шакллантириш ва ривожлантиришнинг М. Портер модели (миллий ромб)

Миллий иқтисодиётнинг рақобатдошлилиги – ҳалол рақобат шароитида жаҳон бозори талабларини қондирувчи, иқтисодий ўсиш ва турмуш

сифатини оширишни таъминлайдиган товарларни ишлаб чиқариш ва хизматлар кўрсатиш ҳамда ўрта ва узоқ муддатга иқтисодий ўсишнинг юқори суръатларини таъминлаб туриш қобилиятидир. Миллий иқтисодиётнинг рақобатдошлиги масаласи доимо иқтисодчи олимларнинг диққат марказида бўлиб келган. Ушбу масаладаги замонавий назарияларнинг кўпига асос бўлган фикрлар М. Портернинг изланишларида ёритилган. М. Портер мамлакат иқтисодиётининг рақобатдошлиги унинг ресурслар билан яхши таъминлангангагина боғлиқ эмаслигини, рақобат устунлигини шакллантириш, таъминлаб туриш мумкинлигини кўрсатиб берди ва унга мамлакат фирмаларининг рақобатдошлигини таъминлаш орқали эришилади, деган фикрни илгари сурди. Рақобатдошликни шакллантириш ва ривожлантиришнинг М.Портер концепциясига кўра, мамлакатнинг рақобат жиҳатдан устунликлари “миллий ромб”ни ташкил этувчи тўртта унсурдан иборат. Қуйида “миллий ромб” ни ташкил этувчи унсурларга қисқача тўхталиб ўтамиз. . (2-расм.)



2-расм. М. Портернинг рақобат устунликлари ромби¹⁸

¹⁸ Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран. М.: /пер. с англ. – Международные отношения, 2008, 782с.

М. Портер концепциясига кўра, мамлакатнинг рақобат жиҳатдан устунликлари “миллий ромб”ни ташкил этувчи тўртта унсурдан иборат. Улар қуйидагилар:

1. Омиллар билан таъминланганлик
2. Талаб параметрлари
3. Ўзаро боғлиқ ва бир-бирини тўлдирувчи тармоқлар
4. Фирмалар стратегияси таркиби ва рақобатчилик муҳити

Мамлакатнинг рақобат жиҳатдан устунликлари “миллий ромб”ни ташкил этувчи тўртта унсурларни алоҳида кўриб ўтамиз.

1. Омиллар билан таъминланганлик. Ишлаб чиқариш омиллари назарияси бўйича товар айланишининг оқими ишлаб чиқаришнинг меҳнат, ер, табиий ресурслар, сармоя, инфратузилма каби омилларини белгилаб беради. Мамлакатда ишлаб чиқариш омилларининг мавжудлиги миллий иқтисодиётни ривожлантириш учун ҳал қилувчи роль ўйнамайди. Ишлаб чиқариш омилларини шакллантириш ва янгилашнинг тезлиги ва самарадорлиги ҳамда иқтисодиётнинг маълум тармоқларида қўллаш муҳимдир. ижтимоий ишлаб чиқариш жараёнида кишилар билан табиат ўртасидаги боғланишни амалга оширувчи шахсий ва техник-буюмлашган элементлар тизимидан иборат.

Меҳнат, материал, билим, пул, инфратузилма ресурслари билан таъминланиш мамлакатнинг рақобатдошлигига ижобий таъсир кўрсатади. Бу ресурсларнинг баъзилари олдиндан мавжуд бўлса, айримлари яратилади ва ривожлантирилади.

2. Талаб параметрлари. Мамлакатда ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларга ички ва ташқи бозорлардаги талабнинг ҳажми, таркиби ва уларнинг ўзгариши миллий иқтисодиётнинг рақобатдошлигига бевосита таъсир кўрсатади. Бу маҳсулотларга талаб ҳажмининг ошиши миллий иқтисодиётнинг рақобатдошлигини оширади ва аксинча

3. Ўзаро боғлиқ ва бир-бирини тўлдирувчи тармоқлар. Рақобатдош ҳамкор тармоқларнинг мавжудлиги мураккаб маҳсулотларни ишлаб

чиқаришни йўлга қўйиш, қиммат ресурсларни мамлакат ичидан топиш, маҳсулот етказиб берувчилар фаолиятини мувофиқлаштириш, янгиликларни жорий қилишга кўмаклашиш имконини беради. Минглаб бутловчи қисмларни талаб этувчи автомобилларни ишлаб чиқаришда рақобатбардош бўлиш шу қисмларнинг аксариятининг мамлакатда ишлаб чиқарилишини йўлга қўймасдан мумкин бўлмаганидек, кимёвий толалар, тугмалар ва сифатли бўёқлар ишлаб чиқарувчи корхоналар мамлакатда мавжуд бўлмаса, биргина пахта хомашёсининг мўл-кўллиги кўйлак ишлаб чиқаришда рақобатдошликни таъминлаш учун етарли бўлмайди.

Турдош ва қўллаб-қувватловчи тармоқлар детерминанти қуйидаги кўрсаткичлар орқали ифодаланади:

- 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.

4. Фирмалар стратегияси таркиби ва рақобатчилик муҳити. Фирмани бошқаришда рақобатнинг хусусиятлари эътиборга олинади. Бунда турлича стратегия ва мақсадлар ишлаб чиқилади. Ички бозорда кескин рақобатнинг мавжудлиги фирмаларни ўз фаолиятини такомиллаштиришга, ишлаб чиқаришни кенгайтириш учун ташқи бозорларга чиқишга ундайди. Кучли ички рақобат муҳитида тобланган фирмалар ташқи бозорларда ҳам осонроқ муваффақиятга эришади.

М. Портер концепциясига асосланган замонавий модель 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.

“Шу сабабли ҳукуматнинг мамлакат ичида эркин рақобат муҳитини яратиш, монополлашувга қарши курашиш каби чора-тадбирлари муҳим аҳамиятга эга. Ушбу тўрт унсурга ҳукуматнинг фаолияти ва тасодифий ҳолатлар таъсир кўрсатади. Тасодифлар жумласига мамлакатни ривожлантиришнинг умумий шарт-шароитлари билан боғлиқ бўлмаган, юзага келишига фирма ҳам, давлат ҳам таъсир кўрсата олмайдиган ходисалар киради. Уларга ихтирочилик, йирик технологик ютуқлар, ресурслар нархининг кескин кўтарилиши, жаҳон молиявий бозорлари конъюктураси ва алмашинув курсларининг, ташқи талабнинг кескин ўзгариши, чет эл ҳукуматларининг сиёсий қарорлари, урушлар ва табиий офатларни киритиш мумкин”¹⁹.

Ҳукумат миллий иқтисодиётнинг рақобатдошлигини ҳар тўрт унсурга таъсир кўрсатиш орқали шакллантиради ва ўзгартиради. Демак, миллий иқтисодиётнинг рақобатдошлик даражаси унинг табиий ресурс салоҳияти, меҳнат ресурсларининг сони ва сифати (малака даражаси), ишлаб чиқаришнинг техник-технологик модернизациялашганлик даражаси, иқтисодиёт таркибий тузилишнинг такомиллашуви ва диверсификациялашуви, бизнес юритиш учун яратилган шарт-шароитларнинг қулайлиги, мамлакат корхоналарида ишлаб чиқариладиган маҳсулотларга бўлган талаб ҳажми, ўзаро боғлиқ ва бир-бирини тўлдирувчи тармоқлар фирмалар стратегияси, таркиби ва рақобатчилик муҳити, омиллар билан таъминланганлик, талаб параметрлари давлатнинг иқтисодий ривожланиш ҳамда ислоҳотлар стратегияси қай даражада илмий асослангани ва ўзгаришлар жараёнларини ҳисобга олгани ҳамда бошқа бир қанча омилларга боғлиқ, деб хулоса қилиш мумкин.

¹⁹ Ўзбекистон иқтисодиётининг рақобатбардошлигини ошириш муаммолари: назария ва амалиёт / Муаллифлар жамоаси: Р.О. Алимов, А.Ф. Расулев, А.М. Қодиров ва бошқалар // С.С. Ғуломов таҳрири остида. –Т.: Konsauditinform-Nashr, 2006.

6-МАВЗУ. МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ОШИРИШНИНГ ИЖТИМОЙ ОМИЛЛАРИ.

6.1. Инсон капитали ривожланишининг назарий асослари

Инсон капитали концепцияси XVII асрда пайдо бўлган, деб ҳисобланади. Уни биринчилардан бўлиб 1676 йилда Вильям Петти²⁰ урушда қуролларни йўқотишни инсон ҳаётини йўқотиш билан таққослаш асосида қўллади. У Англия учун урушда қатнашган инсон.

В. Петти бойлик ва унинг манбалари таркибига ер ва у келтирадиган рента, капитал ва ундан олинadиган фойда (фоиз) билан бир қаторда одамларнинг меҳнати, малакаси ва соғлиғига боғлиқ равишда, у ёки бу турдаги даромад келтиришини кўрсатган. Олимнинг фикрига кўра, инсон капиталининг миқдори ходимнинг бутун умри давомидаги иш ҳақи капиталлашиши билан баҳоланади²¹.

Яна бир аср ўтгандан сўнг Адам Смит ва классик иқтисодий назариянинг бошқа вақиллари ҳам инсон капитали концепциясини эътироф этдилар. Адам Смит 1776 йилда ўзининг “Халқлар бойлигининг моҳияти ва сабаблари хусусидаги тадқиқотлар” асарида халқларнинг бойлиги асосан ишчилар сони ва улар кўникмасининг сифати билан белгиланишини кўрсатган.

Бундан яна юз йил ўтгандан сўнг Альфред Маршалл ҳам инсон капиталига узоқ муддатли инвестициялар самараси ва бу жараёнда инсоннинг ролини таҳлил этди.

Ҳақиқатдан ҳам жаҳоннинг таракқий этган давлатлари иқтисодиёти ўсиши тўғрисидаги статистика маълумотлари ўсишнинг классик омилларига асосланган ҳисоб-китоблардаги кўрсаткичлардан анча юқори эканлигини кўрсатди. Иқтисодиёт ривожланиши ва ўсиши жараёнларини таҳлил этиш

²⁰ **Вильям Петти** (*William Petty*, 1623—1687) — инглиз иқтисодчиси, Англияда классик сиёсий иқтисод асосчиларидан бири. Асосий асари: “Солиқлар ва йиғимлар тўғрисида трактат” (“*Treatise of taxes and contributions*”, 1662)..

²¹ Петти В. Экономические и статистические работы / Петти В. Том 1. – М.: Соцэкгиз, 1940. - С.156.

инсон капиталини замонавий иқтисодиёт ва жамиятни ривожлантирадиган асосий ишлаб чиқариш ва ижтимоий омилга айланганидан далолат берди.

Давлат сиёсати ижтимоий соҳанинг ҳам асосий йўналишларини, хусусан, меҳнатнинг рағбатлантирувчи омиллари, меҳнатга ҳақ тўлашни бошқариш тизими, меҳнат самарадорлигини ошириш ва бошқаларни белгилайди. Шу боис меҳнат иқтисодиёти масалаларини, унинг назарий жиҳатларини тадқиқ этиш зарурати мавжуддир. У ўтиш иқтисодиёти хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда меҳнатнинг ишлаб чиқаришни кенгайтириш тоифаси сифатидаги моҳиятини тушунтириб берувчи масалаларни акс эттириши лозим. Фикримизча, бу – инсон капиталини такрор барпо қилиш назарияси, яъни моҳиятан иқтисодий ва ўзининг шакл-шамойилига кўра, ижтимоий назариядир.

Инсоний капитални такрор барпо қилишнинг замонавий концепциялари эркин рақобат механизмини идеаллаштиришни тадқиқ қилиш ва маълум маънода А.Маршаллнинг хўжалик юритувчи субъектларни субъектив баҳолашдан, яъни микроиқтисодий даражадаги тадқиқотлардан келиб чиқадиган танлаш эркинлиги концепциясига асосланади.¹ Бу танқиддан сиёсий иқтисодда янги йўналиш пайдо бўлди ва "неоклассик" номини олди. Унинг энг "ҳосилдор" вақиллари – М. Фридмен ("Капитализм и свобода", (1962), "Свобода выбора", 1979) ва бошқалар. Ж.Мут, Р.Лукас, Т.Саргент ва Н.Уоллес ягона микроиқтисодий асосни макроиқтисодий муаммолар таҳлилига келтиришга, яъни "синтез" назариясини яратишга ҳаракат қилдилар. Мазкур назариянинг марказий бўғини ахборотдан оқилона фойдаланиш ҳисобига ўзгариб турувчи бозор шароитларига тез мослаша оладиган бозор агентларидир. Буни бугун тадбиркорлик деб ҳам атайдилар. Агар ҳар бир тадбиркор бозорнинг ўзгаришига мослаша олса, у ҳолда микродаражада давлат томонидан бошқарилиш зарурати кескин йўқолади ва шу тариқа танлаш эркинлиги таъминланади. Мазкур назариянинг заиф томони шундан иборатки, у бозор агентлари қобилиятларининг ва рационал

¹ Маршалл А. Принципы экономической науки. - М.: Прогресс, 1993, Т. 2. С. 310.

ахборотдан фойдаланиш имкониятларининг бир хил эмаслигини ҳисобга олмайди.

Шу муносабат билан институционал-социологик йўналиш пайдо бўлиб, мустақил йўналиш сифатида жадал ривожланмоқда. Ж.Р.Коммонс, У.К.Митчелл, Ж.К.Гэлбрейт ишларида "институтлар" тушунчасига корпорациялар, касаба уюшмалари, давлат ва шунингдек, иқтисодий назария ва унинг предмети чегараларини кескин оширувчи психологик, ҳуқуқий, ахлоқий, техник ва бошқа ҳодисалар ҳам киритилган. Бу йўналиш XX аср охирида "постиндустриал", "информацион", "сервис" жамият назариялари таъсирида, турли ижтимоий-иқтисодий тизимларнинг конвергенцияси асосида оммавийлашди.

Институционалистларнинг фикрича, тадқиқотнинг бош объекти ҳар томонлама камол топган шахс бўлиши керак.

Уни тушуниш, жамият ривожланиши тенденциясини баҳолаш фақат кенг илм-фан бўйича таҳлил асосида амалга оширилиши мумкин, бундай таҳлил (иқтисодиётдан ташқари) ижтимоий психология, социология, ҳуқуқ, сиёсатшунослик ва бошқа ижтимоий фанларни ўз ичига олиши лозим.

XX асрнинг 60-йиллари ўртасида Г.Беккер инсон хулқ-атворида шу иқтисодий ёндашган ҳолда "инсоний капитал" назарияси аппаратини яратди. Иқтисодий ёндашув деганда индивидларнинг оқилона, энг мақбул хатти-ҳаракати тамойили назарда тутилади. Бундай ёндашув негизида оқилона умидлар гипотезаси ётади, унга кўра, инсон қарорлар қабул қилишда иқтисодий мақсадга мувофиқлик тамойилидан келиб чиқади, яъни энг кўп фойда, наф келтирадиган қарорларни қабул қилади. Г.Беккерга асосан, "инсоний капитал" – бу туғма қобилиятлар ва орттирилган билимлар, кўникмалар ва асослар йиғиндиси бўлиб, улардан мақсадли фойдаланиш даромаднинг ошишига олиб келади (индивид, корхона ёки жамият даражасида).

6.2. Миллий иқтисодий рақобатбардошлигини оширишда инсон тараққиёти концепциясининг роли

Жамиятнинг ривожланиш стратегияси – бу бош мақсад ва устуворликларни ҳамда сиёсий ислохотлар, иқтисодий ва ижтимоий дастурларни амалга оширишнинг изчиллиги, бирин-кетинлигини аниқ белгилашдир. Яққол ифодаланган стратегиясиз барқарор ижтимоий тараққиёт, ҳокимиятнинг турли тармоқлари ва даражаларида хатти-ҳаракатларни мувофиқлаштириш, ресурслар ва кучларнинг оптимал тақсимланишига эришиш мумкин эмас. Бу мақсад тўла-тўқис ҳолда БМТ томонидан илгари сурилган Инсон тараққиёти концепцияси (ИТК) билан уйғунлашгандир.

ИТКни англаш жараёнида туғиладиган биринчи савол табиийки, “инсон тараққиёти” деганда нима тушунилади? БМТнинг Тараққиёт дастури (БМТТД) томонидан тайёрланган 2010 йил Инсон тараққиёти ҳақидаги маърузада унга қуйидагича таъриф берилади:

“Инсон тараққиёти ўз моҳиятига кўра инсон эркинликлари қаторига одамларнинг узоқ, соғлом ва ижодкор ҳаётга бўлган ҳуқуқларини ҳамда бошқа, уларнинг фикри бўйича кадрлашга арзигулик мақсадларга эришиш; бизнинг муштарак сайёрамизда адолат ва ривожланишнинг барқарорлигини таъминлашда фаол иштирок этишни киритишдан иборат. Одамлар – алоҳидами ёки гуруҳларми – бир вақтда инсон ривожланишининг ҳам сайи-мақсади, ҳам ҳаракатлантирувчи кучидирлар.”²² .

Бу таърифни тушуниб етиш қуйидаги хулосани чиқаришга имкон беради: инсон тараққиёти – комплекс характерга эга бўлиб, ўз ичига инсоннинг ҳам моддий, ҳам маънавий эҳтиёжларини қондиришни, унинг соғлиққа, таълим олишга, ўзини ифода қилиш эркинлигига, бугунги ва келгуси авлодлар хавфсизлигига бўлган ҳуқуқларини таъминлашни қамраб олади.

²² Доклад о развитии человека 2010 – Реальное богатство народов: пути к развитию человека. – ПРООН, 2010. – С. 22.

Инсон тараққиёти концепцияси қачон ва қай тарзда вужудга келган? Узок вақт давомида дунёда иқтисодий ривожланиш концепцияси яқка ҳукмрон бўлиб келган. Қисқача айтганда, ушбу концепциянинг моҳияти ниҳоятда содда ва тушунарли: иқтисодиёт ва меҳнат самарадорлигининг ўсиш суръати юқори бўлган, ялпи ички маҳсулоти (ЯИМ) ва аҳоли жон бошига ўртача даромади юқори бўлган мамлакат фаровон ҳисобланади. Турли сиёсий, иқтисодий тизимларга эга давлатлар айнан иқтисодий ривожланиш суръатларига кўра ўзаро рақобатлашар эдилар. Бу концепция содда ва тушунарли бўлгани туфайли ҳамон одамлар тафаккурига ўз таъсирини ўтказиб келмоқда.

Аммо ХХІ аср бўсағасида иқтисодий ўсишнинг ўзи асосий мақсад эмаслиги аён бўлиб қолди. Жамиятнинг даромадлари фақат восита холос: улар кам таъминланган аҳоли қатламларини ижтимоий қўллаб-қувватлаш дастурларига ҳам, қуролланишга ҳам, маорифни ривожлантиришга ҳам, дабдабали, аммо халқ фаровонлигига таъсир кўрсатмайдиган лойиҳаларни амалга оширишга ҳам сарфланиши мумкин. Шу сабабли турли мамлакатлардаги турмуш сифати ҳар доим ҳам ўртача даромад даражасига мос келавермайди.

Бундан ташқари, ЯИМ нотекис тақсимланиши мумкин. Зеро, ҳукуматларнинг ижтимоий сиёсати фаол, кучли ёки суст, лоқайд бўлиши мумкин. Демак, ЯИМ даражаси ҳам, ўсиш суръати ҳам тараққиёт ва муваффақиятнинг асосий мезони бўла олмайди. Бу ҳақиқатни англаш янгича ёндашувни – Инсон тараққиёти концепциясини шакллантириш имконини берди.

Ушбу концепцияни вужудга келишига ҳинд иқтисодчиси, 1998 йил Нобель мукофоти лауреати Амартья Кумар Сеннинг илмий асарлари ва покистонлик машҳур иқтисодчи Маҳбуб ул-Ҳақнинг фаолияти катта ҳисса бўлиб қўшилди. Маҳбуб ул-Ҳақ БМТТД томонидан 1990 йилда тайёрланган биринчи “Инсон тараққиёти тўғрисида”ги маърузанинг ташаббускори ва муаллифларидан бири бўлди. Шундан буён ушбу нашр ҳар йили чоп

этилади.²³

Шунингдек, дунёнинг деярли барча давлатлари ҳар йили ИТКга асосланган ўз Миллий маърузаларини тайёрлайди.

1995 йилдан буён Ўзбекистонда Инсон тараққиёти тўғрисида тўққизта маъруза эълон қилинган бўлиб, улар ижтимоий сиёсат, иқтисодий ўсиш, ислохотларни ўтказишда давлатнинг роли, кичик ва ўрта бизнесни ривожлантириш, давлат бошқарувини марказлаштиришни чеклаш, соғлиқни сақлаш, таълим тизимига бағишланган.²⁴

Инсон тараққиёти ҳақидаги маъруза фақатгина қизиқарли статистик маълумотларни камраб олган оммабоп материал эмас. Бу, энг аввало, инсон тараққиёти борасидаги мамлакат стратегияси амалга оширилиши жараёнини акс эттиради, сиёсат устуворликларини ифодалайди ва келгуси ҳаракат дастурини белгилаб беради.²⁵

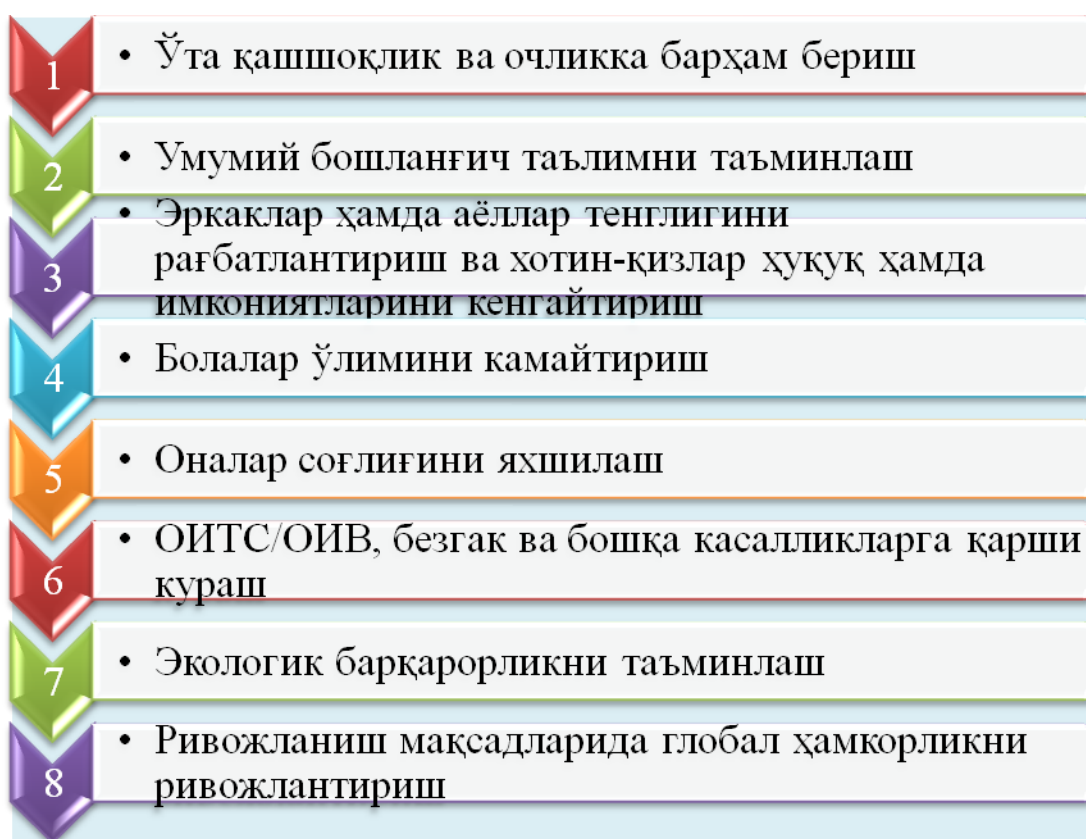
1 Ушбу нашрлар билан рус тилида www.undp.org сайти орқали танишиш мумкин. 2 Measuring human development. New York. 2007. - P. 2. 3 Ушбу ҳужжатлар билан ўзбек ва рус тилларида www.undp.uz веб-сайти орқали танишиш мумкин. 4 Инсон тараққиёти бўйича БМТТД маърузалари билан VII бобда батафсил танишиш мумкин. 8 Шундай қилиб, йигирма йилдан кам муддатда Инсон тараққиёти концепцияси ижтимоий жараённинг умум тан олинган парадигмасига айланди. Бошқача айтганда, у нафақат назарий қурилма, балки жамият ривожланишнинг комплекс моделидир. Инсон тарққиёти нуқтаи назаридан ютуқлар бугун барча жойларда мамлакат фаровонлиги ва у танлаган йўлнинг тўғрилигини тасдиқловчи бош мезон сифатида тан олинади. 2000 йилнинг сентябрь ойида БМТнинг Минг йиллик Саммити бўлиб ўтди ва унда БМТнинг Минг йиллик Декларацияси, яъни халқаро ҳамжамиятнинг инсон тараққиёти ва инсон хавфсизлигини таъминлаш борасидаги ҳаракат дастури бир овоздан қабул қилинди. Бу ҳужжатга биноан Минг йиллик ривожланиш мақсадлари, яъни 192 давлат ва

²³ Ушбу нашрлар билан рус тилида www.undp.org сайти орқали танишиш мумкин.

²⁴ Ушбу ҳужжатлар билан ўзбек ва рус тилларида www.undp.uz веб-сайти орқали танишиш мумкин.

²⁵ Инсон тараққиёти бўйича БМТТД маърузалари билан VII бобда батафсил танишиш мумкин.

23 халқаро ташкилотлар томонидан 2015 йилга келиб қашшоқликни бартараф қилиш, одамларнинг билим даражасини кўтариш, атроф-муҳитни ҳимоя қилиш, инсон ҳуқуқ ва эркинликлари тенглигини таъминлаш, касалликларга қарши курашиш, тинчлик ва хавфсизликни мустаҳкамлаш борасида эришиш керак бўлган вазифаларга оид мажбуриятлар белгиланди. МРМга эришиш билан боғлиқ ҳолатлар 8 та мақсад, 21 та вазифа ва 60 кўрсаткичларга асосланган ҳолда баҳоланади . (1-расм)



1- расм. Глобал Мингйиллик ривожланиш мақсадлари

МРМ кўпчилик ҳолларда инсон тараққиёти концепциясининг асосий қоидалари билан мос келади ва умумий кадриятларга эга. Инсон тараққиёти одамлар манфаатини унинг ҳаётий фаолиятини кадр-қиммат ва эркинликларига риоя қилган ҳолда амалга оширишда танлов ҳуқуқини кенгайтириш мақсадида ифодалайди. Бир вақтнинг ўзида МРМ инсон тараққиётининг барча асосий йўналишларини қамраб олмайди. (2-расм)

Мақсад	Миллий вазифалар
1. Кам таъминланганликни камайтириш, овқатланиш сифати ва маданиятини ошириш	2015 йилга бориб кам таъминланганлар даражасини икки баробар камайтириш
2. Бошланғич ва ўрта мактабларда таълим сифатини ошириш	2015 йилга бориб бошланғич ва асосий ўрта таълим сифатини ошириш ва шу билан бирга, таълимдан умумий баҳраманд бўлиш даражасини сақлаб туриш
3. Гендер тенглигини рағбатлантириш ва хотин-қизларга ваколат бериш	2015 йилга бориб бошланғич, умумий, ўрта махсус ва касб-хунар таълими тизимида гендер тенгликка эришиш 2015 йилга бориб олий таълим тизимида гендер балансини яхшилаш.
4. Болалар ўлимини янада камайтириш	2015 йилга бориб болалар ўлимини учдан икки қисмга камайтириш
5. Оналар соғлигини янада яхшилаш	2015 йилга бориб оналар ўлимини учдан бир қисмга камайтириш
6. ОИТС/ОИВ(СПИД), безгак ва бошқа касалликларга қарши курашиш	ОИТС/ОИВ(СПИД) касалликлари тарқалишини камайтириш ва 2015 йилга бориб унинг тарқалишини бутунлай тўхтатиш Сил Силнинг тарқалишини камайтириш ва 2015 йилга бориб унинг тарқалишини бутунлай тўхтатиш
7. Экологик барқарорликни таъминлаш	Барқарор ривожланиш принципларини давлат сиёсати доирасига ва мамлакатда қабул қилинган дастурларига киритиш ҳамда нобуд бўлган атроф муҳит захираларини тиклаш 2015 йилга қадар яхшиланган сув манбаларидан ва санитария хизматларидан баҳраманд бўладиган шаҳар ва қишлоқ аҳолисининг улушини кўпайтириш
8. Ривожланиш мақсадларида глобал ҳамкорликни кучайтириш	Дастлабки ва жорий вазифалар Минтақада тинчлик ва барқарорликни таъминлаш, савдони, шу жумладан, минтақавий ва чегаралараро савдо ҳамда транспорт алоқаларини кенгайтириш, тўғридан-тўғри чет эл инвестицияларини жалб этиш ҳамда сув ва энергетика захираларидан фойдаланишни оқилона йўлга қўйиш бўйича саъй-ҳаракатларни бирлаштириш йўли билан минтақадаги қўшни мамлакатлар ва бошқа давлатлар билан ҳамкорликни таъминлаш

2- расм. Ўзбекистонда Миллий Минг йиллик ривожланиш мақсадлари ва миллий вазифалар.

Ўзбекистондаги инсон тараққиётига бўлган устувор эътибор, мамлакат

тараққиётининг янги сифати ва аҳоли фаровонлиги тубдан ортганлигидан далолат берувчи аниқ маълумотлар орқали кўрсатилди. Хусусан, оналар ўлими даражаси икки баравардан кўпроқ, болалар ўлими эса уч баравар камайди. 20 йил мобайнида ўртача умр кўриш 67 ёшдан 73 ёшга, аёлларнинг умр кўриши эса 75 ёшгача ошди.²⁶

Шу билан бирга, барча даражадаги давлат ҳокимият органларининг инсон тараққиёти борасида белгиланган марраларга сўзсиз эришишни таъминлаш бўйича фаолиятини янада жадаллаштиришга қаратилган ишлар давом этмоқда. 2011 йилнинг январь ойида Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси “БМТ Минг йиллик мақсадларини Ўзбекистонда амалга ошириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” махсус қарор қабул қилди. Унда Ўзбекистонда БМТ Минг йиллик ривожланиш мақсадларига мувофиқ аҳоли турмуш даражаси ва сифатини изчиллик билан кўтариш учун зарур бўлган қўшимча чораларни амалга ошириш мақсадида вазирликлар, идоралар, ҳокимиятнинг марказий ва маҳаллий органларининг мамлакатда инсон салоҳиятини муттасил ривожланишини таъминлашга қаратилган комплекс ҳаракат дастури белгиланган²⁷.

ИТКга кўра, жамият ривожланиши марказида фақатгина оддий иқтисодий кўрсаткичлар эмас, балки аввало инсон туриши керак. Тараққиётнинг пировард мақсади ва унинг самарасининг бош мезони – одамларнинг имкониятларини кенгайтириш, уларнинг табиий, жамиятда умум эътироф этилган қадриятларга мос келадиган маънавий ва моддий эҳтиёжларини сифатлироқ қондириш, янада юқори турмуш даражасига эришиш демакдир.

6.3. Таълим миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишнинг омилли сифатида

Таълим хизматларининг шакллантирилиши бозор иқтисодиёти

²⁶ Ўзбекистон Республикаси Биринчи Президенти И.А.Каримовнинг БМТ Бош ассамблеясининг Минг йиллик ривожланиш мақсадларига бағишланган олий даражадаги ялпи мажлисдаги нутқи. – Т.: Ўзбекистон, 2010. 10-б.

²⁷ Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2011 йил 26 январдаги 21-сон “Ўзбекистонда БМТнинг Минг йиллик ривожланиш мақсадларини амалга ошириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори. // Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами. 2011 йил. 4-5-сон. 35-модда.

мамлакатларидаги муҳим соҳалардан биридир.

Таълим тизимидаги таълим хизматлари бозорини ўзгартириш зарурати муассасалар ва ташкилотларга сифатли сервис хизматларини кўрсатишга қодир бўлган турли мутахассисларга бўлган талаб ва таклифнинг қарор топганлиги билан изоҳланади. Ўз касбини чуқур биладиган, кенг, ҳар томонлама гуманитар тайёргарликка эга бўлган, ривожланган ижодий қобилиятли, муқобил тафаккурли, мустақил қарор қабул қила оладиган рақобатбардош мутахассисларни тайёрлаш зарурати туғилди.

Инсонни ривожлантириш концепциясида таълим унинг асосий таркибий қисмлардан бири эканлиги тасодифий эмас. Содалаштирилган статистика таҳлили шуни кўрсатадики, Ўзбекистонда инсон ривожланиши индексининг қарийб 40,0 фоизи республика таълим даражаси кўрсаткичига боғлиқ. Ўз навбатида, бунинг учдан икки қисми қисми мамлакат катта ёшли аҳолисининг саводхонлик даражаси, учдан бир қисми ўқув юртларига ўқишга қираётганларнинг жами коэффиценти, яъни 6–24 ёшдаги ўқиётганлар улуши билан белгиланади.

Ўзбекистон таълим даражаси бўйича дунёнинг ривожланган мамлакатлари қаторида туради. Ўзбекистонда таълим кўрсаткичи 0,998 ни ташкил этгани ҳолда жаҳон бўйича ушбу ўртача кўрсаткич 0,77 га тенгдир. Республика таълим кўрсаткичи бўйича Европа Иттифоқи таркибига қирадиган Мальта (0,86), Руминия (0,90), Хорватия (0,90), Марказий Американинг саноати энг ривожланган мамлакати - Коста-Рика (0,87) ва Хитой Гонконгидан (0,88) олдинда. Бу кўрсаткич бўйича Ўзбекистон нефть ҳисобидан бойиб кетган Бахрайн ва Бруней (0,88), Қувайт (0,87), Қатар (0,86), Бирлашган Араб Амирликлари (0,71), шунингдек, иқтисодий ривожланиш соҳасида катта муваффақиятга эришган Мексика (0,86) ва Малайзиядан (0,84) олдинда. Ўзбекистон катта ёшдаги аҳоли саводхонлиги даражаси бўйича (99,3%) Италия (98,4 %), Испания, Жанубий Корея (98,0 %) ва Исроил (97,1 %) каби иқтисодий жиҳатдан ривожланган мамлакатларни ортда қолдирмоқда.

Ўзбекистон Республикаси мустақиллик шароитида эски таълим тизимидан воз кечиб, ўзлуксиз таълимни ривожлантиришнинг ўз стратегиясини – Кадрлар тайёрлаш миллий дастурини ишлаб чиқди. Унинг моҳияти, таълимнинг замонавий мақсадларига мувофиқ, шахснинг ижтимоий зарур фаолликка қўшилиши учун ўзига ва жамиятга керак бўладиган қобилиятларини ривожлантириш, таълим тизимидан ташқарида билимини ошириш самарадорлигини таъминлашдир.

Ўзлуксиз таълим Ўзбекистонда кадрлар тайёрлаш тизимининг асоси бўлиб, таълимнинг қуйидаги турларини ўз ичига олади:

- мактабгача таълим;
- умумий ўрта таълим;
- ўрта махсус, касбий таълим;
- олий таълим;
- олий ўқув юртидан кейинги таълим;
- малака ошириш ва кадрларни қайта тайёрлаш;
- мактабдан ташқари таълим.

Тамомила янги ўрта махсус ўқув юртлари – касб-ҳунар коллежлари ва академик лицейлар ташкил қилинди..

Болония декларацияси (1999 йил июн), Сорбонна Декларацияси (1998 йил май) қарорларини бажариш асносида Европада олий таълим бўшлиғини ташкил этиш заруратини белгилайди. 40 та мамлакат ўзининг олий таълим тизимлари тузилмаларини ислоҳ қилишдаги фаолиятини мувофиқлаштиради.

Ўзбекистон Республикаси таълим тизимининг Болония жараёнига интеграциялашуви қуйидагиларга ёрдам беради:

Биринчидан, Болония жараёнининг мақсадлари – рақобатбардошлик, мосланувчанлик, сифат – Кадрлар тайёрлаш миллий дастури манфаатларига жавоб беради.

Иккинчидан, Болония жараёни олий таълим сифати маданиятининг такомиллашувига таъсир кўрсатади. Сифатни аттестациялаш ва назорат

қилишнинг янада мукамал тизимини яратиш зарурати туғилди.

Учинчидан, Ўзбекистон Республикаси олий таълими тизими ўз таркибига кўра ташкил қилинаётган Европа тизимига ўхшаш. Аммо ўқиш муддатларида фарқ мавжуд. Ўзбекистонда икки босқичли олий таълим 4 + 2 формуласига мувофиқ амал қилади, Болония декларациясида эса таълимнинг қатор йўналишлари учун 3 + 2 формула кўзда тутилган (бакалавриатда ижтимоий-иқтисодий фанлар блокини камайтириш ва уларни факультатив фанлар турига ўтказиш ҳисобига ўқишнинг меъёрий муддатлари қисқаради).

Тўртинчидан, Ўзбекистон Республикасида талабалар билимини баҳолаш тизими ЕСТ5 да амал қиладиган тизимга осонликча ўзгартирилиши мумкин.

Рақобатбардош кадрлар тайёрлаш стратегиясининг негизида сифатни таъминлашнинг учта асосий циклларига комплекс ёндашув ётади.

Ва ниҳоят, Ўзбекистон Республикасининг таълим стандартлари халқаро стандартлар асосида ишлаб чиқилиши керак, бу мутахассисларни тайёрлаш сифатига эришиш ва уни баҳолашга ягона ёндашувни таъминлайди. Бу рақобатбардош кадрларни тайёрлаш ва интеллектуал соҳада яқин ҳамкорликни ташкил қилишда халқаро тажрибадан фойдаланишга ёрдам беради.

Билимларга асосланган иқтисодиёт – билимлардан ўзининг ўсиши ва рақобатбардошлигини таъминлаш учун фойдаланаётган иқтисодиётдир. Бундай иқтисодиётда билимлар иқтисодиёт барча тармоқларини, иқтисодий жараёнларнинг барча қатнашчиларини бойитиб боради. Билимларга асосланган иқтисодиёт улкан ижтимоий аҳамиятга эга, у турмуш сифатини яхшилаш принципларига асосланган.

Меҳнатни билимлар билан алмаштириш билан боғлиқ туб ўзгаришларнинг моҳияти шундан иборатки, билимлар ресурсларни қайта ишлашга жалб қилинар экан, меҳнат эмас, балки бевосита билимлар қиймат манбаи сифатида намоён бўлади.

Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг мутахассислари томонидан билимга асосланган иқтисодиётга батафсилроқ таъриф берилган, яъни у

“билимлар барча тармоқлар, барча секторлар, иқтисодий жараёнларнинг барча қатнашчиларини бойтадиган иқтисодиётдир. Аини пайтда бундай иқтисодиёт турли шакллардаги билимлардан фойдаланибгина қолмасдан, балки мазкур билимларни юқори технологияли маҳсулотлар, юқори малакали хизматлар, илмий маҳсулот ва таълим сифатида яратади”²⁸ (10.2–расм).



3-расм. Жаҳон банки экспертлари фикрича, билимларга асосланган иқтисодиётнинг таркибий қисмлари

Билимга асосланган иқтисодиёт “*моддий иқтисодиёт*”дан “*интеллектуал иқтисодиёт*”га ўтишни назарда тутди. Бунинг моҳияти шундан иборатки, билимлар ва махсус ноёб кўникмалар барқарор иқтисодий ўсишнинг асосий манбаи ва ҳал қилувчи омилига айланади. Буюк Британиянинг собиқ Бош вазири Тони Блэр: “Билимга асосланган иқтисодиёт – амалда бутун иқтисодиётдир. “Янги иқтисодиёт” деган нарсанинг ўзи йўқ, гап шундаки, бутун иқтисодиёт ахборот технологиялари асосида ўзгаради – бу иқтисодий инқилобдир”²⁹ деб кўрсатган.

²⁸ БМТнинг Ўзбекистон Республикасидаги ваколатхонаси // <http://www.undp.uz>.

²⁹ Buckman R.H. Building a Knowledge – Driven Organization. – McGraw – Hill, 2004.-P.132.

Академик В.Л. Макаровнинг фикрича, “Билимга асосланган иқтисодиётда, бир томондан, олимлар томонидан қанчалик кўп билим яратилса, иккинчи томондан, одамлар бу билимларни қанчалик кўп истеъмол қилсалар, шунчалик кўп маҳсулот ҳажми ортади.... Яъни билимларни пировард истеъмолчиларга етказадиган олимларнинг ҳам, уни истеъмол қиладиган одамларнинг ҳам иши муҳимдир”³⁰.

Билимга асосланган иқтисодиёт инфратузилмасига иқтисодий ўсишни таъминлайдиган қуйидаги омиллар киради:

- юксак турмуш сифатини амалга оширадиган самарали давлат институтлари;

- юқори сифатли таълим;
- самарали илм-фан;
- самарали илмий-техникавий венчур бизнеси;
- юқори сифатли инсон капитали;
- билимлар ва юқори технологияларнинг яратилиши;
- ахборот жамияти ёки билимлар жамияти.

Ҳозирги вақтда фақат АҚШ ҳамда Европа Иттифоқига аъзо айрим давлатларининг иқтисодиётини билимларига асосланган иқтисодиёт деб аташ мумкин. Жаҳоннинг ушбу тараққий этган давлатлари олимлар ғояларини товарлар ва маҳсулотларга тез ва самарали айлантириш учун энг мақбул шарт-шароитларни яратдилар. Бевосита илмий тадқиқотлар, инсон капиталига инвестицияларнинг ортиши ва бунинг натижасида энг янги технологияларнинг ўзлаштирилиши жаҳоннинг етакчи мамлакатларига иқтисодий ўсишнинг юқори суръатларини таъминлаш имкониятини бермоқда.

³⁰ Макаров В.Л. Экономика знаний: уроки для России // Вестник Российской академии науки, 2003, №5.- С.73.

7-МАВЗУ. РАҚОБАТБАРДОШЛИКНИ ОШИРИШДА НАРХ СИЁСАТИДАН ФОЙДАЛАНИШ ВА НАРХ ШАКЛЛАНИШИНИНГ БОШҚАРИШ УСУЛЛАРИ.

7.1. Рақобатнинг турли кўринишлари шароитида рақобатбардошликни оширишда нарх омилидан фойдаланиш

Глобаллашув иқтисодиётнинг ривожланиши учун ҳам ижобий, ҳам салбий аҳамиятга эга. Агар мамлакатда рақобатбардош маҳсулот ишлаб чиқариш учун шароитлар мавжуд бўлса, бу ҳолатда мамлакат учун глобаллашув жараёни фойдали ҳисобланади. Агар маҳаллий корхоналар



қўшимча (устама) қийматнинг юқори улушига эга юқори технологик маҳсулотлар ишлаб чиқарса, вазият, айниқса, ижобий таъсир кўрсатади. Бунда ишчиларнинг бандлиги ортади, бюджет даромади кўпаяди, хом ашёдан оқилона фойдаланилади. Агар иқтисодиётда узок

вақт давомида ишлаб чиқаришнинг хом ашёга йўналтирилганлиги бартараф этилмаса, демак, иқтисодиётни тартибга солиш механизмлари кам самарали ҳисобланади. Бундай ҳолатда жамият чекланган ресурсларни оддий тарзда сарфлаб, келгуси ривожланиш тўғрисида қайғурмайди. Ишлаб чиқариладиган товарлар сифатини ошириш – жамиятнинг энг муҳим вазифасидир. Маҳсулот сифатини ошириш кўплаб омилларга боғлиқ. Биринчидан, юқори сифатли маҳсулот тайёрлаш учун юқори малакали ишчи кучлари зарур бўлади. Иккинчидан, корхона яхши, замонавий жиҳозларга эга бўлиши керак. Учинчидан, рақобатбардош маҳсулотларнинг маълум миқдорига эга савдо бозорларига кира олиш учун етарли даражада тажрибага эга бўлиш керак.

Нархнинг шаклланишига бозорнинг ҳолати бевосита таъсир кўрсатади, чунки нархнинг шаклланишида бозордаги талаб ва таклиф нисбати асосий омиллардан бири ҳисобланади. Шунга кўра, талаб ва таклиф миқдорига

таъсир кўрсата олиш имкониятига кўра бозордаги рақобатнинг турли кўринишлари фарқланади. **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** эса ишлаб чиқарувчилар (сотувчилар) ёки истеъмолчилар (харидорлар)дан бирининг сони чекланган бўлиши уларнинг бозордаги ишлаб чиқариш ҳажмига ва, пировардида, бозордаги нархнинг шаклланишига сунъий таъсир кўрсатиш имконини беради. Бундай рақобат турли даражаларидаги нархларнинг шаклланиш хусусиятлари бир-биридан фарқ қилади.

Шу сабабли, биз куйида мукаммал рақобат, соф монополия, олигополия ва монопсония шароитида нархларнинг шаклланиш хусусиятларини кўриб чиқамиз.

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 нархининг имкон қадар юқори бўлишидан манфаатдор, чунки бундай нарх унинг фойдаси ҳажмини оширади. Бироқ, эркин рақобат шароитида нархни бошқалардан юқори даражада белгилашга интилиш мазкур сотувчининг бозордан сиқиб чиқарилишига олиб келиши мумкин. Сотувчи нархининг энг паст даражаси шу товарни ишлаб чиқариш учун кетган харажатларни қоплаши керак. Харидор товарни энг паст нархда сотиб олишдан манфаатдор, бироқ эркин рақобатли бозор шароитида унинг ҳам товар сотиб ололмай қолиш хавфи мавжуд бўлади. Харидор нархининг юқори даражаси эса, Маршалл таъбирича, сўнгги қўшилган миқдор нафлиликка тенг бўлиши керак.

Сотувчи ва харидор ўртасидаги қулай нархга эришиш борасидаги кураш ҳар икки нархнинг мослиги таъминлангунга, яъни бозор нархи пайдо

бўлгунга қадар давом этади. Шундай қилиб, сотувчининг нархи томонидан ишлаб чиқариш харажатлари, харидор нархи томонидан эса сўнги қўшилган миқдор нафлилиги майдонга тушиб, уларнинг нисбати асосида бозор нархи пайдо бўлади. Бу ҳолатни Маршалл шундай ифодалайди: «...«ишлаб чиқариш харажатлари» принципи ҳамда «сўнги қўшилган нафлик» принципи, шубҳасиз, ягона талаб ва таклиф умумий қонунининг таркибий қисми ҳисобланиб, улардан ҳар бирини қайчининг битта кесувчи томонига қиёслаш мумкин»³¹.

Монополия шароитида нархнинг шаклланиши. Монополия шароитида нарх шаклланишининг ўзига хос жиҳати шундаки, агар майда товар ишлаб чиқарувчилар фақат ўзларининг индивидуал нархларини ўзгартира олсалар, улардан фарқли ўлароқ бозор иштирокчилари сифатидаги 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

Монополистлар маҳсулотларнинг сунъий тақчиллигини вужудга келтириш мақсадида ўз товарлари сотиш ҳажмини атайлаб қисқартирадилар. Бозорда товарларнинг етишмаслиги монопол юқори нархларнинг ўсишига олиб келади.

Монополиялар нархни оширишнинг ҳар бир янги жараёнида товарларни ишлаб чиқариш ва сотиш ҳажмини қисқартиришдан кўрилган зарарни ҳисобга олади. Даромаддан бундай йўқотишларнинг олдини олиш мақсадида улар янги нархларни янада юқори даражада белгилайдилар. Шу билан бир вақтда монополиялар маҳсулотларнинг қисқарган ҳажмини сотишдан

³¹ Маршалл А. Принципы экономической науки. В 3 т. М., 1993. Т. III. С. 282.

олинган тушум йўл қўйилган йўқотишни қоплаши ҳамда даромад миқдорининг ўсишини таъминлашини назорат қилиб турадилар.

Монопсония шароитида нархнинг шаклланиши. Монопсония майда товар ишлаб чиқарувчилардан товарларнинг катта ҳажмини сотиб олиб, талаб бўйича нарх қонунидан ўзига хос тарзда фойдаланади.

Оммавий талаб бўйича нархнинг ўзгариши қуйидаги миқдорий боғлиқликни акс эттиради: таклифга нисбатан харидорларнинг оммавий талаби қанчалик катта бўлса, бозор нархи даражаси шунчалик юқори бўлади ва аксинча, талабнинг камайиши билан бозор нархи пасайиб боради. Бу боғлиқлик 9.5-чизмада яққолроқ акс эттирилган.

Монопсонист ўзи учун зарур бўлган товарни, масалан, қишлоқ хўжалиги хомашёсини олдиндан паст нархларда сотиб олиб, унинг катта миқдордаги захирасини тайёрлаб қўяди. Бу эса унга янги ҳосилнинг йиғим-терими даврида ўзи сотиб олаётган хомашёга монопол паст нархларни ўрнатиш имконини беради. Бундай паст нархларда монопсонист жуда катта фойда олади. Сунъий равишда сотилаётган маҳсулот ортиқчалиги ҳудудининг вужудга келтирилиши харид нархларининг навбатдаги пасайишига олиб келиб, натижада монопсонистнинг фойдаси ошиб боради. Бунга ғарб мамлакатлари монопсониялари томонидан анча вақтдан буён Осиё, Африка ва Лотин Америкаси мамлакатлари тадбиркорлари ва майда товар ишлаб чиқарувчиларидан сотиб олинаётган арзон хомашёни мисол тариқасида келтириш мумкин. Африкадан анъанавий тарзда экспорт қилинувчи бир қатор товарлар (чай, кофе, какао ва ҳ.к.)га ҳам азалдан ўта паст нархлар ўрнатиб келинади.

Бир вақтнинг ўзида монополия ва монопсония ҳисобланувчи фирма ўзининг даромадини «нархлар қайчиси» усули орқали аҳамиятли даражада оширади. Бунда монопол юқори ва монопол паст нархлардан фойдаланилиб, улар ўртасидаги фарқ худди қайчининг иккита кесувчи томони бир-биридан узоқлашгандаги сингари катталашиб боради. Нархларнинг бундай ҳаракати товарлар ортиқчалиги ва тақчиллиги ҳудудларининг кенгайишига

асосланади. У саноатнинг кўплаб қайта ишловчи корхоналари учун хосдир. Бу корхоналар ўзларининг тайёр маҳсулотларига ундирма саноат тармоқларида ўрнатилган нархларга нисбатан бир неча марта юқори нарх ўрнатадилар.

XX асрнинг иккинчи ярмида АҚШ, Франция, Буюк Британия ва бошқа ғарб мамлакатларида агробизнес соҳасининг кенгайиши билан нархлар қайчиси асосий усуллардан бирига айланиб, унинг ёрдамида йирик фирмалар ўрта ва майда фермерларни қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқаришидан сиқиб чиқардилар.

Олигополия шароитида нархнинг шаклланиши. Олигополия шароитида нархнинг шаклланиши тармоқдаги товар ишлаб чиқарувчилар томонидан қўлланилувчи «эргашиш» ҳамда «инкор этиш» хатти-ҳаракатлари орқали изоҳланади.

«Эргашиш» ҳолатида бир олигополист томонидан нарх бўйича қилинган ўзгариш (нархнинг пасайиши ёки оширилиши)га қолган олигополистлар томонидан ҳам эргашиш, яъни шундай ўзгаришлар қилиш кузатилади. Одатда, бозорда ўз товарларига нархни пасайтириш орқали истеъмолчилари сони ҳамда сотиш ҳажмини оширишга қарор қилган олигополист хатти-ҳаркатига жавобан қолган олигополистлар ҳам нархларни пасайтирадилар. Натижада нархнинг умумий пасайиши рўй бериб, бозордаги улуш олдинги ҳолда қолади, яъни олигополистнинг хатти-ҳаракати самара бермайди.

«Инкор этиш» ҳолатида бир олигополист томонидан нарх бўйича қилинган ўзгариш (нархнинг пасайиши ёки оширилиши)га қолган олигополистлар томонидан инкор этиш, яъни ҳеч қандай жавоб ўзгаришлари 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.

Юқоридаги фикр-мулоҳазалардан кўринадики, олигополия шароитида ишлаб чиқарувчилар нархни кўпроқ ўзаро келишиш орқали белгилашга ҳаракат қиладилар.

Ўз маҳсулотларига бозор нарhini ўрнатишда олигополистлар томонидан «**нарх бўйича етакчилик**» хатти-ҳаракати кенг қўлланилади. Бу хатти-ҳаракат нарх воситасида рақобатлашувни инкор этиб, мазкур тармоққа кирувчи барча олигополист-фирмаларнинг нархни шакллантириш ва уни ўзгартиришда етакчи олигополист-фирмага эргашишларини тақозо этади. Одатда тармоқдаги энг йирик фирма етакчи сифатида майдонга тушади. Нарх бўйича етакчи фирма бошқаларга қараганда иқтисодий жиҳатдан анча устун бўлсада, у ўзининг хатти-ҳаракатини фақат нарх жиҳатдан тазйиқ ўтказиш асосида амалга ошира олмайди. Нархни шакллантиришда етакчи-фирма бошқа эргашувчи-фирмаларнинг ҳам манфаатларини эътиборга олмоғи лозим. Бу манфаатлар уларнинг харажатларини қоплаш, меъёрдаги фойдани таъминлаш, маҳсулотларини сотишга шароит яратиш каби ҳолатлар орқали намоён бўлади. Агар талаб ёки ишлаб чиқариш харажатларининг ўзгариши натижасида бозор нархи олигополистик келишув доирасидаги фирмаларнинг манфаатларига мувофиқ келмай қолса, етакчи фирма дарҳол нархларни ўзгартириши лозим бўлади.

Интеграция жараёнлари кучайган шароитларда, ҳатто, нисбатан юқори рақобатбардош ресурслар устунликларига эга давлатлар иқтисодиёти ҳам нарх рақобати таъсири остида жуда заифлашиб қолади.

Кўпгина ривожланаётган мамлакатлар чиқараётган товарларининг нарх бўйича рақобатбардошлигида кўп жиҳатдан меҳнатга кам ҳақ тўлаш оқибатида катта муваффақиятларга эришдилар.

Оффшор IT-аутсорсингининг жадал ривожланишига боғлиқ равишда АҚШ ва Европада юқори даражада ҳақ тўланадиган иш жойларининг қисқариши кучайди. Бу мамлакатлар компаниялари иш жойларини Ҳиндистон, Бразилия, Филиппин ва Малайзия ва бошқа ривожланаётган мамлакатларга кўчириб, меҳнатга ҳақ тўлашда катта маблағларни

тежамоқдалар.

Нарх рақобатбардошлигининг бошқа муҳим омили моддий ресурсларнинг, шу жумладан, энергия манбаларининг баҳоси ҳисобланади. Энергия манбалари нархининг ўсиши жаҳон нархларини оширган ҳолда кўпгина мамлакатлар саноатига кучли таъсир кўрсатади. Бу, айниқса, жуда кўп электр энергияси талаб этадиган рангли металллар олиш ва қайта ишлаш соҳасида яққол кўзга ташланади. Алюминий ишлаб чиқаришда истеъмол қилинадиган электр энергияси баҳоси умумий харажатларнинг 1/3 қисмини ташкил этади. Шу сабабли, алюминий бозоридаги рақобатбардошликка турли мамлакатларда нафақат хом ашёнинг мавжудлиги, балки электр энергиясининг арзонлиги ҳам ўз таъсирини кўрсатади.

Халқаро савдони фаоллаштириш шароитларида бошқа мамлакатлар бозорларига чиқиш учун ишлаб чиқарувчилар томонидан нарх омилидан фойдаланиш стратегияси жуда кўп миқдордаги савдо тортишувларини келтириб чиқарди, нисбатан кенг тарқалган кўриниши – демпинг уларнинг энг муҳим объектидир.

7.2. Рақобатлик нархлар шаклланишида давлат нарх сиёсатининг ўрни

Бозор иқтисодиётида нарх шаклланиши қоидаларини белгиловчи энг муҳим воситалардан бири, нархни шакллантириш мезанизми ҳисобланади. ЖСТ (Жаҳон савдо ташкилоти)га кириш жараёнида Ўзбекистон олдида мураккаб вазифа турибди - ишлаб чиқаришни максимал самарадорлигига ва рақобат афзалликларига эришиш мақсадларида чиқим ва нархларнинг шаклланишига давлатнинг таъсир кўрсатишини сақлаган ҳолда, бозор нархларига тўлиқ равишда ўтиш масаласи.

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. Табiiй-иқлим, географик ва бошқа хўжалик субъектининг фаолиятига боғлиқ бўлмаган омилларнинг ишлаб чиқариладиган маҳсулот таннархига таъсирини нарх шакллантириш механизми (рента ва бошқа тўловлар) ёрдамида турли чегараларда "текислаб юбориш" зарур. 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. Бу нарсани импорт маҳсулотлари бўйича асосланган равишда "келтириладиган молларга устама нарх" (акциз ёки бож) жорий этиш, маҳаллий товарлар бўйича эса – харажатлар таркибини шакллантириш қоидалари ва алоҳида харажатларнинг меъёрий кўрсаткичларини ўрнатиш, таннархни калькуляция қилиш тизимини яхшилаш, барча корхоналар учун қонун томонидан тасдиқланган ҳамма учун мажбурий бўлган меҳнатга ҳақ тўлашнинг энг кам ва энг юқори ставкаларини тасдиқлаш орқали амалга ошириш мумкин. Бундан ташқари, нархлар шаклланишининг давлат томонидан тартибга солиб туришда кончилик саноати маҳсулотлари, ёнилғи-энергетика мажмуаси, металлургия, шунингдек, монополистлар товарлари (хизматлари) нарх (тариф)ларининг белгиланиши устидан назорат қилиш ҳам кўзда тутилади. Умуман олганда, нарх шаклланишининг давлат томонидан бошқариш тизими давлатнинг нарх бўйича сиёсати йўналишлари асосида шаклланган бўлиши лозим.

Нархларни эркинлаштириш – иқтисодий ислохотларнинг энг асосий йўналишларидан бири бўлиб, ислохотларнинг ижтимоий-иқтисодий оқибатлари кўп жиҳатдан шу муаммонинг ҳал этилишига боғлиқ бўлади. Нархларни эркинлаштириш хомашё билан маҳсулот айрим турларининг нархлари, нарх билан аҳоли ва корхоналар даромадлари ўртасида мутаносибликка эришишга қандай ёндашилиши билан фарқланади. Шу ёндашувларга асосланиб, нархлар қуйидаги йўллар билан эркинлаштирилади:

- нархларни бирданига ёки «эсанкиратадиган» тарзда қўйиб юбориш;
- нархларнинг ўсишини сунъий равишда тўхтатиб қўйиш;
- нархни давлат томонидан бошқариш ва назорат қилишни маълум даражада сақлаб қолиш.

Бозор муносабатларига ўтаётган ҳар бир мамлакат, шу йўллардан бирини танлашда улардан ҳар бирининг мавжуд реал шарт-шароитларга



қанчалик мос келиши, аҳоли асосий қисмининг моддий аҳволига қандай даражада таъсир кўрсатиши, ислоҳ қилишнинг танлаб олинган йўлига қанчалик даражада жавоб бериши ва кутиладиган салбий оқибатларини ҳисобга олиши муҳим аҳамиятга эга бўлади.

Собиқ иттифоқ мамлакатлари негизида вужудга келган бир қанча мустақил давлатлар нархларни эркинлаштиришнинг «эсанкиратувчи» йўлини танлаб олди. Барча турдаги хомашё ресурслари, истеъмол моллари ҳамда хизматлар нархлари бир йўла эркин қўйиб юборилиши натижасида нархлар кескин ошди. Бу аҳоли кенг қатламининг бирданига қашшоқлашувига, ижтимоий аҳволининг кескинлашувига олиб келди. Ишлаб чиқаришнинг пасайишига, миллий саноат ва қишлоқ хўжалигининг издан чиқишига сабаб бўлди.

Ўзбекистонда иқтисодиётни ислоҳ қилишнинг ўзига хос тамойиллари, мамлакатдаги вазият ва аҳолининг турмуш даражаси ҳисобга олиниб, нархларни аста-секинлик билан ва босқичма-босқич эркинлаштириш йўли танлаб олинди. Шу йўл билан **нархларни эркинлаштиришнинг дастлабки босқичида (1992 йилнинг бошида)** кенг доирадаги ишлаб чиқариш-техника воситаси бўлган маҳсулотлар, айрим турдаги халқ истеъмоли моллари, бажарилган ишлар ва хизматларнинг эркин нархлари ва тарифларига ўтилди. Аҳолини ҳимоялаш мақсадида чекланган доирадаги озиқ-овқат ва саноат

товарлари нархларининг чегараси белгилаб қўйилди, айрим турдаги хизматларнинг энг юқори тарифлари жорий қилинди.

Нархларни эркинлаштиришнинг кейинги босқичида (1993 йил) келишилган улгуржи нархларни давлат томонидан тартибга солиш тўхтатилди. Қатъий белгиланган ва давлат томонидан тартибга солиб туриладиган нархларда сотиладиган товарлар ва кўрсатиладиган хизматларнинг сони анча қисқарди.

Нархларни эркинлаштиришнинг навбатдаги босқичида (1994 йил) халқ истеъмол моллари асосий турларининг нархлари эркин қўйиб юборилди, транспорт ва коммунал хизматларнинг тарифлари оширилди. Шундай қилиб, республикада иқтисодий ислох қилишнинг биринчи босқичи нархларни босқичма-босқич (уч босқичда) тўлиқ эркинлаштириш билан тугади. Нархларни эркинлаштириш аҳолини ишончли иқтисодий ва ижтимоий ҳимоялаш тадбирлари билан бирга олиб борилди. Давлат томонидан турли компенсациялар мақсадидаги жамғармалар тўзилди, иш ҳақи, пенсия ва стипендияларнинг энг кам миқдори мунтазам суратда ошириб борилди, болалар учун нафақалар жорий этилди. Аҳолининг муҳтож қисмига ёрдам кўрсатилди, имтиёзли солиқ ставкалари жорий этилди.

Айнан самарали ва оқилона нарх сиёсати воситасида мамлакатимизда бирламчи эҳтиёжга эга бўлган товарларни ишлаб чиқариш йўлга қўйилди. Бу эса, биринчидан, аҳолининг мазкур товарларга бўлган эҳтиёжларини миллий ишлаб чиқариш томонидан тўла ва сифатли таъминлаш имконини берди. Иккинчидан эса, озиқ-овқат ва бошқа стратегик аҳамиятга эга бўлган товарларнинг ўзимизда етарли ҳажмда ишлаб чиқариш имкониятининг қўлга киритилиши, республикамизнинг бошқа мамлакатлардан қарамлигини бартараф этиб, иқтисодий хавфсизликни таъминлади.

Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида миллий иқтисодиёт рақобатбардошлиги ҳамда барқарорлигини оширишда нархнинг аҳамияти ошиб бормоқда. Жумладан, Ўзбекистонда қатъий тежамкорлик тизимини

рағбатлантириш орқали корхоналарнинг рақобатдошлигини ошириш кўп жиҳатдан маҳсулотлар таннархини пасайтиришга боғлиқдир.

Давлат томонидан белгиланган қоидаларга асосан, нархлар маҳсулотнинг ишлаб чиқариш таннархи ва ялпи даромадни ҳисобга олган ҳолда шаклланади. Бир қатор бозорларда рақобатнинг етарли даражада эмаслиги, айниқса, саноат-техник аҳамиятдаги маҳсулотлар ишлаб чиқариш соҳаларида, монополист, одатда, барча харажатларни таннарх таркибига, солиқ ва тўловларни эса давр харажатларига (электроэнергия, металллар, пахта толаси ва ҳ.к.) киритади. Агар нархлар рақобат ривожланган бозорларда шаклланса, у ҳолда нархлар талаб ва таклиф асосида юзага келади.

7.3. Нрах шаклланишининг макро ва микроиқтисодий шарт-шароитлари

Бозор иқтисодиётининг муҳим талабларидан бири ишлаб чиқарилаётган маҳсулотга эркин нарх шаклланишидир. Бозор шароитида корхона талаб ва таклиф нисбатидан келиб чиқиб мустақил нарх белгилаш имконига эга бўлади. Шу билан бирга, кейинги йилларда нархлар ишлаб чиқариш харажатларини ҳам ўз ичига олиши зарурлиги тобора кўпроқ тушунилмоқда. Бундай тенденция ўтиш иқтисодиётили мамлакатларда ҳам, ривожланган бозор иқтисодиётли давлатларда ҳам кузатилмоқда.

Ўзбекистон иқтисодиётининг аксарият тармоқларида нархни шакллантириш асосан бозор тамойиллари асосида амалга оширилмоқда.

Иқтисодий назария нуқтаи назаридан, сотувчи томонидан муайян даражада рентабелликка эришишни кўзда тутувчи нарх даражасини асосланган тарзда шакллантириш сотув ҳажмлари ва битта birlik буюмни ишлаб чиқаришга сарфланган харажатлар ўртасидаги бевосита алоқани тушуниб етишни тақозо этади. Маҳсулот нархи уни ишлаб чиқаришга кетган тўлиқ харажатлар (таннархи)дан юқори бўлиши керак. Деярли ҳар қандай товарнинг таннархига ҳисобга олиниши керак бўлган ўзгарувчан ва доимий

харажатлар киради.

Шундай қилиб, микродаражада амал қилувчи нарх белгилаш механизми рақобат курашининг самарали воситасидир. Ишлаб чиқариш чиқимлари динамикасини тушуниб етиш чекланган сондаги истеъмолчилар учун товарлар ишлаб чиқарадиган корхоналар учун аҳамиятли бўлиб, улар сифат даражаси ва хизмат кўрсатишга турлича талаб қўйишлари билан ажралиб туради. Ишлаб чиқариш чиқимларини ўрганиш асосида ҳар бир корхона микродаражада тегишли нарх стратегиясини амалга оширишга интилади.

Нарх белгилаш ва рақобатбардошлик ўртасидаги боғлиқликни назарий жиҳатдан кўриб чиқиб, ўтиш иқтисодиёти шароитида юзага келадиган хусусиятларни таҳлил қилиб чиқиш мақсадга мувофиқ. Маълумки, маъмурий-буйруқбозликдан бозор иқтисодиётига ўтиш шароитида ишлаб чиқариш секторининг ривожланишига тўсқинлик қилувчи алоҳида элементлар сақланиб қолади. Ўтиш иқтисодиётининг илк босқичида саноат корхоналарининг юқори даражада ихтисослашуви ва кооперацияланиши кўпинча бозорларнинг монополлашувига олиб келади. Табиий монополиялар ва монополист-корхоналар аксарият ҳолларда харажатларни қоплаш муаммосини ўз маҳсулоти (хизматлари) нархи ва тарифларини ошириш йўли билан ҳал қилишга уринади. Бозорнинг монополлашуви даражаси қанчалик юқори бўлса, харажатлар ва нархларни ошириш ҳолатлари ҳам шунчалик кўпдир. Хом ашё тармоқлари корхоналари (ТЭК, пахта тозалаш, металлургия ва ҳоказо) учун, айниқса, қулай вазият юзага келади. Уларнинг маҳсулоти, одатда, ҳар қандай нархларда ҳам ўз харидорини топади. Технологик занжирнинг ҳар қайси кейинги бўғинида сотиш муаммоси тобора кучайиб бораверади. Охириги маҳсулот (ишлаб чиқариш ускуналари, технологиялар, халқ истеъмоли товарлари) ишлаб чиқарувчилар айниқса, мураккаб аҳволда қолади. Мазкур маҳсулотнинг юқори нархлари уни сотиш имкониятларини сезиларли пасайтиради. Бундан ташқари, бундай товарларни ишлаб чиқарувчилар импорт қилинаётган товарлар билан доим ҳам рақобатлаша олмайдилар. Сифатни ошириш учун бозор

конъюнктурасини ўрганиш учун сарф-харажатларни оширишни, маҳсулотнинг истеъмол кўрсаткичларини яхшилашни талаб қилади. Шунинг учун, товар ишлаб чиқарувчи асосан нарх бўйича рақобатни енгишга кўпроқ ҳаракат қилади.

Рақобат курашининг икки усули фарқланади: нарх воситасидаги рақобат ва нархсиз рақобат.

Нарх воситасида рақобатлашувда курашнинг асосий усули бўлиб ишлаб чиқарувчиларнинг ўз товарлари нархини бошқа ишлаб чиқарувчиларнинг шундай маҳсулотлари нархига нисбатан пасайтириши ҳисобланади.

Унинг асосий ва энг кўп қўлланиладиган кўриниши – «нархлар жанги» деб аталадики, бунда йирик ишлаб чиқарувчилар рақибларини тармоқдан сиқиб чиқариш учун нархни вақти-вақти билан ёки узоқ муддат пасайтириб туради. Бу усулни қўллаш учун ишлаб чиқарувчи бошқа рақибларига қараганда унумлироқ технологияни киритиши, малакалироқ ишчиларни ёллаши ва ишлаб чиқаришни яхшироқ ташкил қилиши керак бўлади. Фақат шундагина унинг товарининг индивидуал қиймати бозор қийматидан паст бўлиб, мазкур товар нархини пасайтириш имконини беради.

Нарх воситасида рақобатлашиш усулларида бири – **демпинг нархларни қўллашдир**. Бунда миллий ишлаб чиқарувчилар ўзларининг товарларини бошқа мамлакатларга ички бозордаги нархлардан, айрим ҳолларда таннархидан ҳам паст бўлган нархларда сотади. Шу орқали улар ички бозорда нархларнинг барқарорлигига эришиш мамлакатдаги ортиқча маҳсулотни йўқотиш, янги бозорларга кириб олиш ва унда ўзларининг иқтисодий мавқеини мустаҳкамлашга ҳаракат қилади.

Айрим ҳолларда нарх ёрдамида рақобатлашишнинг белгиланган нархлардан чегирма қилиш, асосий харид қилинган товарларга бошқа товарларини кўшиб бериш, муайян ҳолларда имтиёзли нархларни белгилаш каби усулларида ҳам фойдаланилади.

Ҳозирги даврда бозор иқтисодиёти ривожланган мамлакатларда нарх ёрдамида рақобат қилиш ўз ўрнига эга эмас, чунки ишлаб чиқарувчилардан бирини ўз маҳсулотининг нарhini пасайтириши унинг рақобатчиларининг ҳам шундай ҳаракат қилишига олиб келади. Натижада фирмаларнинг бозордаги маъқеи ўзгармай, фақат тармоқ бўйича фойда ҳажмини камайтиради.

Нархсиз рақобат шу билан тавсифланадики, бунда рақобат курашининг асосий омили товарларнинг нархи эмас, балки унинг сифати, сервис хизмат кўрсатиш, ишлаб чиқарувчи фирманинг обрў-эътибори ҳисобланади.

Нархсиз рақобат билан бир вақтда **яширин нарх ёрдамидаги рақобат** ҳам бўлиши мумкин. Бундай ҳолатда янги товарлар сифатининг ошиши ва истеъмол хусусиятларининг яхшиланиши улар нархларининг ошишига қараганда тез рўй беради. Ҳозирги даврда бир турдаги маҳсулотларнинг кўпайиши уларнинг сотишни рағбатлантирувчи реклама, товар белгилари ва фабрика муҳрларидан фойдаланишни келтириб чиқармоқда. Истеъмол бозорларида қўшимча хизмат кўрсатиш орқали харидорларни ўзига жалб қилиш кенг тарқалмоқда.

Нархсиз рақобатнинг товар сифатини табақалаштириш каби усули ҳам мавжудки, бунда товарлар бир хилдаги эҳтиёжни қондириши ва бир турга мансуб бўлиши, лекин турли-туман истеъмол хоссаларига эга бўлиши мумкин.

Товарлар талабга нисбатан ортиқча бўлган шароитда ишлаб чиқарувчилар товарларини кредитга сотиш усулидан фойдаланиб рақибларидан устун келишлари мумкин. Бунда дастлаб товар нархининг фақат бир қисми тўланади, унинг қолган қисми эса шартномада келишилган аниқ муддатларда тўланади.

Фан-техника тараққиёти авж олган ҳозирги шароитда, **техника ва технологиянинг энг янги ютуқлари устидан назорат қилиш** учун кураш рақобатнинг асосий усуллари билан бирига айланиб бормоқда. Бундан ташқари,

ишлаб чиқарувчи корхоналар харидорларни жалб қилиш мақсадида узоқ муддат фойдаланиладиган истеъмол товарларига кафолатли ва кафолатдан кейинги хизмат кўрсатишни амалга оширмақдалар. Масалан, компьютер ишлаб чиқарувчи фирма ўз маҳсулотини шунчаки сотиш билан чекланмасдан, балки уни ўрнатиб бериш, корхона ходимларини компьютердан фойдаланишга ўргатиш, кафолатланган муддатда ва ундан кейинги даврда таъмир ишларини бажариш, техникавий хизмат кўрсатиш кабиларни ҳам амалга оширади; маҳсулот хосса ва ўлчамларини буюртмачи эҳтиёжларига яқинлаштиради.

Нархсиз рақобат усуллари ичида **маркетинг** муҳим 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.

Йирик ишлаб чиқарувчилар бозордаги вазиятни ўзгартириш учун ўзларининг ишлаб чиқариш қувватларидан фойдаланишни камайтириб товар таклифини қисқартирадидлар. Шу сабабли иқтисодий беқарорлик даврларида ҳам нарх барқарорлигича қолаверади.

7.4. Монопол бозорларида нарх шаклланишини бошқариш усуллари

Давлат мустақиллиги йилларида Ўзбекистон Республикасида иқтисодиётда ва нархни шакллантиришда меъёрий-ҳуқуқий асосни қарор топтириш борасида катта ишлар қилинди. Монополияга қарши тартибга солиш турли қонун ва қонуности ҳужжатлари асосида амалга оширилади.

Нархларнинг асосланганлигини баҳолаш учун молиявий идоралар томонидан қўлланиладиган асосий мезонлар ишлаб чиқариш таннархи ва рентабеллик даражасининг асосланганлигидир. Ишлаб чиқариш таннархининг асосланганлигини объектив аниқлаш мақсадида унинг таркиби қисмларга ажратилиб ўрганилади, у ёки бу харажатларнинг ишлаб чиқариш таннархига тўғри ёки нотўғри киритилгани аниқланади.

Бирок, ҳар қандай шароитларда жамият мақсадларини бекаму-кўст таъминлай оладиган шакл – энг кам чиқимлар билан зарур хажмларда маҳсулот ишлаб чиқариш шакли мавжуд эмас. Одатда, хусусий мулк ва давлат назоратини уйғунлаштирган ҳолда самарали нарх ҳосил қилиш қоидаларини ўз ичига олувчи чоралар энг оқилона ҳисобланади.

Шу муносабат билан, антимонопол бошқарув самарадорлигини ошириш мақсадида давлат нарх шаклланиши бўлиши жараёнига таъсир кўрсатиш механизминини яхшилаши лозим. Бунинг учун қуйидаги тамойилларнинг амалга оширилидга талаб этилади;

- меъёрий-мақсадли, тизимли ёндашув асосида монопол маҳсулот харажатлари ва рентабеллилик даражасини тартибга солишнинг самарали механизминини ишлаб чиқиш;

- иқтисодийнинг устувор тармоқларида монополиядан чиқариш, хусусийлаштириш ва рақобат муҳитини яратиш жараёнларинини чуқурлаштириш;

- бозорлар ахволининг доимий мониторинги юритишнинг қимматга тушадиган тизимини яратиш ва сақлаб туришдан бозор иштирокчиларининг ўзини аксилрақобат ҳаракатлар бўйича мурожаат этишларинини рағбатлантиришга ўтиш.

Монополистлар фаолиятинини давлат томонидан ҳуқуқий тартибга солинишининг мақсади монополиялар ва истеъмолчилар манфаатлари балансининг мувофиқлаштиришдан иборат эканини ҳисобга олиш лозим. Монополиянинг юқори иқтисодий самараси уларнинг бўлиниб кетишига йўл қўймайди, аммо бошқа томондан уларнинг назоратсиз фаолияти катта зарар келтириши мумкин, шу боис давлат монополистлар фаолиятинини тартибга солишдан чекина олмайди.

Давлатнинг ҳам монополистлар, ҳам бошқа хўжалик субъектлари маҳсулотларига нархларнинг шаклланиши жараёнига таъсири чораларинини ишлаб чиқишда қуйидаги услубий ёндашувларни ҳисобга олиш мақсадга мувофиқдир:

1. Қишлоқ хўжалиги ва саноат, шунингдек, моддий ишлаб чиқаришнинг бошқа соҳалари маҳсулотларининг савдони шакллантириш мақсадида паритет (хўжалик ҳисоби) нархлари асосида нарх шаклланиши қоидаларини бошқариш.

2. Иқтисодиётнинг реал тармоғидаги барча хўжалик юритувчи субъектлар учун бир хил даражада энг мақбул солиқ юқини белгилаш ва солиқ имтиёзлари берилишини тўхтатиш. Корхона табиий хомашё, электр энергияси, шунингдек, қатор бошқа ресурслардан фойдаланганда белгиланган меъёрлардан ошиб кетгандагина ундиришларнинг мазкур даражасини кўтариш мумкин.

3. Жисмоний шахслар даромади солиғининг ягона оптимал ставкасини белгилаш.

4. "Истеъмол халтаси"нинг ҳақиқий қийматидан келиб чиқиб иш ҳақининг минимал соатбай ставкасини тасдиқлаш. Шундай қоида қабул қилиш керакки, унга кўра корхона банд хизматчиларнинг бир соатлик меҳ-натига минимал соатбай ставкадан паст ҳақ тўлай олмайди.

5. Маъмурий-бошқарув ходимлар ва асосий ишлаб чиқаришдаги ишчилар меҳнатига ҳақ тўлаш бўйича корхона харажатлари суммаси ўртасидаги чегаравий нисбатни белгилаш.

6. Қазиб олувчи ва хомашё корхоналари, табиий монополиялар, монополист-корхоналар ва бошқа айрим ижтимоий муҳим фаолият соҳалари маҳсулотлари нархлари устидан назоратни кучайтириш (нархларнинг асоссиз ошишига йўл қўймаслик мақсадида).

7. Рента тўловларининг ўсиши асосида солиқ юқини босқичма-босқич ошириш (ер ости бойликлари, сув, ер, инсоний капиталдан фойдаланганлик учун), шунингдек, соф фискал тўловлар миқдорини камайтириш баробарида атроф-муҳитни ифлослайдиган моддаларни ташлаш учун тўловларни кўпайтириш (ҚҚС, акцизлар, бож тўловлари, даромаддан чегирмалар ва ҳоказо).

Монополияларни тартибга солиш чоралари ҳамда рақобатбардошликни оширишга йўналтирилган бошқа механизмларни ишлаб чиқишни давлат нарх сиёсати талаблари ва йўналишларига таянган ҳолда амалга ошириш мақсадга мувофиқдир.

8- МАВЗУ. РАҚОБАТ УСТУНЛИГИ ВА УНГА ЭРИШИШ КОНЦЕПЦИЯЛАРИ

8.1. “Барқарор стратегия, тузилма ва рақобатчилик” сифатида белгиланган рақобат жиҳатдан устунлигини шакллантиришнинг

ЭНГ МУҲИМ ОМИЛИ

Рақобатбардошликни барпо этиш ва ривожлантиришнинг М. Портер концепциясига асосланган замонавий модели мамлакатнинг умумий хусусиятга эга бўлган ва унда ишлаб чиқарувчилар рақобатлашадиган рақобат муҳитини шакллантирувчи тўртта хусусиятидан иборат. Ушбу муҳит рақобат устунликларини шакллантиришга кўмаклашиши ҳам ёки унга тўсқинлик қилиши ҳам мумкин.

Мамлакат рақобат устунликларига эришиши учун барча ушбу детерминантлар ўзаро ҳамкорлик қилиши лозим (М. Портернинг таърифлашича – миллий ромб)³². Фақатгина ўзаро ҳамкорлик қилувчи ва бир-бирини кучайтирувчи детерминантларнинг бутун тизими бўйича устунлик миллий иқтисодиётда миллий ишлаб чиқарувчиларнинг муваффақияти учун замин ҳисобланган ва ундан хорижий рақобатчилар нусха кўчириши ёки уни йўқ қилиши қийин бўлган (ёхуд ҳатто мумкин бўлмаган) муҳитни шакллантиради.



Мамлакат фақат ишлаб чиқариш омилларини шакллантириш учун фойдали бўлган ишлаб чиқариш тармоқларида муваффақиятга эришиши мумкин. Бироқ ишлаб чиқаришнинг ортиқча ҳажмли

омилининг мавжуд бўлиши инновация учун қўлга киритилган рақобат жиҳатдан устунликни шакллантириш учун асос бўлиши мумкин, чунки ресурсларнинг етишмаслиги улар қийматининг юқори бўлишига олиб келади. Айнан ушбу ҳолат ишлаб чиқариш харажатларини пасайтириш

³² Портер М. Коякурения.: Пер. с англ. - М.: Издательский дом "Вильямс", 2002. С. 176.

мақсадида техника янгиликлари ва инновацияларни жорий этиш учун асос бўлиши мумкин, бунинг натижасида компаниялар, тармоқлар ва умуман миллий иқтисодиётнинг юқори даражадаги рақобатбардошлигига эришилади.

Миллий иқтисодиётнинг "Барқарор стратегия, тузилма ва рақобатчилик" сифатида белгиланган рақобат жиҳатдан устунлигини шакллантиришнинг энг муҳим омилини кўриб чиқамиз. Демак, мамлакатда компанияни ташкил этиш ва бошқариш тенденцияларига таъсир кўрсатувчи маълум шароитларнинг мавжудлиги ҳам ички рақобатнинг хусусиятини белгилаб беради.

Таъкидлаш жоизки, рақобат жиҳатдан устунликларни шакллантириш учун меҳнатга ва ходимларнинг касбий кўникмаларини оширишга шахсий қизиқтириш ҳам муҳим рол ўйнайди. Сўнгги ўн йилликлар иқтисодий амалиёти шуни исботламоқдаки, буюк иқтидор ва қобилият соҳиблари миллат учун энг катта ва аҳамиятли ресурс ҳисобланади, чунки мамлакат эришаётган ютуқлар кўп жиҳатдан ушбу иқтидор соҳиблари танлайдиган таълимнинг даражаси ва хилига, қаерда ишлашни афзал кўришига, уларнинг ишлашига ва ҳаракат қилишига боғлиқ. Шунинг учун мамлакатлар инсонлар нуктаи назаридан нуфўзли ёки ундан миллий қаҳрамонлар етишиб чиқадиган иқтисодий фаолиятни рақобатбардош қилишга интилади.

Жаҳон иқтисодиётининг ривожланиши турли босқичларда иқтисодиёт рақобатбардошлигининг турли омилларини дастлабки ўринга чиқаради. Иқтисодиётнинг у ёки бу тарихий даврда рақобатбардошлигини белгилаб берувчи у ёки бу омилларнинг таъсирига кўра қуйидаги босқичларни ажратиш мумкин:

- омиллар босқичи;
- инвестициялар босқичи;
- инновациялар босқичи.

Омиллар босқичида мамлакатнинг барча рақобатбардош тармоқлари ишлаб чиқаришнинг асосий омиллари: табиий ресурслар, арзон ишчи кучи ва

мамлакатнинг мавқеи ва ҳудуди билан белгиланадиган фойдалар ҳисобидан ўз мавқеларига эришади.

Рақобат жиҳатдан устунликлар омилларнинг қиймати билан белгиланади, бунда технологик ривожланиш кўпинча чет элдан харид қилиш йўли билан келтирилган технологияларга асосланади.

Рақобатбардошликнинг янада юқори босқичи – бу инвестициялар асосидаги рақобатбардошлик. Ушбу босқичда мамлакатларнинг рақобат жиҳатдан устунликлари фаол инвестиция сиёсатига асосланади. Бунда ҳам технологик ривожланиш четдан келтирилган технологияларга асосланади, бироқ бу ўзлаштириш биринчи босқичдаги каби пассив ҳисобланмайди. Фирмалар энг яхши технологиялар, лицензия, ноу-хауга инвестиция қилишади, бунда технологиялар мамлакат ичида доимий равишда такомиллашиб боради.

8.2. Иқтисодиёт рақобатбардошлигини белгилаб берувчи омиллар таъсирига кўра босқичларга бўлиниши

Инновациялар босқичи иқтисодиёт рақобатбардошлигининг ички салоҳияти тўлиқ ишга тушиши билан тавсифланади. Мазкур босқичда фирмалар нафақат хорижий технологияларни қўллашади ва такомиллаштиради, балки ўз технологияларини барпо этишади. Даромадларнинг юқори бўлиши, таълим даражасининг ошиши ва жадал ички рақобат туфайли ички бозор сиғимли ва талабчан бўлади. Ушбу босқичда фирмалар глобал стратегияларни ишлаб чиқишади ва чет элда кенг кўламли инвестицияларни амалга оширади.

Ўзбекистон ҳақида тўхталадиган бўлсак, миллий иқтисодиёт ривожланишининг ҳозирги босқичида биз республикамиз экспорт салоҳиятининг асосини ташкил этувчи қиёсий устунликларга эгамиз.

Шу ўринда Ўзбекистон эга бўлган қуйидаги қиёсий устунликларни ажратиш мумкин;

1. Кам харажатлар эвазига қимматбаҳо қишлоқ хўжалиги экинларини

етиштиришни ривожлантириш имконини берувчи қулай табиий-иқлимий шароитлар. Ўзбекистонда ҳар йили тахминан 4,5 тонна пахта хом ашёси тайёрланади, ундан 1,3 тонна пахта толаси ишлаб чиқилади. 30 минг тоннага яқин ипак қурти пилласи, 1,5 млн. тонна юқори сифатли қоракўл териси ва 18 минг тоннадан ортиқ қўпол қўй юнги тайёрланади. Ҳар йили 2,7-3 млн. тонна турли хилдаги сабзаёт экинлари етиштирилади.

II. Ўзбекистоннинг табиий ресурслари, хусусан:

а) бой маъданли хом ашё базаси. Ўзбекистонда ҳозирги вақтгача 2,7 мингдан ортиқ фойдали қазилмалар ва минераллар кони аниқланган бўлиб, улар Менделеевнинг бутун жадвалини ташкил қилади. Фойдали қазилмалар конларининг умумий хом ашё салоҳияти 3,3 триллион АҚШ доллари қийматида баҳоланмоқда. Ҳар йили мамлакат конларидан тахминан 5,5 млрд. АҚШ доллари қийматидаги фойдали қазилмалар қазиб олинади;

б) Ўзбекистоннинг энергетика тармоғини ривожлантиришнинг асосини ташкил этувчи сув-энергетика ресурслари, хусусан, энг йирик энергетика иншоотлари Чирчиқ-Бўзсув ўзанида қурилган бўлиб, у станциялар сони бўйича (19 та) жаҳонда дастлабки ўринлардан бирини эгаллайди. Ўзбекистон гидроэлектр станцияларида электр энергиясининг қувватини ишлаб чиқиш мамлакатда бошқа электр станцияларида ишлаб чиқиладиган электр энергияси бутун қувватининг 14,5 фоизини ташкил қилади;

в) рекреация ресурслари. Ўзбекистон табиати, айниқса, тоғ массивларининг даволовчи ҳавоси тўлақонли дам олиш имкониятини беради. Ўзбекистон ҳудудидан ташқарида Чимён, Шоҳимардон, Нанай, Ғовасой, Чортоқ, Ситораи-Мози Хоса каби саломатлик ва дам олиш масканларимиз мавжуд бўлиб, улар ландшафт ёки "яшил" туризмни ривожлантириш имконини беради;

III. Бой маданий-тарихий мерос. Хива, Бухоро, Термиз ва Самарқанд шаҳарларида 4 мингдан ортиқ тарихий, маданий ва диний ёдгорликлар маданий ва диний туризмни ривожлантиришнинг асоси ҳисобланади.

IV. Ўзбекистоннинг қулай географик ҳолати. Республика Марказий

Осиёнинг қоқ марказида жойлашган бўлиб, Қозоғистон, Қирғизистон, Туркманистон, Тожикистон ва Афғонистон билан чегарадош. Осиё қитъасининг марказидаги бундай қулай географик ҳолат мавжуд ресурс салоҳиятини самарали амалга ошириш имконини бериш билан бирга юклар ва энергия ташувчиларнинг халқаро транзитида фаол иштирок этиш учун кенг имкониятларни очади.

V. Ўзбекистон аҳолининг туғма меҳнатсеварлик ва тадбиркорлик қобилиятлари, мутахассислар таълим даражаси ва малакасининг юқорилиги, шунингдек, ёшлар ва меҳнатта яроқли инсонлар кўпчилиқни ташкил этган ва қариялар салмоғи кам бўлган аҳолининг ёш таркибини ўз ичига олувчи катта меҳнат ресурсларига эга. Ўзбекистон аҳолисининг сони 26386,7 минг кишини ташкил қилади.

Мамлакатнинг рақобат жиҳатдан устунлиқлари қуйидагилар бўлиши мумкин:

- 1) давлат бюджетидан ИТТКИ (илмий тадқиқот ва тажриба-конструкторлик ишланмалари) учун катта харажатлар;
- 2) инсонни ривожлантиришга (таълим, соғлиқни сақлаш, ижтимоий эҳтиёжларга) катта қўйилмалар;
- 3) мамлакат сиёсий ва ҳуқуқий тизимининг барқарорлиги;
- 4) аҳоли жон бошига тўғри келадиган ЯИМ улуши;
- 5) аҳоли ҳаёт кечиришининг узоқлиги;
- 6) ресурслардан фойдаланишнинг юқори самарадорлиги;
- 7) оптимал экспорт;
- 8) паст инфляция;
- 9) рақобатбардош фирмаларнинг катта улуши;
- 10) меҳнат ресурсларининг рақобатбардошлиги;
- 11) молиявий тизимнинг қайишқоқлиги;
- 12) ички бозорнинг ўзгарувчанлиги;
- 13) меъёрдан ортиқ давлат қарзларининг мавжуд эмаслиги;
- 14) мамлакат аҳолиси таълим даражасининг юқорилиги;

- 15) фаолиятнинг барча соҳаларида билимлар асосидаги кучли рақобат;
- 16) мамлакатнинг очиқлиги, халқаро интеграция ва кооперациялашнинг юқори даражаси;
- 17) бозорлар ва минтақалар инфратузилмасининг юқори сифати;
- 18) паст солиқ ва божхона ставкалари;
- 19) мамлакатда бизнеснинг юқори маданияти. Агар Ўзбекистоннинг рақобат жихатдан устунликларини таҳлил қиладиган бўлсак, қуйидагиларни алоҳида ажратиш мумкин: 1) мамлакат сиёсий ва ҳуқуқий тизимининг барқарорлиги; 2) инсонни ривожлантиришга (таълим, соғлиқни сақлаш, ижтимоий эҳтиёжларга) катта қўйилмалар; 3) аҳоли ҳаёт кечиришининг узоклиги; 4) меҳнат ресурсларининг рақобатбардошлиги; 5) мамлакат аҳолиси таълим даражасининг юқорилиги.

Бир мамлакатда қиёсий ва рақобат жихатдан устунликларнинг интеграциялашуви унинг глобал иқтисодий кенгликдага рақобатбардошлигини кучайтиради.

8.3. Рақобат салоҳияти ва рақобатдошлик даражасининг умумий концепцияси

Рақобат салоҳияти ва рақобатдошлик даражасининг умумий концепцияси қуйидаги тамойилларини ҳисобга олиш лозим:

1. Комплекслилик тамойили. Маълум замон ва маконда ишлаб чиқаришини ташкил этиш ва бошқариш, ишлаб чиқаришнинг ресурс асосларини таъминлаш, корхонанинг мўлжалланаётган даромад ёки фойда олишини амалга оширишни кўзда тутмоғи лозим.

2. Мутаносиблик. Яъни корхона ва унинг маҳсулоти рақобатдошлиги рақобат салоҳиятидан юқори бўла олмайди. Уларга максимал даражада эришиш салоҳият захираларидан мумкин қадар тўлиқ фойдаланиш орқали таъминланади.

3. Рақобатдошлик маҳсулот рақобатдошлиги даражаси ва корхона рақобатдошлигини ўз ичига олади. Бир томондан маҳсулот рақобатдошлиги

корхона фаолиятининг натижаси бўлса, иккинчи томондан – корхона рақобатдошлигининг таркибий қисми ҳисобланади.

4. Стратегик даражада корхонанинг рақобатбардошлик салоҳияти таъминланади, унинг мезони бўлиб эса корхона фаолиятини таъминлаш учун етарли бўлган ресурслар (моддий, молиявий, инсон ресурслари) мавжудлиги хизмат қилади. Тактик даражада эса корхона ва маҳсулотнинг жорий рақобатбардошлиги таъминланади ҳамда унга рақобат устунликларини шакллантириш асосида эришилади.

5. Мазкур концепция корхона ва унинг маҳсулоти рақобатдошлиги даражасини баҳолаш, ҳолатини мониторинг қилиш ва истиқболда прогнозлаш имкониятини бериши лозим.

Рақобат салоҳияти бу комплекс тушунча экан, ўз навбатида, қатор элементлар мажмуини ҳам олиши табиийдир.

Замонавий амалиётда рақобат салоҳиятини бир неча маҳаллий (локал) салоҳиятларга ажратиб тадқиқ этишни таклиф этилади:

- ишлаб чиқариш салоҳияти, бу ерда асосий мезон бўлиб, қувватдан фойдаланиш даражаси ҳисобланади;

- истеъмол салоҳияти – истеъмолчиларнинг маҳсулотга тўловга қобил талаблари;

- ресурс-хомашё салоҳияти – турли кўринишдаги моддий ва номоддий ресурслар билан таъминланганлик;

- меҳнат салоҳияти – меҳнат ресурслари билан таъминланганлик ва ходимларнинг малака даражаси;

- инфратузилмавий салоҳият – корхонанинг иқтисодий географик ўрни ва инфратузилма тармоқлари билан таъминланганлик даражаси;

- инновацион салоҳият – ишлаб чиқаришда фан-техника ютуқларини жорий этилганлиги;

- молиявий салоҳият – ишлаб чиқаришни кенгайтириш ва инвестициявий жараёнларни таъминлаш учун етарли молиявий ресурс таъминоти.

Албатта, рақобат салоҳиятини бундай элементларга ажратилиши бирмунча универсал характерга эга бўлиб, барча хўжалик юритувчи субъектларда рақобат салоҳиятини баҳолашда ҳам бирдай қўлланилиши мумкин.

Корхонанинг рақобатдошлик салоҳиятини баҳолаш тўғрисида фикр юритилар экан, унинг рақобатдошлиги – рақобат кураши шароитида ўзининг бозордаги улушини сақлаб қолиш ва уни кенгайтира олиш салоҳиятини ифодалайди.

Ташкилот рақобатдошлигини шакллантириш жараёнида бошқарув тизимининг мақсади салоҳиятдан фойдаланишни мумкин қадар оширишдан иборатдир.

Биринчидан, бошқарув тизими корхона салоҳиятини шакллантириш, ундан оқилона фойдаланиш ва тўлдириб туришни амалга оширади. Иккинчидан, корхона салоҳияти – ўзаро динамик алоқадор маҳаллий салоҳиятлар, яъни корхонанинг муваффақиятли фаолияти ва ривожланишини таъминловчи тузилмалар имкониятларининг йиғиндисидир.

Корхонанинг умумий салоҳияти, маҳсулот ва хизматлар тақдим этилишининг мавжуд даражаси рақобатдошлигини намоён этади. Ресурслардан янада оқилона фойдаланиш учун салоҳиятни бозор муҳитининг ўзгаришига мувофиқ бошқаришни талаб этади.

Маҳаллий салоҳиятларни мутаносиблигини таъминлаш стратегик ривожлантиришга йўналтирилган инновацион тадбирларни жорий қилиш, хизмат кўрсатиш рақобатдошликни таъминлаш жараёнини бошқаришнинг муҳим вазифасига айланади.

Шундай қилиб, «рақобат салоҳияти» корхонанинг нафақт рақобатга дош бера олиш имкониятларини, балки унинг мавжуд ресурсларни оқилона ишлатиш орқали истеъмолчилар эҳтиёжини максимал даражада қондириш қобилиятини ҳам тавсифлаши керак.

Юқорида зикр этилган фикр ва мулоҳазаларга таянган ҳолда корхона рақобат салоҳиятининг таркибини очиб берувчи муаллифлик ёндашуви тавсия этилади.

Бундай ёндашув рақобат салоҳиятининг юқорида келтирилган тавсифларига асосланган бўлиб, рақобат салоҳияти ва унинг асосида рақобатдошлик даражасини баҳолашда ёрдам берувчи кўрсаткичлар тизимидан фойдаланилади.

Корхона маҳсулот ишлаб чиқариш ёки хизматлар кўрсатиш қобилиятини аниқлашда маҳсулот ишлаб чиқариш ёки хизматлар кўрсатиш ҳажми кўрсаткичларидан фойдаланилади (2-расм).

Иқтисодий ресурслардан фойдаланиш салоҳиятни аниқлашда жалб қилинган ресурслар йиғиндисини ўзида акс эттирувчи интеграл кўрсаткичлардан бири бўлган ресурс сиғими муҳим аҳамият касб этади. Бунда маҳсулот бирлигига тўғри келувчи моддий ашёлар сиғими, фонд сиғими, фонд қайтими, меҳнат унумдорлиги, иш ҳақи сиғими, асосий капиталга инвестициялар миқдори каби кўрсаткичларни аниқлаш назарда тутилади.

Корхона фаолиятининг натижавий кўрсаткичи сифатида у томонидан яратилган ялпи қўшилган қиймат миқдорига баҳо берилади.

Корхонанинг рақобат салоҳиятини белгиловчи жиҳатлардан бири – бу унинг максимал маҳсулот ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш имконияти бўлиб, уни аниқланишда корхонанинг мавжуд қуввати ва маҳсулотга бозордаги талабдан келиб чиқиб прогнозлашни амалга ошириш мақсадга мувофиқдир. Корхонанинг рақобат салоҳиятидан самарали фойдаланиш бир томондан мавжуд ресурс салоҳиятидан оқилона фойдаланиш имкониятини яратиш билан бирга, унинг рақобатдошлик салоҳиятини оширишга ҳам хизмат қилади. Рақобатдошлик салоҳиятини баҳолаш ва ошириш ўз навбатида уни белгиловчи рақобат салоҳияти моҳияти ва таснифини аниқлаштиришни тақазо этади.

Шуни таъкидлаш жоизки, корхона рақобатбардошлик даражаси биринчи навбатда рақобат салоҳиятига нисбатан таққослама, яъни нисбий баҳодир. Агарда рақобат салоҳияти тўғрисида етарли маълумотга эга бўлинмаса, корхона рақобатбардошлиги тўғрисида сўз юритиш мушкулдир.

Корхона рақобатбардошлиги даражасини баҳолаш, корхона рақобат салоҳияти тўғрисидаги қатор кўрсаткичлардан фойдаланиш заруриятини келтириб чиқаради ва ушбу кўрсаткичларнинг қай даражада руёбга чиққанлигини ифодалайди.

Уларни баҳолаш жараёнида корхонанинг муайян вақт мобайнидаги кўрсаткичларни таққослаш маҳсулот ишлаб чиқаришни тезкор назорат қилиш имкониятини беради. Бу эса, корхона ва унинг маҳсулоти рақобатбардошлигини баҳоланишнинг мезонларини тўғри танлай олиш зарурий масалалардан бири эканлигини яна бир бор тасдиқлайди.

Корхона рақобатбардошлигининг мажмуавий баҳоси кўрсаткичи сифатида мазкур корхонанинг рақобат салоҳиятидан қай даражада фойдаланиш ҳолатини тавсифловчи – рақобат салоҳиятидан фойдаланиш индекси таклиф этилади.

Корхона рақобат салоҳиятидан фойдаланиш индексини аниқлашнинг бу усули ёрдамида корхонанинг рақобатбардошлик имкониятларини, кучли ва заиф томонларини аниқлаш, унинг фаолиятини такомиллаштириш йўллари топиш, корхонанинг ишлаб чиқариш имкониятларини таҳлил қилиш ва шу билан бир пайтда рақобатчи корхоналарнинг тегишли кўрсаткичларини ҳам таққослаб баҳолаш мумкин.

Рақобат салоҳияти ва ундан фойдаланиш даражасини баҳоланишнинг самарали услубларини қўллаш, корхонанинг узоқ муддатли стратегияси, унинг жорий сиёсатига бевосита таъсир этади ҳамда молиявий, меҳнат ва моддий-техник ресурсларга бўлган эҳтиёжни аниқлаш, уни ривожлантириш режасини ишлаб чиқиш ҳамда рақобатбардошлигини ошириш билан боғлиқ қарорлар самарадорлигини оширишга асос бўлади. Шу муносабат билан корхона рақобат салоҳиятини шакллантириш механизми ва унинг натижавийлигини баҳоланиш жорий қилиш муҳим аҳамият касб этади.

9-МАВЗУ. МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТНИНГ РАҚОБАТ УСТУНЛИКЛАРИНИ ШАКЛЛАНТИРИШНИНГ МЕТОДОЛОГИК АСОСЛАРИ

9.1. Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини давлат томонидан тартибга солиш сабаблари

Давлатнинг асосий вазифаси – ресурслардан фойдаланиш самарадорлигига, шунингдек, давлат бошқарувининг самарадорлигига эришишдан иборат. Шунинг учун иқтисодиёт фани доирасида ушбу муҳим ва кўп қиррали муаммога бағишланган тадқиқотлар доимий равишда олиб борилади.

Соғлом рақобат муҳитини шакллантиришнинг давлат томонидан тартибга солиниши республика бозорларида рақобатни ривожлантириш учун зарур ташкилий-ҳуқуқий ва иқтисодий шароитларни яратиш, бозорларнинг монополлаштиришга уринишларга йўл қўймаслик, бозор иқтисодиёти талабларига жавоб берувчи монополияга қарши тартибга солиш механизмларини такомиллаштириш, шунингдек, истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоялаш чора-тадбирларини ўз ичига олади.

Давлатнинг иқтисодиётдаги роли унинг функцияларида муайянлашади. Иқтисодиётни давлат томонидан тартибга солишнинг асосий мақсади иқтисодий ва ижтимоий барқарорликни таъминлаш, мавжуд тузумни мамлакат ичида ва халқаро майдонда мустаҳкамлаш ва уни ўзгариб турувчи шароитга мослаштириш ҳисобланади. Бу асосий мақсаддан бир қатор аниқ мақсадлар келиб чиқади. Улар жумласига иқтисодий циклни барқарорлаштириш; миллий хўжаликларнинг тармоқ ва минтақавий тузилишни такомиллаштириш, атроф-муҳит ҳолатини яхшилаш кабиларни киритиш мумкин. Иқтисодиётни давлат томонидан тартибга солишнинг мақсади унинг вазифаларида аниқ намоён бўлади. Бозор хўжалиги шароитида давлатнинг иқтисодий вазифалари асосан бозор тизимининг амал қилишини енгиллаштириш ва ҳимоя қилиш мақсадига эга бўлади. Бу

соҳадаги давлатнинг иқтисодий вазифаларидан қуйидаги икки турини ажратиб кўрсатиш мумкин:

1) бозор тизимининг самарали амал қилишига имкон туғдирувчи ҳуқуқий асос ва ижтимоий муҳитни таъминлаш;

2) рақобатни ҳимоя қилиш.

Давлатнинг бошқа вазифалари иқтисодиётни тартибга солишнинг умумий тамойилларидан келиб чиқади. Давлатнинг ўтиш иқтисодиётидаги барча функциялари бозор муносабатларини шакллантириш ва ривожлантириш билан боғлиқ. Ушбу боғлиқликнинг хусусиятига қараб давлатнинг тартибга солувчи функцияларининг иккита гуруҳини ажратиш мумкин. Биринчидан, бу бозорнинг самарали фаолият кўрсатиши учун шарт-шароитлар яратиш функцияси. Иккинчидан, бу бозорнинг ўз тартибга солувчиларини таъсирини тўлдириш ва унга тузатишлар киритиш.

Биринчи гуруҳга бозор хўжалиги фаолият кўрсатишининг ҳуқуқий базасини таъминлаш функцияси ҳамда бозор муҳитида асосий ҳаракатлантирувчи куч сифатида рақобатни рағбатлантириш ва ҳимоялаш функцияси киради.

Иккинчи гуруҳга эса даромадларни қайта тақсимлаш, ресурсларни тақсимлашга тузатишлар киритиш, иқтисодий барқарорликни таъминлаш ва иқтисодий ўсишни рағбатлантириш функциялари киради.

Ҳозирги замонда давлат – миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини ошириш сиёсати билан шуғулланиши мумкин ва лозим бўлган ягона институтдир. Рақобат бозор иқтисодиётида асосий тартибга солувчи механизм бўлиб хизмат қилади. Бу шундай кучки, у харидорлар ёки истеъмолчиларнинг эҳтиёжларига ишлаб чиқарувчи ва ресурс етказиб берувчиларни бўйсундиради. Рақобат шароитида кўплаб харидорлар томонидан билдирилган талаб ва сотувчиларнинг таклифи бозор нархларини белгилайди. Бу шуни билдирадики, ишлаб чиқарувчилар ва ресурс етказиб берувчилар истеъмолчиларнинг фақат бозор орқали ҳисобга олинадиган хоҳишларига мослашиши мумкин. Бозор тизимининг иродасига

бўйсунувчи, рақобатлашувчи ишлаб чиқарувчилар фойда олишни ва ўз мавқеларининг мустаҳкамланишини кутади, ким бозор қонунларини бузса, зарар кўради ва охир-оқибатда синади. Рақобат шароитида харидор – бу хўжайин, бозор уларнинг гумаштаси, корхона эса уларнинг хизматкори ҳисобланади.



Иқтисодиётда сотувчилар ўртасидаги рақобат ўрнини монополиялар эгаллаганда, уларнинг бозорга таъсир кўрсатиш ёки ундаги нархларни ўз манфаатларини кўзлаб ўзгартириш имконияти пайдо бўлади.

Монополиялар ўзларининг таклифлари умумий ҳажмини тартибга солиш лаёқатидан фойдаланиб, маҳсулот ҳажмини сунъий чеклаш орқали уларга анча юқори нарх белгилаш ва шу орқали анча барқарор фойда олиши мумкин.

Бозор муносабатлари ривожланган шароитда монополиялар устидан икки усулда назорат ўрнатилади. Биринчи усулда, технология ва иқтисодий шароитлар рақобатли бозор мавжуд бўлиш имкониятини йўққа чиқарадиган табиий монополиялар деб номладиган тармоқларда давлат нархларини тартибга солади ва кўрсатиладиган хизматларга стандартларни ўрнатади. Транспорт, алоқа, электр энергияси ишлаб чиқариш ва бошқа ижтимоий фойдаланишдаги корхоналар маълум даражада шундай тартибга солинади. Иккинчи усулда, самарали ишлаб чиқариш жуда кўпчилик бозорларда рақобат ривожининг жуда юқори даражасида таъминланиши сабабли давлат рақобатини кучайтириш ва ҳимоя қилиш мақсадида монополияларга қарши қонунлар қабул қилади.

Республикамизда ҳам монополь фаолиятни чеклаш, товарлар бозорида рақобатни ривожлантириш, истеъмолчилар ва тадбиркорлар манфаатини ҳимоя қилишга қаратилган қатор қонунлар қабул қилинган.

Иқтисодиётни давлат томонидан тартибга солишнинг маълум чегаралари ҳам мавжуд бўлиб, улар давлатнинг ишлаб чиқариш

самарадорлигига таъсирдан келиб чиқади. Иқтисодиётга давлатнинг ҳар қандай аралашуви маълум харажатларни тақозо этади. Уларга энг аввало тартибга солишни ташкил этиш ва амалга ошириш бўйича харажатларни киритиш мумкин. Шунингдек, тартибга солишнинг у ёки бу шакли бозор мувозанати, ишлаб чиқариш ҳажми, ресурсларнинг қайта тақсимланишига кўрсатиши мумкин бўлган таъсирни ҳам ҳисобга олиш лозим. Бунда тартибга солишни амалга ошириш билан боғлиқ бўлган сарф-харажатларнинг миқдори давлатнинг иқтисодиётни тартибга солиши натижасида олинадиган самарадан кам бўлиши лозим. Уларнинг нисбати давлатнинг иқтисодиётга аралашуви чегараларини белгилаб беради.

Ҳар йиллик Жаҳон иқтисодий форуми (Давос) томонидан 161 та асосий кўрсаткич бўйича рақобатбардошликнинг интеграл индекси ишлаб чиқилган бўлиб, қуйидаги саккизта блок бўйича гуруҳланган: очиклик, давлат (давлат сиёсатининг самарадорлиги), молия, инфратузилма, технология, бошқарув, меҳнат ва институтлар.

Жаҳон иқтисодий форумининг маълумотларига асосланган ҳисоб-китоблар шуни кўрсатмоқдаки, тадбиркорлик муҳитининг омиллари умуман мамлакатлар бўйича иқтисодий ўсиш динамикасига энг катта таъсир кўрсатди (60 фоиз)¹.

Тадбиркорлик муҳити томонидан рақобатбардошликнинг энг муҳим омиллари бўлиб қуйидагилар ҳисобланади: ички бозорда рақобатнинг жадаллиги, ахборот инфратузилмасининг ривожланиши, талаб хусусиятларининг мураккабланиши ва ички тақлифнинг миқдор ва сифат бўйича талабга мослиги.

Рақобатбардошлик кўрсаткичлари ва бозор институтларини шакллантириш ҳамда ривожлантириш жараёнлари бўйича орқада қолиш Ўзбекистонда ҳам кўзатилмоқда. Бунга барҳам беришда инновацион тадбиркорликни ташкил этиш ва ривожлантиришга давлат томонидан кўрсатиладиган кўмак асосий ролни ўйнаши мумкин.

Миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини ошириш вазифаларини

ҳал этиш учун узоқ муддатли режада, жаҳон тажрибаси кўрсатиб турганидек, кадрларни тайёрлаш ва улар малакасини оширишга, билимларни баҳам кўриш ва ИТТКИни қўллаб-қувватлашга ҳамда инфратузилмани ривожлантиришга инвестициялар давлат томонидан тартибга солишнинг энг самарали чоралари ҳисобланади.

9.2. МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИ ДАРАЖАСИНИ АНИҚЛАШ КЎРСАТКИЧЛАРИ

Глобализация жараёнида миллий товар ва хизматларнинг рақобатдошлигини таъминловчи ташқи омиллар миқёси ва таркибида салмоқли ўзгаришлар юз беради. Рақобатдошликнинг ташқи омилларига макроиқтисодий муҳит, ривожланишнинг инновацион йўлини танлаш, миллий институтлар ва инфратузилмаларнинг ҳолати, инсон капиталининг сифати, миллий иқтисодиётнинг ҳудудий ва тармоқ жиҳатдан баланслашганлик даражаси киритилиб, улар ички омилларга ўзгарувчан таъсир ўтказади. Ўзбекистонда бозор ислохотларини амалга оширишнинг барча босқичларида ички ва ташқи рақобатдошликни ошириш таркибий ўзгартиришларнинг устувор вазифаси эди. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида ушбу масалани ҳал этишнинг долзарблиги янада ортди ва у иқтисодиётни эркинлаштириш ҳамда модернизация қилишнинг давомий стратегик йўналиши сифатида қаралмоқда.

Мамлакат рақобатдошлигининг муҳим кўрсаткичларидан бири барқарор иқтисодий ўсиш ва макроиқтисодий баланслашувнинг таъминланишидир. Бизнинг мамлакатимизни глобал инқирознинг тўғридан-тўғри таъсиридан ҳимоя қилган макроиқтисодий мувозанатлашувининг асосий омиллари қаторига 2005 йилдан бошлаб кўзатилаётган бюджет профицитининг таъминланиши, олтин-валюта расмий захираларининг юқорилиги ва давлатнинг ташқи қарзлари паст даражаси, барқарор банк тизими ва халқаро молия бозорларидаги эҳтиёткорона алоқалар кабиларни киритишимиз мумкин. Инқирозга қарши чоралар дастури доирасида миллий иқтисодиёт

рақобатдошлигини ошириш бўйича тизимли тадбирлар белгиланган бўлиб, унда дастлаб реал сектордаги товар ва маҳсулотларни экспорт қилувчи корхоналарни қўллаб-қувватлаш, уларни ташқи бозорлардаги рақобатдошлигини таъминлаш, қатъий тежамкорликни қўллаш, маҳсулот таннархи ва харажатларини пасайтиришни рағбатлантириш, шу жумладан, энергия тежамкорлигининг самарали тизимини қўллаш ва энергия сифимини қисқартириш бўйича чоралар, ички бозорда ялпи талабни рағбатлантириш ва бошқалар белгиланган эди. Реал секторда юқори қўшилган қийматга эга бўлган тайёр маҳсулотларни ишлаб чиқариш, рақобатдош тармоқларни ривожлантириш мақсадида хомашёни чуқур қайта ишловчи тармоқлар улушини оширишга қаратилган иқтисодиётдаги таркибий ўзгаришлар Ўзбекистон корхоналарининг ташқи бозордаги барқарор ҳолатини таъминлайди.

Мамлакат миқёсида рақобатдошликни аниқлашда асосий эътибор яратилган макроиқтисодий муҳитга (инфляциянинг белгиланган меъёри, солиқ оғирлиги, кредит ресурсларини олиш имконияти, миллий валюта кўрсининг динамикасини билиш ва унинг экспортга мўлжалланган маҳсулотларни ишлаб чиқарувчилар манфаатларига мос келиши), давлат институтларининг сифати, инфратузилманинг ривожланиш даражаси, инсон капитали ва таълим тизимининг сифати, тадбиркорлик муҳити, товар, молия ва меҳнат бозорларининг ривожланишига қаратилади. Қулай макроиқтисодий муҳит билан маҳсулотни рақобатдошлиги ўртасида барқарор ўзаро боғлиқликнинг мавжудлиги замонавий иқтисодий назарияни асосий қоидаларига мос келади ва кўп сонли амалий тадқиқотлар томонидан исботланган.

Масалан, инфляциянинг юқори даражаси иқтисодиётни инвестициялашнинг мавжуд манбаларини сўндиради, ишлаб чиқаришни модернизация қилиш суръатларини ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларнинг сифатига салбий таъсир кўрсатган ҳолда чеклайди, ишлаб чиқарувчилар харажатларини кўпайтиради ва баҳо рақобатдошлигини пасайтиради.

Товарларнинг рақобатдошлигига юқори бюджет дефицити ва солиқ юки, валюта кўрсининг беқарорлиги, ишлаб чиқаришнинг юқори материал сиғимкорлиги ва иқтисодий ўсишнинг капитал сиғимкорлиги даражаси ҳам салбий таъсир кўрсатади.

Ўзбекистоннинг рақобатбардошлиги устунлиги инфратузилмани ривожлантиришга қаратилган бўлиб, унда темир йўл тизимининг ривожланганлиги асосий ўрин тутса, яна бир устун жиҳати аҳолини бошланғич ва ўрта таълим билан қамраб олиш даражаси жаҳонда юқори кўрсаткичлардан бири ҳисобланади. Иқтисодиёт рақобатдошлиги барча бўғинлари (макродаражада) бир-бири билан боғлиқ. Улардан бирининг ривожланмаганлиги бошқаларига салбий таъсир кўрсатади. Масалан, инновацион салоҳиятни юқори технологияларни фойдаланишга мослаштирувчи яхши ривожланмаган олий таълим тизимисиз ва ҳамда ишланма ва тадқиқотларни молиялаштирувчи самарали амал қилувчи молия тизимисиз амалга ошириб бўлмайди. Адолатли рақобат шарт-шароитларининг мавжуд эмаслиги ва ривожланмаган товарлар бозори инновацион маҳсулотга бўлган барқарор талабни ва ишлаб чиқарилаётган маҳсулот сифатини оширишга рағбатларни таъминламайди ҳамда миллий инновацион тизимлар ва инфратузилмаларини, илмий-техник ишланмаларнинг коммерциациялашувининг ривожланмаганлиги уларни пировард истеъмолчига етиб боришига имкон бермайди.

“Миллий иқтисодиётимиз рақобатбардошлиги ошиб бораётганлигининг исботи тариқасида мамлакатимизда ўтган 2017 йил яқунлари бўйича ялпи ички маҳсулот 5,3 фоизга ўсганлиги, саноат маҳсулоти ҳажмлари 7 фоизга, қурилиш-пудрат ишлари 5,6 фоизга, чакана савдо айланмаси 2,4 фоизга, хизматлар 8,9 фоизга ўсганлиги, давлат бюджети ялпи ички маҳсулотга нисбатан 0,1 фоиз миқдорда профицит билан ижро этилганлиги, ташқи савдо айланмаси 11,3 фоиз ўсиб, унинг ижобий сальдоси таъминланганлигини санаб ўтишимиз мумкин. 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши

бўйича Ҳаракатлар стратегиясини «Халқ билан мулоқот ва инсон манфаатлари йили»да амалга оширишга оид давлат дастурида таркибий ўзгартиришларни чуқурлаштириш, миллий иқтисодиётнинг етакчи тармоқларини модернизация ва диверсификация қилиш ҳисобига унинг рақобатбардошлигини ошириш йўналишида корхоналарнинг маблағлари, ЎзТТЖ, тижорат банклари кредити, хорижий инвестиция ва кредитлар ҳисобига 2017-2021 йилларда умумий қиймати 40 миллиард АҚШ доллари миқдоридаги 649 та инвестиция лойиҳасини назарда тутувчи тармоқ дастурлари амалга оширилади. Натижада кейинги 5 йилда саноат маҳсулотини ишлаб чиқариш 1,5 баравар, унинг ялпи ички маҳсулотдаги улуши 33,6 фоиздан 36 фоизгача, қайта ишлаш тармоғи улуши 80 фоиздан 85 фоизгача ошади.

Ҳаракатлар стратегиясини амалга оширишга оид давлат дастурида 2017–2021 йилларда аҳолининг энергия таъминотини яхшилаш учун кўмир қазиб олиш соҳасида замонавий технологияларни жорий этиш ҳисобига кўмир қазиб олишни йилига 7,8 млн. тоннага ошириш имконини берувчи инвестициявий лойиҳаларни амалга ошириш кўзда тутилган. Ишлаб чиқаришни модернизациялаш, техник ва технологик янгилаш ва саноат тармоқларининг рақобатдошлигини ошириш бўйича комплекс чоратадбирларнинг амалга оширилиши саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажмини 2017 йилда 2016 йилга нисбатан 7 фоизга ўсишини таъминлади. Юқори қўшилган қийматга эга бўлган маҳсулотларни ишлаб чиқаришга йўналтирилган саноат тармоқларида динамик ривожланиш таъминланди. 2016 йилда маҳаллий хомашё ресурсларини босқичма-босқич чуқур қайта ишлаш ва тайёр истеъмол маҳсулотлар номенклатурасини кенгайтириш тармоқлари эвазига саноат маҳсулотларининг юқори ўсиш суръатларига эришилди”³³.

Ўзбекистон иқтисодиётини узоқ муддатли истиқболда рақобатдошлигини ошириш учун қуйидаги йўналишларга кучларни ва

³³ www.wc.tseu.uz б www.tseu.uz

ресурсларни қаратиш лозим:

- иқтисодиётни модернизация қилиш ва таркибий ўзгаришларни чуқурлаштириш, иқтисодий ўсишнинг инновацион омилларини ошириш, ЯИМда моддий ва энергия сифимини 2 баробар пасайтириш ҳисобига мамлакат иқтисодиётини сифат жиҳатдан янги босқичга ўтиши орқали иқтисодий ўсишнинг барқарор юқори даражасини таъминлаш (8 фоиз);

- модернизация қилишнинг биринчи навбатдаги объекти инновацион маҳсулотга бўлган талабни таъминлашга қодир таркиблар, давлат таълим стандартларига риоя қилиш, инновация инфратузилмаси ривожланиши учун зарур бўлган қулай инвестицион муҳит ва бошқа барқарор иқтисодий ўсиш элементлари бўлиши лозим;

- ўта янги маҳсулот турлари ва юқори технологияларни ишлаб чиқишни ўзлаштириш асосида ташқи бозорда маҳаллий товарларнинг рақобатдошлигини ошириш;

- саноат ишлаб чиқариши, биотехнология, информатика ва нанотехнологиядаги янги кашфиётларни қўллашга асосланган ҳамда миллий иқтисодиётнинг кўпгина тармоқлари ва соҳаларида катта салоҳиятга эга бўлган энергия ва сув тежайдиган технологияни жорий этиш;

- миллий иқтисодиётни жаҳон молиявий-иқтисодий тизимига интеграциялашувини чуқурлаштириш, уни ташқи иқтисодий бозор конъюнктурасига боғлиқлигини пасайтириш учун ташқи бозорда рақобатдош тайёр маҳсулотлар улушини ошириш ҳисобига экспорт таркибини диверсификациялаш;

- мамлакатнинг ёқилғи-энергетик балансини мустаҳкамлаш ва такомиллаштириш, иқтисодиётни энергия таъминотида табиий газнинг улуши меъёрдан анча юқори кўрсаткичга эга бўлгани учун истиқболли энергия тежовчи технологияларни фаол ишлаб чиқиш ва халқаро айирбошлаш, энергиянинг муқобил манбаларидан кенг фойдаланиш зарур.

9.3. Кластерларни шакллантириш – иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини оширишнинг муҳим омили

Миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини кўриб чиқиш миллий иқтисодий сиёсатнинг иқтисодиётда рўй бераётган жараёнларга таъсири остида бўлди. Агар ҳозирги вақтда жаҳон иқтисодиёти ривожланаётган шарт-шароитлар – глобаллашув жараёнлари, трансмиллий компаниялар сонининг ўсиши ва улар фаолияти соҳаларининг кенгайиши ҳисобга олинса, жойлашган жой омилини ҳисобга олган ҳолда иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини ривожлантириш масалалари дастлабки ўринга чиқади.

М.Портернинг миллий, давлат ва маҳаллий рақобатбардошлик назарияси кластерларга асосий ўринни беради.

Кластерлар – бу географик белги бўйича жамланган, ўзаро рақобат қилувчи, лекин биргаликда фаолият юритувчи маълум тармоқлардаги ўзаро боғлиқ компаниялар, ихтисослашган етказиб берувчилар, хизмат кўрсатувчилар, тегишли тармоқлардаги фирмалар ҳамда улар фаолияти билан боғлиқ ташкилотлар (масалан, стандартлаштириш бўйича университетлар, агентликлар ҳамда савдо бирлашмалари) гуруҳи¹.

Юқорида таъкидланганидек, рақобат курашида кластерларга асосий берилади, чунки улар бозор иқтисодиётининг бошқа институтлари, хусусан ҳукумат, университетлар, компаниялар самарадорлигани ошириш имконини беради. "Кластерлар давлат сиёсатини тушунишнинг янги ва кўшимча усулини ўзида намоён этади. Айрим минтақада кластерлар ҳолатини тушуниш кластерлар иқтисодий ишплаб чиқариш салоҳиятининг ички хусусиятларини ҳамда уларнинг келажакдаги ривожланиши учун мавжуд бўлган чекловларни кўришни таъминлайди"³⁴.

Шундай қилиб, кластерлар қиёсий устунликлардан фойдаланиш ва рақобат жихатдан устунликларни оширишга асосланган ҳодда миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини оширишга кўмаклашади. Мамлакат

¹ Портер М.Э. Конкуренция.: Пер. с англ. - М: Издат. дом "Виль-ямс", 2002. С. 207.

³⁴ Ўша ерда. 275-бет.

иқтисодиёти кластер томонидан турли даражада, яъни минтакавий, пойтахт, миллий иқтисодиёт даражасида камраб олиниши мумкин.

Миллий иқтисодиётда кластерларнинг, яъни асосий тармоқ маҳсулотини ишлаб чиқариш бўйича ўзаро боғланган тармоқларнинг мавжудлиги рақобат хусусиятини ва мамлакатнинг рақобат жиҳатдан устунликларини шакллантиришда географик жойлашувнинг ролини акс эттиради.

Ўзбекистонда ҳозирги вақтда тармоқлар кластерлари ривожланмагани, рақобатбардош тармоқларда кластерларнинг мавжуд бўлмаслиги республиканинг миллий устунлиги учун заифлик аломати ҳисобланади. Қўллаб-қувватловчи ишлаб чиқаришларнинг мавжуд эмаслиги Ўзбекистон корхоналарига ҳатто улар жаҳондаги технологик янгилашни билан биргаликда ҳаракатланишига умид қилиш имконини ҳам бермайди.

Кластерларни шакллантириш – бу бир-бирининг рақобатбардошлигини оширишга ўзаро кўмаклашувчи ўзвий боғланган фирмалар, тармоқлар бирлашмаларини шакллантириш жараёни. Давлатнинг бутун иқтисодиёти учун кластерлар йчки бозорнинг ўсиш нуқталари ва халқаро иқтисодиёт базаси ролини бажаради.

Ўзбекистон миллий иқтисодиётини ташкил этишнинг Кластер шакли) кўзланган мақсадларни амалга оширишга тармоқлар ўртасидаги муҳим ўзаро боғлиқликларни аниқлаш имконини берган бўлар эди. Бу миллий иқтисодиётни таркиблаш масаласига нисбатан мутлақо янги ёндашув бўлиб, (янги ғояларни тўзишга қодир бўлган кадрларни тайёрлаш, сифатли бутловчи қисмлар ва хомашёни тайёрлаш ёки харид қилишдан тортиб то якуний маҳсулотни ишлаб чиқариш ва сотишгача) рақобатбардош маҳсулотни барпо этиш бўйича тизимли бошқарувни амалга ошириш имконини беради.

Жаҳон давлатларининг ўз иқтисодиётини ривожлантиришдаги асосий мақсади миллий иқтисодиётининг жойларида рақобатбардошлигини ошириш ва унинг глобал бозор улушини янада орттиришдан иборат. Инвестицион кластер – хусусий корхоналар гуруҳи кичик, ўрта ва йирик фирмалар,

шунингдек, илмий-тадқиқот ташкилотлари имкониятларидан фойдаланиш ва интенсив таъсир ўтказиш йўли билан инновацион фаолиятни рағбатлантиришдан иборат. Компания ва ташкилотлар гуруҳи муайян бир соҳада аниқ ваколатлари, хизматлари, ресурслар ва кўникмаларини ривожлантириш учун етарли даражада жойлашиши инновацион кластернинг асосий кўриниши сифатида қаралади.

Инновацион кластерларнинг ривожланиши учун Хитой тажрибасидан фойдаланиш мақсадга мувофиқ бўлади. “Инновацион кластерлар: Пекиндаги Циньхуа ёки Шанхайдаги Фудонь, университетлар атрофида, шунингдек, маҳаллий ҳокимиятлар томонидан бизнес-инкубатор сифатида яратилган махсус илмий-текшириш ва илмий-техник парклар атрофида пайдо бўлишади. Бу кластерлар ҳукумат грантларини, хитой венчур капиталини, хитойлик ва чет эллик (асосан Европа ва АҚШда таълим олган хитойликлар) энг яхши мутахассисларни ўзига жалб қилади”³⁵.

Глобаллашув ва ўсиб бораётган халқаро рақобат шароитларида кластерлаштиришни Ҳиндистон, Индонезия, Малайзия, Мексика, Нигерия, Чили ва бошқа давлатларда, шунингдек, араб мамлакатларида (Марокаш, Иордания, Сурия, Ливан, Миср, Саудия Арабистони, Бирлашган Араб Амирликлари ва бошқалар) кузатишимиз мумкин.

Ҳиндистонда 2000 дан ортиқ, шундан 388 та саноат ва 1657 та ҳунармандчилик корхоналарини бирлаштирган кластерлар фаолият кўрсатади. Кластерлар мамлакат экспорт маҳсулотининг 60 фоизни, баъзи бир йирик кластерлар эса Ҳиндистонда ишлаб чиқариладиган баъзи бир маҳсулотларнинг (кийим-кечак, заргарлик ва тери маҳсулотлари) 90 фоизни етказиб берадилар. Ҳиндистоннинг кичик корхоналари катта истеъмол бозори ва ривожланган саноат ва ижтимоий инфратузилма билан биргаликдаги меҳнат ресурслари бор метропол ва катта шаҳарлар, йирик

³⁵ Бараболина А.И. Формирование автомобильного кластера в Китае [Электронный ресурс]. //Проблемы современной экономики. 2014 .№4 (24).

саноат компаниялари атрофида тўпланишга интиладилар. Турли хил кластерлар таркибида фаолият кўрсатаётган кичик корхоналар сони 40-50 дан тортиб 1700 тагача (Дехлидаги техник ускуналар ишлаб чиқарувчи кластерда) бўлиши мумкин. Ҳиндистон ҳукуматининг юқори технологиялари ишлаб чиқариш ва хизматлар (коммуникацион технологиялар, дастурий таъминот, фармацевтика ва бошқалар)ни ривожлантиришда кластерларнинг эксперт имкониятларини оширишни қўллаб-қувватлашга бўлган муносабати айниқса самаралидир.

Бунга катта, ўрта ва кўпгина кичик корхоналарнинг ўзаро муносабатлари асосида иқтисодиётнинг тез ривожланишидаги манфаатдор бўлган вилоятлар ва маҳаллий ҳокимиятлар билан марказий ҳукумат органларининг яқиндан ҳамкорлик қилиши билан биргаликда давлатнинг техникавий сиёсати ёрдам беради.

Шундай қилиб, мамлакатларнинг ўтиш давридаги тажрибаси шуни тасдиқлайдики, кластерларни ривожлантириш ғояси давлатнинг иқтисодиётга аралашishi кўринишида, кластерларни ташкил қилиш бўйича давлат дастури сифатида қабул қилинмаслиги лозим. Акс ҳолда, кластерларни сиёсий йўллар ёрдамида мақсадли яратиш мумкин деган нотўғри фикр пайдо бўлади.

Саноатни бошқаришга кластерли ёндашиш давлат саноат сиёсати тамойилларини умуман ўзгартириб юборади. Бу, айниқса, аввалги социалистик давлатларга тааллуқли бўлиб, давлат бошқарув аппаратининг бутунлай қайта қуришни, маҳаллий ҳокимият дунёқараши ўзгаришига олиб келади. Иқтисодиётда ривожланиш тўғрисидаги ахборотни бошқа юзада кўришни – соҳалар бўйича эмас, алоҳида бозор ва компаниялар даражасида кўришни талаб қилади .

Жаҳон амалиёти шуни кўрсатадики, кластерлар камдан-кам ҳолда маблағ ёрдамида ва сунъий равишда пайдо бўлади, улар соҳалар орасидаги ишлаб чиқариш алоқалари сифати кўринишидаги шарт-шароитлар бўлгач, табиий равишда пайдо бўлади ва ривожланади.

Сиёсатнинг бу ҳолатдаги роли тадбиркорликни ривожлантиришга шароитлар яратиш, яъни фирмаларни очиш, инновацияларни рағбатлантириш, инвестицион муҳитни яхшилаш ва бошқалардан иборатдир.

Инновацион кластерларни ташкил этиш, биринчидан, ахборот харитасини тўзиш билан белгиланади. Инновацион кластерларда барча тузилманинг моҳиятини марказлаштириш ва аниқлаш учун қандайдир бирор асосий омил атрофида ғояларни йиғиш мақсадга мувофиқдир.

Инновацион кластерларни тўзиш тартиби қуйидаги чизмада келтирилган.



1-чизма. Кластер тузиш қондалари.

Ўзбекистон иқтисодиёти структурасида кластерли ёндашиш биринчи марта 2017–2021 йилларга мўлжалланган Ҳаракатлар Стратегияси Дастури [4] доирасида мамлакат ишлаб чиқариш сиёсатини такомиллаштириш йўллари белгилаб бериш воситаси сифатида қайд қилинди. Кластерларнинг ривожланиши тўғрисидаги муҳокамалар аввалдан бошланган бўлиб, турли хил назарияларга асосланган эди. М. Портернинг 1990 йилда чоп этилган “Мамлакатларнинг рақобатдаги афзалликлари” китобида қайд этилган мазкур назария асосида кўпгина давлатларда мазкур

мамлакатлар иқтисодиётини ўрганиш бўйича кенг қамровли изланишлар олиб борилган.

Бундан ташқари, бу лойиҳа доирасида Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги, қизиқиш билдирган вазирлик ва муассасалар билан биргаликда фан, маориф ва ишлаб чиқаришнинг интеграцияси учун йўналишлар ишлаб чиқди ва улар асосида мамлакатнинг йирик университетларида ўқув-илмий комплексларни ривожлантириш концепцияси ишлаб чиқилди .

Келажаги порлоқ тармоқлар таҳлил қилинди. Асосий мезон сифатида экспортнинг барқарорлиги ва чет эл инвестицияларининг кириб келиши олинди. Тайёрланиши учун катта меҳнат талаб қилган “интеграция рамкаси” аниқлаб олинди. Қишлоқ хўжалиги, рангли металлургия, энергетика, телекоммуникация, экология, соғлиқни сақлаш, транспорт, кимё, қурилиш, озиқ-овқат бўйича интеграцион ҳариталари тўзилди .

Етакчи корхоналар қаторига “НТМК”, “ОТМК”, “Автосаноат АК”, Ўзбекистон темир йўллари каби йирик компанияларнинг ишлаб чиқариш бўлимлари киради. Ўзбекистоннинг йирик корхоналари томонидан ишлаб чиқариш ва изланиш марказларининг яратилиши нафақат истеъмолчиларга яқинлашиш мақсадларини кўзлайди, улар кўпчилик ҳолатларда тажрибали ишчи кучидан фойдаланиш афзалликларини ва миллий иновацион тизимнинг имкониятларини кўзда тутди.

Ҳозирги пайтда саноат, қишлоқ хўжалиги, автомобилсозлик (кластерлари) Ўзбекистон иқтисодиёти учун муҳим ҳисобланади, улар асосий экспорт ҳажмини таъминлаб, мамлакат ялпи ички маҳсулотининг кўпгина қисмини ташкил қилади.

Келгусида Ўзбекистон ахборот ва телекоммуникация технологиялари кластерини ривожлантириш лозим (10 йил ичида “нисбий кластер” категориясидан “кучли кластер” категориясига ривожланиш лозим), бу билан “етук” бозорда ишлаётган қишлоқ хўжалик кластерига муқобил сифатида ресурс яратилиши лозим. Ҳозирда мавжуд махсус иқтисодий ҳудудларда илмий-коммуникацион маҳсулотлар ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш ва

ривожлантириш, мана шу сектор учун таълим тизимини, инновацион тизимни бир-бирига боғлиқ ишлаб чиқариш ва хизматлар тармоғини яратиш, улар мустақил қийматга эга бўлишлари ва рақобатда барқарор афзалликларга эга бўлишни ривожлантиришга шароитлар яратишлари лозим. Бунга мисол сифатида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 30 июндаги “Мирзо Улуғбек инновацион марказини ташкил қилиш” тўғрисидаги фармонини келтиришимиз мумкин. Бу барча ташқи бозорда ишловчи дастурчиларни дастурий маҳсулоти билан бирлаштиради.

Металлургия кластерининг якуний маҳсулоти сифатида турли хил металл маҳсулотларидан машинасозлик учун юқори технологик қолипларни тайёрлашни олишимиз мумкин. Машинасозлик кластери кластерларнинг бир-бирига киришувчанлигининг ёрқин мисоли сифатида намоён бўлади. Унинг асосий ихтисосланиши қишлоқ хўжалиги, энергетика, металлургия ва қурилиш тармоқлари учун ускуналар ишлаб чиқаради. Аммо ихтисослашган машинасозликнинг жадал ривожланиши уни мустақил кластерга, кўплаб ихтисослашган етказиб берувчилари, сервис ва инжиниринг компаниялари, тадқиқот ва инновацион марказлари бор кластерга айланишига олиб келиши мумкин. Ҳолбуки, ускуналар ишлаб чиқарувчиларининг рақобатбардошлиги ва ривожланиши етакчи кучнинг муҳим омили сифатида талабчан ички сўров бўлса ҳам, машинасозлик компаниялари ҳали жаҳон бозорида рақобат қила олмайдилар .

Энергетика кластери ўз ичига нефть ва газ кимёси, электроэнергияси, инжиниринг компанияларини, анъанавий равишда юқори энергия самарадорлиги ва экологик технологиялардан фойдаланувчи компанияларни ўз ичига олиб, тахминларга кўра юқори суръатлар билан ривожланади. Озиқ-овқат ва қурилиш кластерлари, шунингдек, соғлиқни сақлаш кластери ички бозорга хизмат қилишга мўлжалланган бўлиб, бандлик нуктаси назаридан муҳим аҳамиятга эга, лекин яқин 10-15 йил ичида иқтисодиётнинг умумий ўсишидан секинроқ ўсади. Нисбатан янги бўлган бизнес-хизмат кластери эса

аксинча Ўзбекистон иқтисодиётида ўз ўрнини аста-секин мустаҳкамлаб боради.

Барча ҳолатларда кластерлар рақобатбардошлилигининг асосий далили сифатида бир-бири билан боғлиқ институтлар ҳамда тармоқлар тизимининг бозор муносабатлари ва самарали рақобатнинг натижасида юқори даражадаги ривожланиши ҳисобланади. Миллий инновацион тизимни шакллантириш ва малакали кадрларнинг юзага келиши давлат сиёсатининг меъёрлари билан ўлчанади.

Инновацион кластерни ишлаб чиқишнинг асосини маҳсулот ҳаётий цикли назарияси, фирманинг бозордаги ҳолати ва у ўтказаётган илмий-техникавий сиёсат ташкил этади.

Инновацион кластер стратегияси қуйидаги турларга ажратилади:

1. Ҳужум стратегияси – бу стратегия тадбиркорлик рақобатчилиги принципларига эга бўлган фирмалар учун мўлжалланган. У кўпинча кичик инновацион фирмалар учун тааллуқли.

2. Ҳимоя стратегияси – фирманинг рақобат принципларини сақлаб қолиш. Бундай стратегия жадал илмий-тадқиқот ишларини талаб этади.

3. Иммитацион стратегияси – (иммитация – ҳаётда бўладиган воқеаларни символлар орқали ифодалаш). Бу стратегия кучли бозор ва технологик ҳолатларга эга бўлган фирмаларга тааллуқли. У ёки бу янгиликларни биринчи марта ўзлаштираётган фирмалар томонидан қўлланилади.

Яқуний истеъмол усули орқали ЯИМ таркиби тўғрисидаги маълумот яқуний истеъмол талабини қондириш ва мамлакат миллий бойлигининг ўсиши учун истеъмол қилинган товар ва хизматлар қиймати улушини аниқлаш, ЯИМнинг яқуний истеъмол йўналишлари бўйича асосий пропорцияларини таҳлил қилиш имконини беради.

10-МАВЗУ. РАҚОБАТНИНГ ИННОВАЦИЯЛАРНИ ТАТБИҚ ЭТИШ СТРАТЕГИЯСИ

10.1. Инновацион инвестицияларнинг миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишдаги роли

Инновацион инвестициялар такрор ишлаб чиқариш ва иқтисодий ўсиш сифатининг молиявий манбаи, ишлаб чиқарувчи кучлар ва иқтисодий муносабатлар тизими ривожланишини белгиловчи омилдир. Инновацион инвестициялар фан ва техника тараққиёти, ютуқларини амалиётга жорий қилишни ва ижтимоий-иқтисодий ривожланиш жараёнини таъминлайди. У аҳоли турмуш даражаси ва сифатини тўхтовсиз ошириб боришнинг ҳам зарурий шarti ҳисобланади. Шу жиҳатдан ёндашилганда инновацион инвестицияларнинг зарурлигини икки муҳим омил тақозо қилади: ижтимоий эҳтиёжлар сифат даражасининг ўсиши ва аҳоли сонининг кўпайиши. Иқтисодий ўсиш сифати жараёнини таҳлил қилиш нуқтаи назаридан ёндашилганда инновацион инвестицияларга янги корхоналарни ташкил этиш, мавжудларини кенгайтириш, реконструкция қилиш ва техник жиҳатдан қайта қуроллантиришга кетадиган маблағлар, деб таъриф бериш мақсадга мувофиқроқдир.

Шу муносабат билан Ҳаракатлар стратегиясида иқтисодиётни модернизациялаш, ислохотларни чуқурлаштириш, янги ишлаб чиқариш қувватлари ва асосий фондларни яратиш, амалда фаолият юритаётган техника ва технологияларни янгилаш, уларни қўллаб-қувватлаш инвестицион жараёнларни нечоғли тўғри ва самарали амалга оширишга боғлиқ эканлиги таъкидлаб ўтилган. Иқтисодиётда бошқарув тизими эскиргани, инновацион ғояларни қўллаб-қувватлаш бўйича самарали механизмлар ўз вақтида жорий қилинмагани ҳам жиддий муаммо бўлиб қолмоқда. Шунингдек, технологик қоқоқлик, ресурс ва энергияни тежайдиган технологиялар, муқобил энергия манбаларини татбиқ этишнинг сустиги ҳам иқтисодий тараққиёт йўлида тўсиқ бўлмоқда. Энг ёмони, истиқболли йирик лойиҳаларни белгилаш ва амалга оширишда жиддий хатоликларга йўл қўйилгани, хорижий кредитлар

самарасиз ишларга сарфлангани иқтисодиёт ривожига ҳалақит бермоқда³⁶. Инновацион инвестициялар макроиқтисодий даражада икки хил хусусиятга эга бўлади. Биринчидан, инновацион инвестициялар ўзгарувчан харажатлар тури бўлиб, у кескин ортиши ёки камайиши мумкин. Бундай ўзгаришлар ЯИМ ҳажмига тўғридан-тўғри таъсир этади. Бошқача айтганда, инновацион инвестициялар иқтисодий ўсиш сифатига нисбатан кўпроқ даражада ўзгарувчан ҳисобланади. Иккинчидан, инновацион инвестициялар асосий капиталнинг жамғарилишига олиб келади. Ишлаб чиқариш воситалари, бинолар, асбоб-ускуналар шаклидаги асосий капитал ҳажмининг ўсиши миллий иқтисодиётда иқтисодий ўсишга ва ўз навбатида ЯИМ ҳажмининг ортишига олиб келади.

Иқтисодиётдаги таркибий ўзгаришлар инвестициялар тармоқ таркибининг ўзгаришида ўз аксини топади. Чунки янги тармоқларнинг пайдо бўлиши, ёқилғи-энергетика мустақиллигига эришиш, ишлаб чиқаришни тубдан янгилаш инвестициялар таркиби ўзгаришини тақозо этади. Таҳлил қилинган барча йилларда инвестицияларнинг асосий қисми ишлаб чиқариш мақсадларига ишлатилган. Бироқ бу ишлаб чиқариш тармоқларига йўналтирилган инвестициялар ва ижтимоий тармоқларга йўналтирилган инвестициялар ўртасидаги нисбатан ишлаб чиқаришнинг пасайиши ва унинг ўсиши даврида ҳам ўзгариб турган. Жумладан, 2005–2010 йилларда ишлаб чиқариш мақсадларидаги инвестицияларнинг улуши бироз ўсган, бироқ 2010–2017 йилларда уларнинг улуши 73,7 фоиздан 66,7 фоизгача пасайган. Бу, асосан, транспорт ва алоқага йўналтирилган инвестицияларнинг динамикаси учун характерлидир. Мазкур тармоқнинг инвестициялардаги улуши 2005-2010 йилларда -24,1 % дан 29,7% гача ортган, 2010-2017 йилларда унинг улуши 29,7 фоиздан 17,1 фоизга пасайган, саноатда ишлаб чиқариш мақсадларига йўналтирилган инвестицияларнинг барқарор 35,9 фоиз улушини ташкил этмоқда.

³⁶ Мирзиёев Ш.М. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. Т.// Халқ сўзи, 2017 йил 23 декабрь.

1- жадвал. Ўзбекистон Республикасида инвестицияларнинг тармоқлар бўйича таркиби ўзгариши (амалдаги нархларда, фоизда)

	2005	2010	2017
Барча инвестициялар, шу жумладан:	100	100	100
1. Ишлаб чиқаришга мўлжалланган, улардан:	68,2	73,7	66,7
а) саноатга	32,5	30,4	35,9
б) қишлоқ хўжалигига	4,4	3,5	3,3
в) қурилишга	0,9	1,4	4,4
г) транспорт ва алоқага	24,1	29,7	17,1
д) савдо, умумий оўқатланиш ва бошқа тармоқларга	6,3	8,7	6,0
2. Ижтимоий соҳа тармоқлари, улардан:	31,8	26,3	33,3
а) уй-жой қурилишига	11,5	12,4	17,9
б) коммунал хўжалигига	2,8	1,5	2,0
в) соғлиқни сақлаш ва ижтимоий таъминотга	2,4	1,7	2,3
г) халқ таълимига	5,0	2,1	2,7
д) фан, маданият, санъатга	10,1	8,4	8,4

Инвестициялар тармоқ таркибида қишлоқ хўжалиги улушининг кескин камайиши диққат-эътиборни тортади. Республикада 2000 йилда унинг улуши 5,1 фоизни ташкил қилган бўлса, 2010 йилда 3,5 фоизни ва 2017 йилда унинг улуши атиги 3,3 фоизни ташкил этди, яъни бу 2000 йилга нисбатан 1,8 пунктга камдир. Шу билан бирга, бугунги кунда қишлоқ хўжалигига, яратилган ЯИМнинг 19,2 фоиздан кўпроғи тўғри келади. Табиий-иқлим шароитлари, ерларнинг ва ирригация тизимининг ҳолати, умумий инвестицияларда қишлоқ хўжалигининг улушини кескин оширишни талаб қилади. Иқтисодий ўсиш даврида хизмат кўрсатиш соҳаси, уй-жой хўжалиги, соғлиқни сақлаш, халқ таълими, фан ва маданиятга йўналтирилган инвестицияларнинг улуши ортди. Бу ерда шу нарса муҳимки, инвестицияларнинг қайд қилинган тармоқларда ортиши, инвестициялар реал ҳажмининг кўпайиши шароитида содир бўлди. Транспорт ва алоқага инвестицион сарфларининг анчагина кўпайиши мазкур тармоқларни реконструкция қилиш, транспорт коммуникацияларини кенгайтириш билан бирга борди. Жумладан, бу даврда Қамчиқ довони орқали Тошкент-Қўқон автомобиль ва темир йўл қурилиши, Навоий–Конимех–Мискин темир йўл линиясини электрлаштириш сабаб бўлди. Иқтисодий ўсиш даврида инвестицияларда саноат ва қишлоқ хўжалиги сингари тармоқлар улушининг

камайиши ҳамда ижтимоий соҳа тармоқлари улушининг ортиб бориши капитал талаб тармоқлардан бундай талаб бўлмаган тармоқларга инвестициялар оқиб ўтиши жараёни ўз ўрнига эга эканлигини англатади.

2005–2017 йилларда инвестициялар ҳажми барча тармоқларда барқарор ўсган, бироқ унинг ҳажми турли тармоқларда турли хил даражада ўсган. Энг юқори ўсиш 1197,4 фоизи қурилишга тўғри келади. Иккинчи ўринда саноат билан 563,4 фоиз туради. 2005–2017 йилларда ижтимоий соҳа тармоқларга йўналтирилган инвестицияларнинг улуши 1990 йилдаги 41,7 фоиздан 1995 йилда 33,1фоизга ва 2000 йилда 42,5 фоизга ўсиб, ундан кейинги даврда барқарор ялпи инвестицияларнинг 3/1 қисмини ташкил этган. Ижтимоий соҳа тармоқларга йўналтирилган инвестицияларнинг таркибида тадқиқ этилаётган даврда энг юқори ўсиш 843,3 фоиз билан, уй-жой қурилишига тўғри келади. Ижтимоий соҳа тармоқларга йўналалтирилган инвестициялар ўсишида энг паст даражада ўсиш фан, маданият ва санъатга тўғри келмоқда. Унда тадқиқ этилаётган биринчи даврда 1990–2000 йилларда 29,4 фоизни ва иккинчи 2005–2017 йилларда 128,2 фоизни ташкил қилмоқда. Бугунги инновацион иқтисодиётга ўтиш даврида инновацияни яратувчи тармоқ бўлган фан, маданият ва санъатга катта ҳажмдаги инвестицияларни йўналтириш мақсадга мувофиқдир.

Ҳаракатлар стратегиясида ишлаб чиқаришни модернизация қилиш, техник ва технологик жиҳатдан янгилаш, ишлаб чиқариш, транспорт-коммуникация ва ижтимоий инфратузилма лойиҳаларини амалга оширишга қаратилган фаол инвестиция сиёсатини олиб боришга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Фаол инвестиция сиёсати орқали юқори технологияли қайта ишлаш тармоқларини, энг аввало, маҳаллий хомашё ресурсларини чуқур қайта ишлаш асосида юқори қўшимча қийматли тайёр маҳсулот ишлаб чиқаришни жадал ривожлантиришга қаратилган сифат жиҳатидан янги босқичга ўтилмоқда. Корхоналар асосий манбаи фойда ва амортизация ажратмалари бўлган жамғармалар ҳисобидан инвестицияларни амалга ошириб келаётганлигига ва тадқиқ этилаётган давр мобайнида мазкур

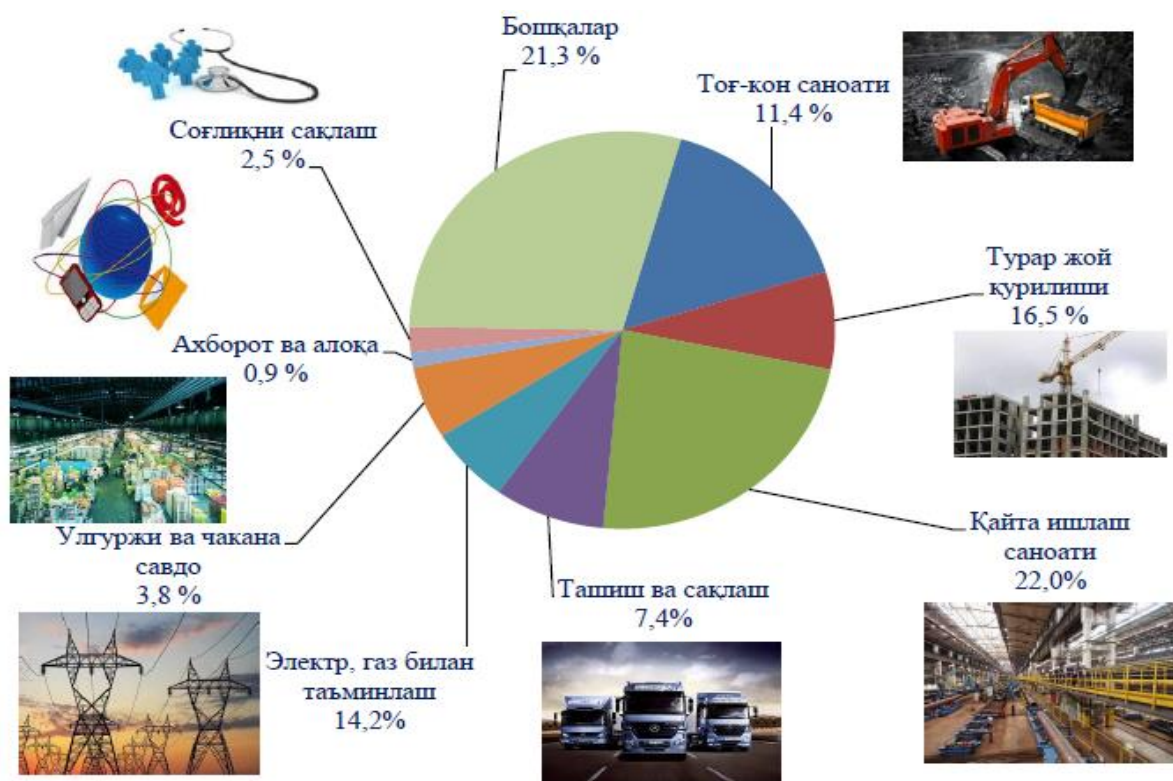
кўрсаткичларнинг ўсиш суръатига эга бўлганлигига гувоҳ бўлишимиз мумкин. 2010-2017 йилларга келиб, жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози таъсири натижасида ялпи инвестицияларда корхоналар улуши 2000 йилдаги 27,1 фоиздан, 2010 йилда 33.0фоизгача ўсди ва 2017 йилга келиб, 29,4 фоизгача пасайди. Инвестицион жараёнларда ўз навбатида аҳолининг иштироки ҳам тобора кенгайиб бораётганлигини қайд этиш лозим. Инвестициялар таркибидаги аҳоли маблағларининг улуши 2005–2009 йиллардаги 10–11 фоиздан 2017 йилга келиб, 14,5 фоизгача ўсган. Аҳоли турмуш даражаси ва реал даромадларининг ўсиши эвазига аҳоли инвестицион фаолиятининг фаоллашуви аҳоли жамғармаларининг кўпайишига замин яратиб берди.

“Иқтисодиётда бошқарув тизими эскиргани, инновацион ғояларни қўллаб- қувватлаш бўйича самарали механизмлар ўз вақтида жорий қилинмагани ҳам жиддий муаммо бўлиб қолмоқда. Шунингдек, технологик қолоқлик, ресурс ва энергияни тежайдиган технологиялар, муқобил энергия манбаларини татбиқ этишнинг суствлиги ҳам иқтисодий тараққиёт йўлида тўсиқ бўлмоқда. Энг ёмони, истиқболли йирик лойиҳаларни белгилаш ва амалга оширишда жиддий хатоликларга йўл кўйилгани, хорижий кредитлар самарасиз ишларга сарфлангани иқтисодиёт ривожига ҳалақит бермоқда”³⁷ – дейди Президентимиз Ш.М.Мирзиёев. Саноатни модернизация қилиш, техник ва технологик янгилаш лойиҳалари, шунингдек, 2015–2019 йилларда иқтисодиёт тармоқлари ва ижтимоий соҳада энергия сарфи ҳажмини қисқартириш, энергия тежайдиган технологияларни жорий этиш чоратадбирлари дастурининг ҳаётга самарали татбиқ этилиши натижасида республика ЯИМга энергия сарфини 7,4 фоизга, ҳамда йирик корхоналарда ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар таннархини эса ўтган йилга нисбатан ўртача 10,6 фоиз камайтиришга, 4400 дан ортиқ корхоналарнинг рентабеллик даражасини ошириш ва молиявий соғломлаштириш ҳамда ишлаб чиқариш

³⁷ Мирзиёев Ш.М. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. Т.// Халқ сўзи, 2017 йил 23 декабрь.

қувватларидан фойдаланиш даражасини ошириш асосида ишчилар сонини кўпайтиришга эришиш режалаштирилган.

Сўнгги йилларда олиб борилган инвестиция сиёсати мамлакатнинг ижтимоий-иқтисодий ва стратегик мақсадларини белгилаш, Ўзбекистоннинг халқаро иқтисодий ҳамжамиятдаги роли ва ўрнини аниқлаш имконини берди.



1-расм. 2018 йилда иқтисодий фаолият турлари бўйича асосий капиталга инвестициялар таркиби

Шулардан келиб чиқиб айтиш мумкинки, айти пайтдаги инвестиция сиёсатининг макродаражадаги бош мақсади қайта ишлаб чиқариш жараёнларини такомиллаштириш, мамлакат моддий-техникавий базасини мустаҳкамлаш, унинг иқтисодий салоҳиятини юк-салтириш, умумиқтисодий тараққиётга эришиш (ялпи ички маҳсулот, ялпи ички маҳсулот ҳажмининг усиши, янги иш жойлари сонини кўпайтириш, киритилган маблағлар самарадорлигини ошириш)га қаратилган инвестиция жараёнларини давлат томонидан тартибга солиниши ва қўллаб-қувватланишининг таъсирчан тизимини яратишдир. Микродаражада у хўжалик субъектлари томонидан

фойда (даромад) олиниши мақсадига бўйсундирилади.

Ўзбекистон иқтисодиётининг жаҳон хўжалиги тизимиغا интеграциялашуви шароитида мамлакатимизда экспортга йўналтирилган иқтисодий ривожланиш сиёсатини амалга ошириш ва экспортбоп “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. № 4, июль-август, 2017 йил № 4, 2017 www.iqtisodiyot.uz 2 маҳсулотларни ишлаб чиқариб, хорижга экспорт қилиш, шунингдек, импорт ўрнини босувчи юқори технологияларга асосланган ишлаб чиқаришни жорий қилишда эркин иқтисодий ҳудудлардан фойдаланиш, шунингдек, мамлакатимизда “очик эшиклар сиёсатини” амалга ошириш ҳамда хорижий сармоядорларни жалб қилиш борасида ривожланган давлатларнинг, айниқса, жаҳон хўжалигида тезкор суръатларда ривожланган мамлакатларнинг, жумладан, Хитой, Германия, Франция, Япония, Жанубий Корея, Сингапур каби мамлакатларнинг ташқи савдо-сотиқ сиёсати тажрибаларидан унумли фойдаланиш миллий иқтисодиётимизнинг тараққиётига ижобий самара беради. Шунга кўра, миллий иқтисодиётни шакллантиришда ташқи иқтисодий фаолиятни эркинлаштириш орқали мамлакатнинг ташқи савдо-сотиқ жараёнини ва экспорт салоҳиятини юксалтириш масаласи, мамлакатимизда бозор иқтисодиётига ўтишнинг ўзига хос жиҳатларини ҳисобга олишни, айниқса, жаҳон иқтисодиёти амалиётида тўпланган тажрибалар ва халқаро қонун-қоидалар асосида мамлакатимизда эркин иқтисодий ҳудудларни ташкил қилиш борасида ва уларни тартибга солиш усулларини янада такомиллаштириш зарурлигини талаб этади. Эркин иқтисодий ҳудудларни ташкил этишда ва ундаги фаолиятларни самарали олиб боришда хориж мамлакатларининг тажриба ва усулларида унумли фойдаланиш ҳозирги куннинг муҳим масалаларидан бири ҳисобланади. Хусусан, Ўзбекистон Республикасининг Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси” тўғрисидаги фармонининг учинчи йўналишида, яъни “Иқтисодиётни янада ривожлантириш ва либераллаштириш” деб номланган

йўналишда кўрсатилганидек, миллий иқтисодиётнинг барқарорлигини таъминлаш, рақобатбардош маҳсулотларни, экспортга мўлжалланган маҳсулот ва материаллар ишлаб чиқариш учун замонавий технологияларни жорий этиш, транспорт-логистика инфратузилмасини, тадбиркорликни ривожлантириш ҳамда хорижий инвесторлар учун инвестициявий жозибадорликни оширишнинг замонавий тамойиллари ва механизмларини жорий этиш каби чора-тадбирларни амалга ошириш ЭИХларнинг фаолиятига ва хорижий инвестицияларни жалб қилиш самарадорлигини оширишга хизмат қилади

Иқтисодий ўзгаришлар йилларида электроэнергетика, нефть-газ мажмуаси, металлургия, кимё, нефтни қайта ишлаш тармоқлари, енгил ва озиқ-овқат саноати корхоналарини модернизациялаш ва техник қайта жихозлаш дастурлари босқичма-босқич амалга оширилди.

Микроиқтисодий даражада ишлаб чиқариш жараёнларининг фаоллашуви, корхоналар молиявий ахволининг барқарорлашуви кўзатилди, натижада ушбу корхоналарнинг ўз маблағларини жамғариш имконияти пайдо бўлди. Бу, ўз навбатида, ички инвестиция фаолияти доирасининг кенгайишига, ҳам янги қурилиш объектларига, ҳам амалдаги ишлаб чиқариш ти-зимини янгилашга, капитал қуйилмалар ҳажмларининг ортишига ёрдам берди.

Ҳозирги пайтда хорижий инвестициялар Ўзбекистон учун, биринчи навбатда, қайта ишловчи тармоқлардаги аксарият саноат корхоналарининг техник ва технологик қолоқлигини енгиш; саноат соҳасида моддий ва энергетик ресурслар сарфини қисқартириш мақсадида моддий-хомашё ресурсларидан комплекс ва тежамкорлик билан фойдаланишни таъминлаш; маҳсулотнинг юқори технологик турлари улушини сезиларли кўпайтириш ва саноат ишлаб чиқаришининг экспорт имкониятларини кенгайтириш учун зарур.

10.2. Иқтисодиётнинг реал сектори тармоқларида рақобат муҳитини шаллантиришнинг инновацион омиллари

Миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини ошириш инновациявий жараёнларни фаоллаштириш билан узвий боғлиқ.

Рақобатбардошликка эришишнинг замонавий моделлари иқтисодиётни ривожлантиришнинг умумий тусга эга ва рақобат муҳитини шакллантириш хусусиятларидан иборат. Бу омиллар қуйидагилар: ишлаб чиқаришнинг сифат нуқтаи назаридан аҳволи ва унинг самарадорлиги; ходимларнинг илмий салоҳияти, малакаси, илмий-техник ютуқлари; асосий рақобатбардош тармоқларда турдош ва хизмат кўрсатувчи кичик тармоқлар аҳволи; талаб шартлари; корхона стратегияси ва таркиби.

Рақобат муҳитини шакллантириш учун маҳаллий маҳсулотларнинг ички бозорда ҳам, ташқи бозорда ҳам юқори рақобатбардошлигини сақлаш мақсадида қуйидаги вазифаларни ечиш мақсадга мувофиқ: барча товар ишлаб чиқарувчилар учун ички бозорда тенг рақобат имкониятларини яратиш ҳамда миллий ишлаб чиқарувчиларни ташқи бозорларда қўллаб-қувватлаш. Иқтисодий тараққиётнинг бугунги босқичида давлат миллий манфаатлардан келиб чиқадиган ва жаҳондаги вазиятни ҳисобга оладиган узоқ муддатли рақобат сиёсатини ишлаб чиқиши лозим.

Сўнгги йилларда Ўзбекистонда инновация циклини марказлаштирмасдан ташкил қилишнинг янги шакл ва усуллари пайдо бўлмоқда. Янги бўғинлар юзага келишининг жадал жараёни кечмоқда, унинг асосий вазифаси инжиниринг ва жорий ишларини бажаришдир. Янгиликларни киритишга "тадбиркорларча" ёндашув тобора кенг тарқалиб бормоқдаки, бунда кашфиётчи янгиликларни ишлаб чиқиш ва жорий қилиш бўйича ишларнинг раҳбарига айланмоқда.

Охирги маҳсулотнинг рақобатбардошлигини янада кенгрок таъминлашнинг зарур шарти инновация фаолиятини бошқаришни, ақлий фаолият натижасини халқаро бозордаги кескин рақобатга дош бера оладиган товар даражасигача олиб чиқиш механизмини та-комиллаштиришдан иборат.

Илмий-техникавий ва илмий-ишлаб чиқариш бирлашмалари, илмий-саноат уюшмалари ва бошқа йирик марказларнинг Ўзбекистондаги фаолияти самарадорлиги улар қошида кичик илмий-ишлаб чиқариш корхоналарини ташкил қилиш йўли билан оширилиши мумкин, уларнинг асосий вазифаси илмий ишланмалар ва ихтироларнинг кенг кўламлилигини таъминлашдир.

Ўзбекистон шароитида инновацион корхоналарнинг муваффақиятли фаолиятини таъминлаш ишида қуйидаги вазифаларни ҳал қилиш катта аҳамият касб этади:

- асосан маҳаллий менежерларнинг малакасига боғлиқ бўлган, янгиликларни излаш ва ўзлаштиришга мойил муҳитни яратиш;
- бутун инновация фаолиятининг истеъмолчи эҳтиёжларига бўйсундирилиши;
- "тадқиқот – ишлаб чиқариш – сотиш" жараёнини тезлаштириш мақсадида бошқармада даражалар сонини қисқартириш;
- янгиликларни ишлаб чиқиш ва жорий этиш муддатларини қисқартириш.

Инновация муҳитининг бугунги ахволи қисқа муддатларда маҳаллий бизнеснинг инновацион йўналганлигининг юқори даражасига эришишга имкон бермайди. Шу боис, уни ривожлантириш давлатнинг турли йўналишлардаш саъй-ҳаракатини тақозо этади. Жамиятнинг инновацион ривожлантиришга ўтишни янги товарларни ўзлаштиришда стандартлаштириш ва сертификатлашнинг буйруқбозлик қонун-қоидалари, янги ишлаб чиқаришларни жорий этиш бўйича техник хизматларга идоровий монополия тўсқинлик қилади.

Бир вақтнинг ўзида инновация фаолиятини фаоллаштириш илмий тадқиқот институтлари, олий ўқув юртлари ва ушбу масалалар билан шуғулланувчи компаниялар фаолиятига боғлиқ бўлади.

Шундай қилиб, инновацион вектор (нарх, солиқ, тузилмавий, минтақавий ва ҳоказо) давлат иқтисодий сиёсатининг ҳар бир йўналишида ҳисобга олиниши керак. Иқтисодиётнинг инновацион ривожига тўсқинлик

қиладиган бошқа омил амалдаги стандартлаштириш ва сертификациялаш тизимидир. Сўнгги йилларда давлат томонидан кўрилган чоралар мазкур жараённинг ошкоралигини таъминлади, норасмий тўловларга "эхтиёж"ни камайтирди ва ҳужжатларни ўтказиш муддатини қисқартирди. Шу билан бирга, мазкур чоралар ҳали кўпгина муаммоларни ҳал қилишга замин яратгани йўқ.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 8 сентябрда қабул қилинган №ПФ-5185-сонли «Ўзбекистон Республикасида Маъмурий ислохотлар концепциясини тасдиқлаш тўғрисида»ги Фармонида асосан республикасида интеллектуал ва технологик салоҳиятни оширишнинг узок муддатли сценарийларида асосий йўналиш – инновацияларни ривожлантириш, корхоналарда инновацион фаолият билан фаол шуғулланишни рағбатлантириш кўрсатиб ўтилган. Бу иқтисодиётнинг устувор соҳа ва тармоқларини инновацион ривожлантиришнинг келажакдаги моделларини шакллантириш имконини берадиган стратегик миллий инновация тизимини яратиш билан боғлиқ.

Ҳақиқатан, миллий инновация тизими – илм-фан, саноат ва жамият ўртасида шундай ўзвий муносабатлар тизимини шакллантирадики, унда инновациялар иқтисодиётни ривожлантиришнинг асоси бўлиб хизмат қилади, инновацион ривожланиш эҳтиёжлари эса илмий фаолиятнинг ривожланишини белгилаб беради ва рағбатлантиради. Бутун дунёда мамлакатлар миллий инновация тизимига таянган ҳолда миллий рақобатбардошликнинг юқори даражасига эришиш ва уни сақлаб туриш сиёсатини олиб боради.

Миллий инновация тизимининг биринчи концептуал асослари 1980 йилларда шаклланган. Лундвалл (1985), Фримен (1987) ва Нелсон (1987) миллий инновация тизимининг асосий мақсадларини таърифлаб ўтганлар. Уларнинг хулосалари қуйидаги ғоялардан иборат:

* ҳозирги замон иқтисодиётини ривожлантиришнинг асосий омили бизнесни ривожлантириш манфаатларидаги инновациялар ва илмий тадқиқотлар эканлиги ҳақидаги ғоя;

* институционаллик – инновацион фаолият мазмуни ва тузилмасига таъсир қилувчи омил эканлиги ҳақидаги ғоя;

* илмий билим иқтисодиётни ривожлантиришда муҳим роль ўйнаши ҳақидаги ғоя.

Бугун ҳар бир мамлакат илғор иқтисодиёт назариясига асосланган ўз миллий инновация тизимини яратишга интилоқда. Биз бир нечта ривожланган ва ривожланаётган давлатларнинг муваффақиятли ва аксинча, кутилгандек натижа бермаган тажрибасини таҳлил қилдик. Хусусан:

* инновация соҳасида етакчилар: АҚШ, Буюк Британия, Германия тажрибасини ва уларда нималар иш бергани ва ишлаётганини билиш;

* иқтисодиёт ривожланганлиги, ҳажми ва тузилмасига кўра бизнинг иқтисодиётга яқин мамлакатлар: Белоруссия ва Қозоғистон тажрибасидаги амалга оширилган ислоҳотлар бўйича хулосаларни ўрганиш;

* етакчилар рўйхатиغا нисбатан яқинда кирган мамлакатлар: Финляндия ва Исроил давлатларининг амалга оширган ишлари бугунги кунда ҳам долзарб ҳисобланганлигини англаш биз учун муҳимдир.

Бу давлатлар тажрибасини ўрганиш натижасида ҳар бир алоҳида мамлакатда миллий инновация тизимини ривожлантириш стратегияси амалдаги давлат макроиқтисодий сиёсати, меъёрий-ҳуқуқий қонунчилик, тўғридан-тўғри ва бевосита давлат бошқаруви шакллари, илмий-технологик ва саноат салоҳияти, ички товар ва меҳнат бозори ҳолати, шунингдек тарихий ва маданий ривожланиш даражаси билан уйғунлашган ҳолда белгиланганлигини аниқладик. Масалан, Исроил ҳақли равишда бугунги кунда дунёнинг технологик энг ривожланган мамлакатларидан бири ҳисобланади. Ҳар бир ғояни амалий ишлайдиган, доимий ва юқори даромад келтирадиган технологияга айлантириш – бу ердаги бизнес учун одатий циклга айланган. Исроил инновацияларнинг ривожланишига шароит яратиш

даражаси бўйича Global Innovation Index – 2017 рейтингда 17-ўринни эгаллайди. Бу давлат бир пайтлари парчаланаётган собиқ СССРдан малакали мутахассисларни кўплаб ўзига қабул қилиб, илмий-техник жихатдан жуда илгарилаб кетди. 1989–1990 йилларда Исроилга 200 мингдан ортиқ муҳандис ва олимлар кўчи лан боғлиқ;

* аҳолисининг малакавий маълумоти дунёда АҚШ ва Канададан кейин учинчи ўринни эгаллайди;

* илмий унвонга эга ходимлар барча ишловчиларнинг 25 фоизини ташкил этади;

* олимлар сони – ҳар 1000 нафар аҳолига 145 киши тўғри келади, бу Япониядан 70 киши ва ҳатто АҚШдан 85 киши юқори кўрсаткичдир;

* аҳоли жон бошига илмий ишлар ҳажми энг юқори – ҳар 1000 аҳолига 109 саҳифа;

* аҳоли жон бошига берилган патентлар сони бўйича дунёда биринчи ўринда туради;

* аҳоли умумий сонига нисбатан дунёдаги энг кўп стартаплар ушбу давлат ҳисобига тўғри келади. Исроил юқори технологик ва инновацион компаниялар сони бўйича дунёда АҚШдан кейин етакчи ўринни эгаллайди – йилига 4000 дан ортиқ ёки ҳар куни 12 таси ташкил топади;

* АҚШдаги Силикон Водийсини истисно этганда, Исроил дунёдаги юқори технологик компаниялар энг зич жойлашган мамлакатдир;

* мамлакат АҚШдан кейин NASDAQ биржасида котировкаланадиган компанияларнинг энг кўп сонига эга;

* бир инновацион корхонага давлат томонидан киритиладиган инвестициялар ҳажми бўйича жаҳонда АҚШдан кейин иккинчи ўринни эгаллайди;

* аҳоли жон бошига янги очилган биотехнологик компаниялар сони бўйича энг юқори фоизга эга;

* тадбиркорликнинг ривожланганлик даражаси бўйича жаҳонда учинчи ўринда ва унда аёллар, 55 ёшдан ошганлар сони бўйича биринчи ўринни эгаллайди;

* Исроил космик кемаларни Шарқдан Ғарбга, яъни Ер шарининг айланишига қарама-қарши йўналишда учира оладиган ягона космик давлатдир. Бу ракеталар душман қўшни ҳудудлар устидан учиб ўтишини истисно этиш имконини беради.

Умуман, инновацияларга асосланган иқтисодиёт Исроилга минтақадаги энг юқори турмуш даражасини таъминлади: аҳоли жон бошига ЯИМ 2014 йилда 28,4 минг АҚШ долларини ташкил этди. Исроилда турли соҳаларда технологияларни ишлаб чиқиш билан шуғулланадиган саноат компаниялари ва университетлар концорциумларини молиялаштириш учун бир нечта жамғармалар, давлат дастурлари, инфратузилмалар амал қилмоқда. Бир сўз билан айтганда, Исроилдаги инновация тизими олим ва муҳандисларга ўз кашфиёти асосида янги кичик фирма ташкил қилишга ва кейинчалик ишлаб чиқаришнинг янги технологиялари, яъни ўз инновацион маҳсулотларини бозорда тўғридан-тўғри сотиш учун енгиллаштирилган имкониятлар яратади.

Бошқа ривожланган ва ривожланаётган мамлакатлар тажрибасини ўрганиш асосида қуйидаги асосий хулосаларга келдик:

1. Инновациялар иқтисодиётни ривожлантиришда жуда муҳим роль ўйнайди.

2. Узоқ муддатли иқтисодий ўсишни асосан меҳнат унумдорлигининг ўсиши таъминлайди.

Бугунги кунда Исроилнинг ривожланганлик даражасини қуйидаги фактлар билан тавсифласак бўлади:

* мамлакатда ҳар йили 15-20 та янги нанотехнологиялар яратилади ва ўзлаштирилади, улар қаторида экологик хавфсизлари ҳам бор. Бу илм-фан ва инновацияларга харажатларнинг юқорилиги (мамлакат ЯИМнинг 4,4 фоизи атрофида)

3. Мамлакатда қулай тадбиркорлик муҳитини яратмасдан самарали инновацион ривожланиш мумкин эмас.

4. Қулай тадбиркорлик муҳитини шакллантирмасдан инновация лойиҳаларини давлат томонидан молиялаштиришни кучайтириш паст самарадорлик коэффициентига эга бўлади.

5. Миллий инновация тизимининг яратилиши илмий тадқиқотларнинг тижоратлашуви учун қулай шароитлар шаклланишига олиб келади.

6. Инновация тизимларини ташкил қилиш ва амал қилиши принциплари хорижий мамлакатларда ривожланиш моделларига қараб фарқ қилади. Мавжуд тизимларни ўзимизга кўр-кўрона кўчириш кутилган самарани бермайди. Шунинг учун ушбу давлатларда институтларнинг уйғун ишлашини ва ўзаро алоқалар ўрнатиш механизмини ўрганиш афзалроқ.

7. Муваффақиятли инновацион ривожланишнинг бош омили иқтисодиётга янги технологияларни сингдириш қобилияти (absorbtion ability) бўлиб, бу инновацияни ўзлаштириш ва қўллаш учун қулай муҳитнинг яратилишидан далолат беради.

8. Ўзбекистон миллий инновацион тизими билан жуда ўхшаш тузилмага эга Белоруссия миллий инновация тизими тажрибаси шуни кўрсатмоқдаки, ривожланаётган иқтисодиёт шароитида тадбиркорлик секторига тадқиқотлар олиб боришлари учун бюджет маблағларини ажратиш инновацион маҳсулотлар ишлаб чиқариш ҳажмини оширишда тез натижа беради.

9. Қозоғистон тажрибаси шуни кўрсатадики, молиялаштиришнинг венчурли механизмини жорий этиш мураккаб вазифа бўлиб, жиддий ҳаракатларни, ўзгаришлар ва вақтни талаб этади.

10. АҚШнинг инновацион ривожланиш бўйича тажрибаси қуйидагича:

а) юқори ички рақобат иқтисодиётда ўз-ўзидан инновация корхоналарининг мустақил пайдо бўлишига сабаб бўлишини;

б) юқори малакали мутахассислар (яъни, университетлар) қулай маконда (лабораторияларда, илмий-тадқиқот институтларида) ва қулай муҳитда

(инновацион кластерларда) самарали ишлаши ва инновацияларни ривожлантиришини исботлаб берди.

1. Европа Иттифоқида шуни кўриш мумкинки, фаол молиялаштириш (ЯИМнинг камида 3 фоизи миқдорида) инновация салоҳиятини, унга аъзо мамлакатлар иқтисодиётининг ривожланишини кучайтирди.

2. Германия тажрибаси шуни кўрсатадики:

а) билвосита қўллаб-қувватлаш тўғридан-тўғри бошқаришдан самаралироқ;

б) илм-фан, ишлаб чиқариш ва бозорнинг интеграциялашуви – мамлакат инновация тизими элементлари ҳамкорлигининг энг самарали шакли.

3. Буюк Британия тажрибаси кўрсатишича, ҳозирги замон иқтисодиётида фанлараро тадқиқотлар ва ишланмаларнинг натижадорлиги тор йўналишли лойиҳаларга қараганда юқорироқ.

4. Финляндия тажрибасига асосланиб хулоса қилиш мумкинки, сиёсатни тубдан ўзгартириб, мамлакатни ривожлантиришнинг инновация йўлига бурилиши қисқа фурсатда мамлакатни дунёдаги етакчи иқтисодиётлардан бирига айлантириши мумкин.

5. Исроил инновацион маҳсулотларни тижоратлаштириш ва бозорга чиқариш учун энг қулай шароитлар яратган мамлакатдир.

Олинган хулосалар ҳамда ривожланган мамлакатлар тажрибасини ўрганиш асосида иқтисодиётни инновацион йўл билан узоқ муддатли ривожлантириш, 2017–2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясининг 3-йўналиши «Иқтисодиётни ривожлантириш ва либераллаштиришнинг устувор йўналишлари»да белгиланган чоратadbирларни самарали амалга ошириш, Маъмурий ислохотлар концепциясида тасдиқланган «Давлат бошқаруви тизимига стратегик режалаштиришнинг замонавий шакллари, инновацион ғоялар, ишланмалар ва технологияларни жорий этиш»га қаратилган давлат сиёсатини қадамма-қадам изоҳлаб берадиган концепция ишлаб чиқилди.

**2-жадвал. Ўзбекистон иқтисодийтини инновацион ривожлантириш
концепцияси³⁸**

Босқичлар	Йўналишлар	Амалга ошириладиган чора-тадбирлар
1-поғона	Институтларнинг амал қилиши	Республика иқтисодийтида базавий шарт-шароитларни яратиш мақсадида ижтимоий, сиёсий ва иқтисодий институтларнинг самарали ишлаши. Уларга, масалан, қуйидагиларни киритиш мумкин: <ul style="list-style-type: none"> • ўзгармас солиқ ставкалари ва соддалаштирилган солиққа тортиш тартиби; • корхоналар инновация фаолиятини имтиёзли солиққа тортиш; • мулк ҳуқуқини ҳимоя қилиш; • инвесторлар ҳуқуқини ҳимоя қилиш; • интеллектуал мулкни ҳимоя қилиш; • экспортни қўллаб-қувватлаш; • сифатли банк хизмати; • ҳукуматнинг барқарор сиёсати ва ҳ.к.
2-поғона	Сифатли таълим	Аҳоли интеллектуал даражасини ошириш учун сифатли таълим тизимини таъминлаш муҳим бўлиб, бу қуйидагилар орқали тадқиқотлар учун шароитлар яратади: <ul style="list-style-type: none"> • таълимга юқори харажатлар; • замонавий таълим стандартлари; • халқаро ҳамкорликни ривожлантириш; • малака ошириш ва хусусий таълим марказларини рағбатлантириш; • техник мутахассислар ва муҳандисларни кўпроқ тайёрлаш.
3-поғона	Тадбиркорлик маданияти	Аҳоли, олимлар ва тадқиқотчилар орасида қуйидагилар орқали тадбиркорлик маданиятини ошириш: <ul style="list-style-type: none"> • инноваторларнинг тадбиркорлик ташаббусларини амалга оширишни қўллаб-қувватлаш; • олимлар ва тадқиқотчиларнинг тадбиркорлик билан бандлигини таъминлаш; • бизнесни юритишда ҳуқуқбузарликлар учун қонунчилик жавобгарлигининг энгиллигини таъминлаш; • аҳоли ўртасида тадбиркорлик ва инновация жараёнларини фаол тарғиб қилиш.
4-поғона	Ривожланган инфратузилма	Тадбиркорлик фаолиятини юритишни энгиллаштириш учун ривожланган инфратузилмани яратиш: <ul style="list-style-type: none"> • юқори тезликдаги Интернет ва алоқадан фойдаланиш; • муҳандислик-коммуникация тармоқларини: электр, газ, техник ва ичимлик суви таъминотини узлуксиз таъминлаш; • авто ва темир йўллардан фойдаланиш имкониятларини кенгайтириш; • сифатли логистика хизматлари.
5-поғона	Ривожланган бозорлар	Қуйидагилар ички рақобат ривожланган бозорнинг имкониятлари: <ul style="list-style-type: none"> • кредитлар ва венчур молиясидан фойдаланиш; • бозорда инновацион ишланмаларни тижоратлаштириш; • иқтисодийта кластерларнинг ривожланганлиги; • яхши ривожланган меҳнат бозори; • кўчмас мулк ва тижорат биноларининг ижараси ривожланганлиги; • валюта ва фонд бозорининг ишлаши.
6-поғона	Илм-фаннинг давлат томонидан молиялаштирилиши	Илмий-техник ютуқларимизни эришилган даражада сақлаб туриш ва янада ошириш мақсадида илм-фан ва фундаментал тадқиқотларни молиялаштириш: <ul style="list-style-type: none"> • тадқиқотлар учун грантлар ажратиш; • илмий-тадқиқот институтлари ва олий таълим муассасалари илмий-техник базасини ривожлантириш мақсадида субсидиялар ажратиш; • фанлараро тадқиқотларни фаол олиб бориш; • олимлар ва тадқиқотчилар ўртасида халқаро тажриба алмашинувини рағбатлантириш.
7-поғона	Инновация ишланмаларининг давлат томонидан молиялаштирилиши	Умумий товарлар, ишлар в хизматлар ҳажмида инновацион маҳсулотлар улушини ошириш учун тажриба-конструкторлик фаолиятини ва инновацион корхоналар ишланмалари тижоратлашувини молиялаштириш: <ul style="list-style-type: none"> • инновацион ишланмалар ва уларни ишлаб чиқаришга татбиқ этишнинг давлат томонидан молиялаштирилиши; • кредитларга гаров сифатида кафолатлар бериш; • стратегик муҳим лойиҳаларни амалга ошириш учун солиқ имтиёзларини бериш; • инновацион янги маҳсулотларни ишлаб чиқаришнинг дастлабки босқичларида талабни сақлаб туриш учун уларнинг давлат харидини таъминлаш; • давлат венчур фондларини ташкил қилиш ҳамда хусусий фондлар инвестицияларини рискдан кафолатлаш фондидини ташкил қилиш.
8-поғона	Инновацион фаоллик (эффeкт)	Қулай муҳитнинг шакллантирилиши ва инновацияларни фаол молиялаштириш натижасида: <ul style="list-style-type: none"> • Ўзбекистон иқтисодийтининг инновацион фаоллиги ошади; • меҳнат унумдорлиги ошади; • миллий ва халқаро патентлар бериш кўпаяди; • инновацион фаолият билан шуғулланадиган корхоналар сони ортади; • тадқиқотлар ва ишланмалар билан бандлар сони ошади.
9-поғона	Сиёсат натижаси	Ўзбекистонда олиб борилган инновация сиёсатининг натижасини қуйидаги кўрсаткичлар орқали ҳис этиш мумкин: <ul style="list-style-type: none"> • берилган патентлар сони; • венчурли инвестициялар ҳажми; • юқори технологик экспортнинг умумий экспорт ҳажмидаги улуши; • хорижий технологияларга боғлиқликнинг пастлиги; • экология, соғлиқни сақлаш ва аҳоли турмуш даражасининг юқорилиги.
10-поғона	Иқтисодий оқибатлар	Шу тариқа Ўзбекистон халқаро юқори технологиялар бозоридаги етакчи давлатлардан бирига айланади ҳамда турли халқаро рейтингларда мамлакат иқтисодийти бўйича юқори кўрсаткичларга эришамиз.

³⁸ Finance.uz

Дастлабки бешта поғона иқтисодиётда инновациялар учун қулай муҳитни ривожлантириш зарурлигини изоҳлаб беради. Ушбу вазифалар таъминланганда инновацион ривожланиш учун қулай муҳит яратилиши мумкин, шундагина Ўзбекистонда инновацияларни молиявий қўллаб-қувватлаш самара бериши мумкин.

Хорижий мамлакатлар ривожланиш тажрибасини ўрганиш асосида инновацияни – бугунги кунда фаровонлик ва рақобатбардошликни таъминловчи асосий омил деб, инновацияларни ривожлантиришни – рақобат курашидаги афзалликларни қўшимча тарзда кучайтирувчи омил сифатида тавсифласак бўлади. Барча ривожланган мамлакатлар бу омилларни олдиндан ҳисобга олиб, ўз позицияларини халқаро майдонда кучайтириш учун фойдаланмоқда. Инновацион фаолликни бошқаларга қараганда олдинроқ ишга туширган давлат доим ютиб чиқишини билишимиз керак.

10.3. Рақобатнинг кучайиши шароитида минтақаларни ривожлантиришнинг инвестициявий-инновацион стратегияси

Бугунги кун шароитларида технологиялар қанчалик минтақавий ривожланиш сиёсатини намоён этиши ва рақобатбардошликни ошириш воситаси сифатида технологияларни рақобатлантиришнинг минтақавий инвестиция-инновация стратегиясини қандай қилиб шакллантириш кераклиги муаммоси долзарб илмий-амалий муаммо бўлиб қолмоқда. Халқаро ва маҳаллий тажриба шуни кўрсатадики, иқтисодий ўсиш суръатлари секинлашаётган минтақаларда моддий ишлаб чиқаришда жуда кўп иш ўринлари йўқолиб боради, шунингдек, хизматлар соҳаси ҳам нисбатан суст ривожланади. Демак, бундан муҳим хулосага келиш мумкин: моддий ишлаб чиқаришнинг ривожланиши хизматлар соҳасининг ўсишига олиб келади, аммо бунинг тескариси эмас. Мазкур соҳалар ўртасидаги алоқалар уйғун эмас, яъни хизматлар соҳасини ривожлантириш моддий ишлаб чиқаришнинг пасайишини қоплай олмайди. Ўзбекистон учун бунинг маъноси – қишлоқ хўжалиги ва иқтисодиётнинг бошқа тармоқларида ишчи

кучининг бўшаши хизматлар соҳасидаги бандликнинг тегишича ортишига олиб келмайди.

Моддий-технологик инновациялар инвестициявий жараён воситасида жорий этилиши боис, минтақани ривожлантириш инвестициявий стратегиясининг қуйидаги турларини ажратиб кўрсатиш мумкин:

- тақлидий, технологик етакчилар ютуқларини уйғун такрор ишлаб чиқариш ва бозорнинг бўш бўғинларини самарали ўзлаштиришга йўналтирилган;

- инновацион, юқори кескинлик даражасига эга янгиликларни мустақил ишлаб чиқиш ва жорий этиш орқали технологик етакчиликни таъминлайди;

- асосий маҳсулоти инновация бўлган компаниялар, фирмалар ва бўлинмалар хизматларидан фойдаланишнинг венчур стратегияси.

Минтақанинг инвестиция-инновация стратегиясини амалга оширишда илмий тадқиқот фирмалари ва бўлинмаларининг хизматларидан фойдаланишнинг турли вариантлари, шунингдек, ташкилий алоқалар ва уларни молиялаш усуллари венчур стратегия деб аталади. Ушбу усулнинг ўзига хослиги шундан иборатки, у капиталнинг турли шакллари: акционерлик, ссуда, тадбиркорликнинг уйғунлигидан иборат.

Бундай таҳлил шуни кўрсатадики, алоҳида минтақалар ўртасида инновацион салоҳиятдан фойдаланиш жадаллигидаги фарқлар кўпинча муайян корхоналарнинг техникадан самарали фойдаланиш имкониятлари ўртасидаги тегишли фарқларга бориб тақалади. Шунинг учун марказда четга нисбатан жорий этиш суръатларининг юқорилигини қишлоқ жойларини кам-ситиш сифатида қараш нотўғри.

Узоқ муддатли истиқболда, мамлакат иқтисодиётидаги таркибий силжишларга, фойдадан ташқари, глобаллаштириш билан боғлиқ таваккалчиликлари ҳам таъсир кўрсатиши мумкин, улар қаторига қуйидагилар киради:

- Жаҳон Савдо Ташкилоти (ЖСТ) қоидалари ва талабларида экспорт субсидияларини чеклаш, хорижий шахсларни инвестиция фаолиятида

камситишни таъқиқлаш, экспорт ва импортни мажбурий лицензияланишига, саноат моллари учун юқори импорт тарифларига йўл қўймаслик;

- халқаро ташкилотларнинг молиявий очиқликни талаб қилиши, шунингдек, хорижий капитал оқимининг салмоқли силжиши туфайли беқарорлик юзага келиши хавфининг ортиши, бу эса макроиқтисодий бошқарув сифатига ва мамлакатда барқарор ижтимоий-иқтисодий вазиятни таъминлашни талаб этади;

- тўғридан-тўғри хорижий инвестицияларни жалб қилиш учун рақобатнинг кучайиши. Илғор хорижий технологиялардан нусха олиш имкониятининг пасайиши, ақлий мулкка оид халқаро ҳуқуқлар ҳимоясининг кескинлашиши, мамлакатнинг ташқи қарзлари ошиши хавфи мавжудлиги туфайли жаҳон тараққиётидан четда қолиш хавфи.

Шундай қилиб, бизнинг фикримизча, ҳукумат барча корхоналарда, жумладан, йирик корхоналарда инновацион фаолиятни қўллаб-қувватлаши



лозим. Инновацион гигантлар жаҳон бозорига чиқишда кўпроқ имкониятларга эга, бу эса, ўз навбатида, мамлакатга қўшимча валюта оқимини таъминлайди.

Шу муносабат билан таъкидлаш жоизки, рақобат ўз ҳолича глобал мақсад сифатида эмас, балки Ўзбекистон Республикасининг ижтимоий вазифасини – мамлакатнинг барча фуқаролари фаровонлигини ошириш вазифасини ҳал қилиш воситаси сифатида зарурдир. Бундан ташқари, рақобат муҳотида ишлаб чиқарилган маҳсулот учун талаб бўлмаганлиги, яъни чекланган табиий ресурслардан оқилона фойдаланилмаганлиги ҳолатлари ҳам учраб туради.

У ёки бу инвестиция-инновация стратегиясини ташлашдан олдин минтақавий ривожланиш даражасини ва минтақа рақобатбардошлигини баҳолаш талаб этилади.

Минтақаларнинг иқтисодий ривожланиши йўналишларини энг юқори даражада асослаш ва унинг ўзига хос хусусиятларини тўлиқроқ ҳисобга олиш

учун, фикримизча, муайян вазифа ёки муаммолар йиғиндиси нуқтаи назаридан минтақага ҳар томонлама чуқур таъриф берадиган ўзаро боғлиқ кўрсаткичларнинг бутун тизимини эътиборга олиш лозим.

Минтақавий салоҳият, жумладан, илмий салоҳиятнинг ҳозирги аҳволига фақат талай омилларни тадқиқ қилиш йўли билан тўлиқ таъриф бериш мумкин. Аммо, омилларнинг сони кўпайганда аниқланган алоқаларнинг таърифи мураккаб вазифага айланиб қолади. Минтақавий салоҳиятнинг ҳозирги аҳволини умумлаштирилган омиллар ёки уларнинг ички, объектив мавжуд қонуниятларини акс эттирувчи асосий қисмлари ёрдамида таърифлаш зарурати туғилади.

11-МАВЗУ. РАҚОБАТНИНГ ДИФФЕРЕНЦИАЛЛАШ СТРАТЕГИЯСИ

11.1. Дифференциаллашнинг иқтисодий мазмуни ва хусусиятлари

Товар – мураккаб, кўп киррали тушунча, бироқ бунда энг асосий нарса истеъмол хусусиятлари, яъни товарнинг ўз вазифасини бажариш – унга эга бўлган истеъмолчининг эҳтиёжларини кондириш хусусиятидир. Товарнинг истеъмол қиймати унинг истеъмол хусусияти мажмуасидир. Товарнинг қуйидаги хусусиятларига қараб алоҳида эътибор берилади: - ранги, упаковкиси (ураш, боғлаш), ташқи кўринишининг фасоҳати (дизайни), эргономик хусусиятлари (фойдаланиш, таъмирлаш ва бошқаларнинг қулайлиги ва бошқалар).

Рақобат стратегияси асосий вариантларнинг 3 хил тури (варианти) мавжуд:

Рақобатнинг асосий беш тамойилига қарши туриш ҳамда соҳанинг бошқа фирмаларига қараганда ижобий кўрсаткичларга эришиш учун муваффақият келтириши муқаррар бўлган учта асосий стратегик ёндашувни ажратиб кўрсатмоқ зарур. Бўлар:

- Сарф-харажатлар борасида мутлақ етакчилик
- Дифференциация
- Дикқатни жамлаш (Фокусирование)

Камдан кам юз берса-да, аммо баъзи ҳолларда фирма биттадан кўп ёндашувни муваффақият билан амалга ошириши мумкин. Юқорида кўрсатилган стратегиянинг асосий вариантлардан ҳар қайсисини амалга ошириш учун, одатда кўпчиликнинг биргаликдаги саъй-ҳаракатлари ва аниқ мақсадга йўналтирилган ташкилий чоралар талаб этилади.

Стратегиянинг асосий вариантлари соҳанинг бошқа вақилларига нисбатан бирмунча юқори натижаларга эришишнинг асосий воситаси ҳисобланиб, бир соҳа доирасидаги барча фирмалар учун юқори даражадаги умумий даромадни англашиши мумкин. Бундай ҳолларда, бошқа соҳалардаги

каби стратегияни амалга жорий этиш фақатгина мақбул даромадни кўлга киритишдагина зарур бўлади.

Сарф-харажатлар борасида мутлақ етакчилик

Тажриба эгри чизиғи шарофати билан 1970 йилларда кенг тарқалган стратегиянинг биринчи варианты айнан сарф-харажатлар борасида соҳада етакчиликка эришишга қаратилган қатор иқтисодий чоралар асосида шу борада мутлақ етакчиликка эришишдан иборат. Сарф-харажатлар борасида етакчиликка эришиш учун иқтисодий эффектив кўламда ишлаб чиқариш қувватларини яратиш; тажриба тўплаш асосида сарф-харажатларни камайтиришга интилиш, ишлаб-чиқариш ва қўшимча харажатларни қатъий назорат қилиш, миқдорлар билан майда операциялар ўтказишдан тийилиш, тадқиқот, илмий ишланмалар, хизмат кўрсатиш, маҳсулотни сотиш тизими реклама ва шунга ўхшаш бошқа соҳаларда чиқимларни камайтириш талаб этилади.

Бунинг ҳаммаси менежмент томонидан сарф-харажатлар устидан назорат кучайтирилишига алоҳида аҳамият қаратиш кераклигини кўрсатади. Рақибларга нисбатан камроқ харажат қилиш бутун стратегиянинг асосий ғояси бўлиши мумкин, аммо маҳсулот сифати ва хизмат кўрсатиш савиясини ва бошқа соҳаларни ҳам кўздан қочирмаслик даркор.

Чиқим харажатларини камайтиришга эришиш кучли рақобат муҳитида ҳам фирмага шубҳасиз фойда олиб келади. Фирманинг ана шундай даражага эришиши уни рақиб фирмалардан ҳимоя қилади, чунки рақиб компанияларга бундай даражага етишиш имкониятидан маҳрум бўлган шароитда ҳам унга даромад олиш учун қулай имконият яратилади.

Сарф-харажатларни камайтиришга эришган фирмалар йирик харидорлардан ҳам ҳимоялана олади, чунки бундай харидорлар нархларни фаолияти сустлашган рақиб фирмалар нархларига тенглаштиришга уринадилар. Шунингдек, камчиқимлилик киритилаётган ресурсларнинг нархини оширишда фирмага кўл келади ҳамда йирик етказиб берувчи ташкилотлардан ҳам ҳимоя қилади. Паст даражадаги сарф-харажатлар

позициясини таъминловчи факторлар, шунингдек, масштабга оид иқтисодийёт ёки сарф-харажатларга оид устунликка билан боғлиқ юқори монеликни юзага келтириши мумкин. Натижада, паст даражадаги сарф-харажатлар позицияси фирма учун рақибларга қараганда субститутларга нисбатан қулай шарт-шароитни яратади.

Шундай аснода, сарф-харажатларнинг паст кўрсаткичи компанияни барча беш рақобат кучларидан сақлаб қолади, чунки бозорга оид факторлар даромадни пасайтиришда то рақибнинг даромади нолга тенг бўлиб қолмагунга қадар ҳаракат қилишда давом этадилар.

Паст сарф-харажатларга эришиш учун бозорда юқори улушга эга бўлиш ёки бошқа устунликка, масалан, хом-ашё материалларини тўғридан-тўғри олиш имкониятига эга бўлишни талаб этади.

Шунингдек, бундай вазият ишлаб чиқариш жараёнини енгиллаштириш учун маҳсулотнинг айнан ўзини ўзгартириш, чиқим харажатларини ёйиб ташлаш мақсадида ўхшаш турдаги маҳсулотлар ишлаб чиқариш, савдо-сотикни кенгайтиришда кенг исътемоличилар гуруҳига хизмат кўрсатишни тақозо қилиши мумкин. Паст сарф-харажатларга эришиш, ўз навбатида, янги ускуналар учун олдиндан йирик хажмда маблағлар киритилишини, агрессив тарзда маҳсулотлар баҳосини белгилашни, бозорда ўз улушига эга бўлиш учун бошланғич зиён ёки зарар кўришни ҳам талаб этиши мумкин.

Бозор улушининг юқорилиги таъминот соҳасида иқтисод қилиш ва шу билан бир қаторда сарф-харажатларнинг секин-аста пасайишига имкон туғдириши мумкин. Агар паст даражадаги сарф-харажатларга эришилган бўлса, у ҳолда у юқори соф даромад кўрсаткичини таъминлайди ва сарф-харажатларга оид устунликни ушлаб туриш учун янги замонавий ускуналарга нисбатан қайта инвестициялаш мумкинлигини кўрсатади. Қайта инвестициялаш паст даражадаги сарф-харажатлар позициясини сақлаб туришда қўл келиши мумкин.

Сарф-харажатларга оид устунликка эришиш стратегияси кам қувватли бензин двигателлари ишлаб чиқарувчи ва дунё бўйича ушбу соҳада ишлаб

чиқариладиган маҳсулотларнинг 50 фоизини ташкил этувчи «Briggs and Stratton» ва электр пайванди учун ускуналар ишлаб чиқарувчи «Lincoln Electric» компаниялари учун ҳал қилувчи омил эканлиги аниқланди. Ушбу стратегияни муваффақиятли жорий этган компаниялар қаторига Emerson Electric, Texas Instruments, Black and Decker ва Du Pont компанияларини киритиш мумкин.

Баъзи ҳолларда сарф-харажатлар соҳада ҳақиқий туб ўзгаришларни содир этишга қодир бўлади. Бундай ҳолларда анъанавий рақиблик принципларига таянган рақиблар ҳам иқтисодий ҳам рухий жиҳатдан ўз сарф-харажатларини камайтиришга оид керакли тадбирларни амалга ошишга тайёр бўлмайдилар.

1979 йилда Harnischfeger фирмаси томонидан кўтарма кранлар ишлаб чиқаришни бошлаши ана шундай дадил қўйилган қадамлардан бўлди. Фирма мавжуд кранларни қайта ишлаш, алоҳида моделларни қўллаган ҳолда материаллар чиқимини камайтириш, ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳасини энгиллаштиришга эришди. Шунингдек, соҳа учун ноодатий технологияларни жорий этган ҳолда фирма фаолиятга йиғиш конвейерлари ва йиғишнинг оралиқ босқичларини татбиқ қилди. Компания иқтисод қилиш мақсадида керакли эҳтиёт қисмларини катта партияларда сотиб олади. Бўларнинг ҳаммаси компания учун сифатли маҳсулот ишлаб чиқариш ҳамда уларнинг нархларини 15 фоиза пасайтириш имконини яратди.

Натижада компаниянинг бозордаги улуши 25 фоизгача ошди ва ушбу кўрасаткич ўсиши давом этмоқда. Компаниянинг гидравлик ускуналар бошқармаси бошлиғи Уиллис Фишер шундай дейди: «Биз сифатли маҳсулот яратишни эмас, ишлаб чиқаришда янада оддийроқ ва янада арзонроқ техникани ишлаб чиқишни мақсад қилган эдик». Рақиблар эса паст даромад ҳисобига Harnischfeger фирмаси бозордаги улушни қўлга киритган деган тўхтама келишган, бироқ у буни рад этмоқда.

Дифференциация

Иккинчи асосий стратегия – бу фирма томонидан тақдим этилаётган маҳсулот ёки хизматлар дифференциацияси стратегиясидир, яъни соҳа доирасида ушбу маҳсулот ёки хизмат ноёб деб қабул қилиниши мумкин бўлган ҳолат. Дифференциация турли хил шаклларда амалга оширилиши мумкин: дизайн ёки бренднинг мавқеига мувофиқ (Fieldcrest – сочиқ ва чойшаблар ишлаб чиқариш соҳаси, Mercedes – машинасозлик), технологияга мувофиқ (Hyster – авто юк ташиш мосламалари ишлаб чиқариш, Macintosh – стерео компонентлар соҳаси), функционал имкониятларига мувофиқ (Jenn-Air – электр плиталар ишлаб чиқариш), истеъмолчиларга хизмат кўрсатишга мувофиқ (Crown Cork and Seal – метал идишлар ишлаб чиқариш), дилерлик тармоғига мувофиқ (Caterpillar Tractor – қурилиш техникаси) ва бошқа параметрлар.

Идеал равишда фирма ўз фаолиятини бир нечта йўналишлар бўйича дифференциациялаши (ажратиши) мумкин. Масалан, Caterpillar Tractor компанияси нафақат ўзининг дилерлик тармоқлари ва эҳтиёт қисмлар таъминоти билан, балки маҳсулотининг сифати ва ишончлилиги билан ҳам ном қозонган. Бу жиҳат оғир қурилиш ускуналари ишлаб чиқарилиши жуда қимматга тушадиган соҳа учун жуда муҳим саналади. Таъкидлаш керакки, дифференциация стратегияси сарф-харажатларни эътибордан қочириш дегани эмас, бироқ ушбу ҳолатда сарф-харажатларга асосий стратегик мақсад сифатида қаралмайди.

Дифференциация рақобат ўйинларидан ҳимоя қилади, чунки у брендга нисбатан истеъмолчиларда содиқлик туйғусини уйғотади ва унинг маҳсулот нархига нисбатан таъсирини пасайтиради. У ўз навбатида соф даромаднинг ўсишига олиб келади, шу билан бирга сарф-харажатларга оид муаммолар кескинлашувини пасайтиради.

Натижада дифференциацияни амалга ошириб, истеъмолчилар ишончини қозонган корхона, рақибларига қараганда субститутларга нисбатан мустаҳкам ўринга эга бўлади.

Дифференциацияни амалга ошириш баъзи бир ҳолларда бозорда юқори ўринни эгаллашда тўсқинликларга учраши мумкин, чунки дифференциация тушунчаси кўпинча маҳсулотнинг эксклюзивлигини тақозо этади, бу ҳолат бозорда юқори улушга эга бўлиш имконини сусайтиради. Бироқ, дифференциация кам сарф-харажатлилиқнинг муқобил позициясини тақдим этади, зеро бундай вазиятга эришиш ўз навбатида зарурий харажатларни талаб этади. Бундай чора-тадбирларга мисол тариқасида катта ҳажмдаги тадқиқот ёки конструкторлик ишларни, юқори сифатли маҳсулотни ишлаб чиқариш ёки мижозлар билан интенсив равишда ишлаш жараёнларини кўрсатишимиз мумкин.

Ҳатто соҳа маҳсулотлари истеъмолчилари бирон бир фирманинг афзаллиқларини тан олсалар-да, уларнинг ҳаммаси ҳам ушбу маҳсулотларни сотиб олишга қодир бўлмайдилар (баланд нарх-наво бўлиши бозор талаби бўлган тақдирда ҳам, мисол учун Caterpillar фирмаси маҳсулотлари). Бошқа жабҳаларда эса, дифференциация сарф-харажатларнинг паст даражаси билан бирмунча мос келиши мумкин ва маҳсулот нархларини белгилашга тўсқинлик қилмайди.

Диққатни жамлаш (Фокусирование)

Учинчи стратегия – бу алоҳида харидорлар гуруҳига, маҳсулот турига ёки бозорнинг географик сегменти сифатига диққатни жамлашдир. Дифференциация каби диққатни жамлаш ҳам турли ҳил кўринишларга эга. Бироқ, кам сарф-харажатлилиқ стратегияси ёки дифференциация бутун бир соҳага тегишли бўлса, диққатни жамлаш стратегияси бирор бир тор соҳага қаратилади.

Ушбу стратегиянинг негизида шундай тахмин ётади, яъни кенг миқёсда фаолият олиб бораётган рақибларга қараганда ушбу стратегия ёрдамида фирма катта эффективлик ва маҳсулдорлик билан тор стратегик мақсадга интила олади. Натижада фирма аниқ бир талабни қондириш ҳисобига дифференциацияга ёки ушбу талабларни қондиришда кам харажатлилиқка эришади.

Агарда диққатни жамлаш стратегияси умумий бозорда кам харажатлилика ёки дифференциацияга эриша олмаса, тор маънодаги бозорда улардан бирига ёки икковига ҳам эришиши мумкин. 2.1. суратда ушбу уч стратериянинг ўртасидаги тафовут кўрсатилган:

2.1-расм



Диққатни жамлаш стратегиясини амалга ошираётган фирма, шунингдек, юқори даромад олиш имкониятига эга бўлиши ҳам мумкин. Корхонанинг ушбу стратегияси стратегик мақсад доирасида ёки кам сарф-харажатлилиқ позициясини, ёки юқори даражадаги дифференциациясини, ёки уларнинг барини кўзда тутди.

Юқорида кўрсатиб ўтилганидек, сарф-харажатларнинг пастлиги ва дифференциацияси соҳасида етакчилиқка эга бўлиш, барча рақиб кучлардан ҳимояда бўлиш имконини беради. Бундан ташқари, диққатни жамлаш мақсадни танлашда, яъни субститутлар томонидан хавф туғдирилган ёки рақобачиларнинг заиф томони йўналишларида муҳим ўрин тутиши мумкин.

Масалан, Illinois Tool Works компанияси фаолияти махсус маҳкамлаш воситалари ишлаб чиқаришга қаратилган бўлиб, конкрет харидорлар талабига биноан маҳсулотларни тадқиқ қилиш имконини беради ва сарф-

харажатлар ўзгаришини таъминлайди. Баъзи бир харидорлар ана шундай маҳсулотга ўз қизиқишларини билдирадilar.

Fort Howard Paper корхонаси фаолияти ишлаб чиқаришда фойдаланиладиган қоғоз маҳсулотларини тайёрлашга қаратилган. Бу орқали корхона тез суръатларда янгиланиши талаб этиладиган истеъмол молларини ишлаб чиқаришдан ҳамда унга боғлиқ рекламага оид жараёнлардан ўзини фориф этади. Асосан бўёқлар ишлаб чиқаришга мўлжалланган Porter Paint корхонаси эса, юқори сифатли бўёқ маҳсулотларини тайёрлаш, хажмидан қатъий назар иш жойларига етказиб бериш, ҳамда ўзининг махсус шохобчаларида мижозлар учун бепул тамаддихоналар очишга эришди. Кам сарф-харажатлар кўрсаткичига эришишнинг диққатни жамлаш стратегиясига мисол тариқасида АҚШда озиқ-овқат маҳсулотлари ишлаб чиқаришда учинчи ўринда турувчи Martin-Brower корхонаси фаолиятини кўрсатишимиз мумкин.

Фирма ўз мижозларига тез овқатланиш тармоғининг фақатгина 8 шохобчасини орқалигина эришди. Мижозларнинг махсус талабларини қондириш, фақат уларгагина мўлжалланган маҳсулотлар билан ишлаш, мижозларнинг харид қилишларига доир маҳсулотларга буюртмалар қабул қилиш, фирма яқинида жойлашган омборга эга бўлиш, шунингдек, ҳисоб-китобни олиб боришда қатъий назорат ва компьютерлаштирилган дастурларга эга бўлиш фирма стратегиясининг асосий вазифаларидан ҳисобланади.

Товарни ишлаб чиқаришдан олдин унинг истеъмол хусусияти таҳлил қилинади. Товар – мураккаб, кўп қиррали тушунча, бироқ бунда энг асосий нарса истеъмол хусусиятлари, яъни товарнинг ўз вазифасини бажариш – унга эга бўлган истеъмолчининг эҳтиёжларини қондириш хусусиятидир. Товарлар қуйидаги мезонлари бўйича алоҳида гуруҳларга бўлинади:

- мақсадли кўрсаткич бўйича
- бозор турига кўра

- фойдаланишга тайёрлигига кўра
- истеъмолчилар сонига қараб бўлинади.

Мақсадли характериға кўра эса товарлар истеъмол товарлари ва ишлаб чиқаришга оид товарларға бўлинади. Истеъмол товарлари – бу шахсий истеъмол учун мўлжалланган товарлардир. Улар кундалик талаб товарлари, дастлабки танлов асосида олинандиган товарлар, алоҳида талабдаги товарлар, пассив талабдаги товарларға бўлинади. Кундалик талаб товарларига кундалик турмуш учун зарурий озиқ-овқатлар, кир ювиш, тозалаш воситалари, уй хўжалиги учун зарурий майда товарларни киритиш мумкин. Кундалик истеъмол товарларини истеъмол қилиш интенсивлигига кўра уларни ўз навбатида 3 та қуйи гуруҳға ажратиш мумкин:

1. Доимий эҳтиёждаги асосий товарлар (нон, хўжалик совуни)
2. Импульсив тарзда сотиб олинандиган товарлар (сақич, газета)
3. Фавкулудда ҳолатлар учун харид қилинандиган товарлар (зонт).

Дастлабки танлов асосидаги товарлар сафига: мебель, кийим-кечак, уй-рўзғор учун электр жиҳозлари киради ва у харидорларни қиёслашни, нарх, мода, дизайн жиҳатидан танловда бир мунча мулоҳаза юритишни талаб қилади. Ушбу товарлар:

- ўхшаш товарлар (сифат жиҳатдан бир-бирига яқин, лекин дизайн, нархи бўйича фарқланади,)
- алоҳида кўринишдаги товарлар (ранги, фасони, нави жиҳатидан)

Пассив талабдаги товарлар – харидорларға нотаниш ёки улар хусусида жуда кам ўйлайдиган товарлардан таркиб топади. Ишлатиш вақтиға кўра

- қисқа муддатли фойдаланишга оид товарлар
- узоқ муддатли фойдаланишга оид товарлар

Товар сиёсатида асосий мақсадға эришиш қуйидаги соҳалардаги вазифаларни ҳал этиш орқали амалға оширилади:

- унинг инновацияси
- вариация

- дифференция
- элиминация
- маркани ўрнатиш ва танлаш
- қадоқлаш
- товарнинг шакли, тури ва бошқалар

Шунга мос ҳолда товар сиёсатининг масалаларига қуйидагилар киради:

- янги товарларни қидириш
- янги товарларни ривожлантириш
- бозорга янги товарларни киритиш
- товар шаклларини асослаш
- товар сифатини тартибга солиш
- бозордаги янги товарлар хулқ-атворини назорат қилиш ва бошқалар.

Биринчи 3 таси бозорга янги товарларни киритаётганда ҳал этилади, қолган вазифаларни ҳал этиш товарнинг бутун ҳаёти давомида амалга ошади. Бунинг учун, яъни қарорни асослаш учун товарни ҳаётийлик цикли модели ишлатилади.

Товарлар ва хизматлар ассортименти – бу фойдаланиш буйича бирига жуда ўхшаш товарлар (хизматлар) гуруҳидир. Товар сифати – бу товарнинг ўз функцияларини бажаришда кўринади ва у қуйидаги параметр билан характерланади, яъни узоқ муддат хизмат кўрсатиши, пишиқлиги, фойдаланишда соддалиги ва бошқалар.

11.2. Фирманинг бозордаги ҳукмронлигининг ошиши

Рақобатнинг асосий қуроли бўлиб, талабни шакллантириш ва сотишни рағбатлантириш воситалари хизмат қилади. Асосий ахборотни харидорлар товар ишлаб чиқарувчилардан олишади. Харидорларни асосан товарнинг истеъмол қиймати қизиқтиради. Рақобат асосан қуйидаги кўринишларда бўлиши мумкин: товарларнинг хизматлари бўйича, бир хил эҳтиёжни қондиришга қаратилган рақобат, бир хил товарни ҳар хил

фирмалар ишлаб чиқариш орқали бўладиган рақобат; ёки бир хил фирма томонидан ҳар хил модификацияда товар ишлаб чиқариш. Нархлар орқали рақобатлашиш энг кенг тарқалган. Ҳозирги даврда рақобат ўзига хос қиёфа касб этмоқда. Нархлар соҳасида рақобат ишлаб чиқаришни харажатлар энг кам бўладиган мамлакатларда йўлга қўйишни талаб қилади. Нарх билан рақобат ўтмишда эркин бозор рақобати бўлган, бозорда бир хил товарлар ҳар хил нархлар билан сотилган даврларда пайдо бўлганди.

Ишлаб чиқарувчи нархни пасайтириш билан ўз товарини ажратиб кўрсатишга, унга эътиборни қаратишга ва пировард натижада ўзи истаган бозор ҳиссасини эгаллашга эришган. Ҳозирги замон бозор шароитларида нарх билан очиқ рақобат амал қилмайди, чунки ишлаб чиқарувчилардан бири нархни пасайтириши билан унинг рақибни ҳам шу ишни қилади, бу эса фирманинг бозордаги мавқеини ўзгартирмайди, балки, умуман тармоқдаги фойданинг пасайишига, асосий фондларни янгилаш ва кенгайтириш учун инвестицияларнинг камайишига олиб келади. Натижада кутилган зафар ва рақибларни суриб чиқариш ўрнига кутилмаган хонавайронлик ва синиш юз беради. Шу сабабли саноат монополиялари нархларни иложи борича узокроқ ушлаб туришга, таннархни ҳамда маркетинг харажатларини тобора пасайтириб, фойдани кўпайтиришга интилади. Фан-техника тараққиёти ютуқлари туфайли рақобатнинг нарх билан боғлиқ бўлмаган усулларида фойдаланишнинг қулай шароитлари юзага келди.

Нархсиз рақобатда товарнинг нархи эмас, балки унинг юқори сифат, паст истеъмол нархи, замонавий дизайн, сервис хизмати, ишлаб чиқарган фирма шуҳрати рақобат курашининг асосий омилига айланади. Нархни пасайтириб бозорни эгаллаш стратегиясини ўрганишда қуйидаги саволларга жавоб топилади:

- бошқа товарларнинг рақобатбардошлигини белгиловчи омиллар қайсилар?

- рақобатчи фирмаларнинг реклама воситалари ва сотишни рағбатлантириш усуллари қандай?

- қайси савдо белгилари ишлатилмоқда?
- рақобатчилар товарларининг ўрамаси – безаклари, дизайнида нималар кўзга ташланмоқда?
- товарни кафолатли ва ундан кейинги ишлатиш даврларида қандай сервис таклиф қилинмоқда?
- миллий савдо тармоқлари орқали товар сотилмоқдами ёки фирма ўз шахобчасини очганми?
- рақобатчилар қўллаётган товар ҳаракати (транспорт, захиралар ҳажми, омборлари ва уларнинг жойланиши. Натижада рақобатчи шундай ҳаракат қилишяпти? Бошқача йўли йўқми? деган саволларга жавоб топилади.

П.С.Завьялов фикрича, “Рақобатбардошлик деганда, товарнинг бозорда харидоргирлигини таъминлайдиган истеъмол ва қиймат тавсифлари мажмуини, яъни ўхшаш рақобатчи товарларни айирбошлашга таклиф катта бўлган шароитларда худди шу товарни пулга айирбошланиш қоблиятини тушунмок лозим”.

Харидорнинг харажатлари икки қисмдан ташкил топади, унинг бир қисмини харид харажатлари (товар нархи), иккинчи қисмини уни истеъмол этиш билан боғлиқ харажатлар ташкил этади.

Рақобатбардошлик кенг тушунча бўлиб, унга кўплаб омиллар таъсир этади. Фирманинг рақобатбардошлиги даражасини баҳолашда тармоқ бозорида рақобат кураши жадаллигини белгилайдиган омиллар таҳлил учун асос сифатида хизмат қилади. Бу омилларга қуйидагилар киради:

1. Рақобатчи фирмалар сони ва уларнинг қиёсий қуввати;
2. Рақиблар ҳаракатларининг диверсификациялашуви даражаси;
3. Бозордаги талаб ҳажмини ўрганиш;
4. Маҳсулотнинг табақалашуви даражаси;
5. Истеъмолчининг бир ишлаб чиқарувчидан бошқасига кўчиш ҳаракатлари;

6. Бозордан чиқиб кетиш тўсиқлари ва уларнинг даражаси.
7. Бозорга кириб келиш ва унинг даражаси.
8. Ёндош тармоқ бозорларидаги вазият.
9. Рақиблар стратегиясидаги фарқлар.
10. Ушбу бозорда рақобат учун алоҳида сабабларнинг бўлиши, рақобат даражаси бозорнинг алоҳида бир жалб этувчанлик ёки аксинча, бездирувчанлик хусусиятлари билан ҳам белгиланади.

Ж.Ж.Ламбен рақобатли афзалликларни иккита кенг категорияларга гуруҳлайди – ташқи ва ички рақобатли афзалликлар, яъни фирма ва товарнинг рақобатдошлигини тавсифловчи рақобатли афзалликлардир. Ташқи рақобатли афзаллик товарни “бозор кучини ифодалайди, яъни у бозорни имтиёзли рақобатчидагига нисбатан юқорироқ сотиш нархларини қабул қилишга мажбур қила олади ва мавжуд товарлардан норози бўлган харидорларнинг истакларини аниқлаш ва қондиришдаги афзалликларга таянади. Ички рақобатли афзаллик фирманинг ишлаб чиқариш харажатлари, рақобатчидан кўра камроқ таннархга эришишга имкон берувчи ва ишлаб чиқарувчи учун қиймат ҳосил қилувчи товарга асосланган ҳамда сотиш нархларининг бозор ёки рақобат томоиндан пасайтирилишига кўпроқ даражада бардошли қилувчи юқорироқ унумдорлик оқибатидир”.

Товарнинг жалб этувчанлиги ва рақобатбардошлигини ифодаловчи омиллар классификацияси схемасини занжир кўринишида кўрсатиш мумкин:

нарх – сифат – сервис – маркетинг муҳит. Рақобатбардошлик сифат ва қиймат омиллари билан боғлиқдир. Улар сифат, иқтисодиёт ва маркетинг кўрсаткичлари ёрдами билан тўлмқ тавсифланиши мумкин.

11.3. Товарни дифференциаллашда рақобат устунлигига эришиш манбалари

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 яшаш даври турт типга ажратилади: маҳсулотнинг катта синфининг яшаш даври, маҳсулот турининг яшаш даври, қўллаш усулларининг яшаш даври, маҳсулот маркасининг яшаш даври. Масалан, биринчисига соат мисол қилиб келтирсак, маҳсулот турига эса кул ва осма соатларни келтириш мумкин, қўллаш усулларига кўра эса кунгирокли соатлардан фойдаланишни мисол қилиб келтириш мумкин. Маркетинг мақсадларида яшаш даврининг жами туртта типи урганилади, фирма доирасида иккинча ва учинчи типларига кўпроқ эътибор берилади. Товарнинг яшаш даври босқичларини аниқлашнинг асосий мезони маҳсулот сотиш ҳажми ва фойда нормаси динамикаси дидир.

Маҳсулот ишлаб чиқариш (ИТТКИ) босқичи товарни барча ҳаётий даврида муҳим босқич бўлиб ҳисобланади. Маҳсулот ишлаб чиқариш қанча самарали амалга оширилса, яъни лойиҳалаштирилаётган товар бўйича бозор талаби ва харидор эҳтиёжини фирма вақт бўйича тезроқ ҳисобга олса, ушбу босқичда харажатлар шунча кам бўлади. Фирма янги товар билан бозорга тезроқ чиқади ва зарур фойдани олади. Кириб келиш босқичида сотиш ҳажмининг ғоят кескин усиши билан ажралиб туради. Бозор маҳсулотни ҳали қабул қилмаган нархлар нисбатан юқори бўлади. Савдо юқори даромадли гуруҳларга мўлжалланади. Рақобатчилар умуман оз. Шундай қилиб, бу давр капитал сарфлар даври ҳисобланади, сарфлар кейинчалик фойда келтириши мумкин ёки маҳсулот ишлаб чиқаришдан воз кечиладиган бўлса, улар тўлиқ харажатлар ҳисобига ўтказилади, яъни ҳисобдан ўчирилади. Ўсиш даврида товар сотиш ҳажми ўсиб боради – истеъмолчилар маҳсулотни қабул қилган ва унга бўлган талаб таъминланган бўлади. Ҳар қандай маҳсулот бу босқичга етиб келмайди: кўплари бозорга кириб келиш давридаёқ касодга учрайди. Бозор сифати юқори рақобатчи маҳсулот билан тўлиб кетади. Нархлар тобора арзонлашиб боради. Етуклик босқичи товар оборотини максималлаштириш, бозорнинг кенгайишини давом этиши ва абсолют ўсиши

билан тавсифланади. Ишлаб чиқариш ва товар тақсимлаш тизимида тайёр маҳсулот захиралари ошиб боради. Бозорда интенсив рақобат ҳукм суради. Янги модификацияли товарларни киритиш уларни ассортимент гуруҳини кенгайтириш ҳамда харидорларга янги хизмат кўрсатиш услубларини киритиш интенсив инновация чора-тадбирлари воситалари орқали амалга оширилади.

Дифференциацияланган маркетингда турли маҳсулотлар турли дистрибуция каналлари орқали сотилади, бунда сотувни рағбатлантиришнинг турли усуллари фойдаланилади. Макросегмент мақсадли бозор тавсифномаларини акс эттиради. Корхона ҳажми, жойлашган жойи ва SIC коди каби ташкилий тавсифномаларни ҳисобга олиб, харидорлар хулқ-атворидаги тафовутларни ҳам изоҳлаб бериш мумкин. Шунинг учун кейинги қадам – микросегментлаш – керак бўлмаслиги ҳам мумкин. Маркетолог концентрацияланган ёки дифференциацияланган маркетинг стратегиясини танлаб, ишни макросегментлар билан давом эттириши мумкин. Макросегментлаш учун маълумотлар икқиламчи манбалардан – масалан, корхоналар рўйхатидан – минимал вақт ва пул харажатлари билан олиниши мумкин. Кейинги босқич, яъни микросегментлаш учун батафсилроқ маълумотлар талаб қилинади. Микросегментлар бу – макросегментлар ичидаги харидорларнинг бир хил гуруҳларидир. Микросегментларни белгилаб берадиган сегментлаш ўзгарувчилари бу – харид маркалари ва уларнинг қатнашчиларини тавсифлайдиган хулқ-атвор ўзгарувчиларидир. Шундай қилиб, SIC кодига кўра ва фирма ҳажмини ҳисобга олган ҳолда белгиланадиган битта макросегмент доирасида микросегментлар қабул қилинадиган риск даражаси, асосий харидорлик мезонлари ва харид маркази структураси билан белгиланиши мумкин. Микросегментлаш стратегияси ишлаб чиқиш макросегментларни ажратишдан кўра мураккаброқ вазифадир. Кўриниб турибдики, бу ишни компаниянинг савдо персонали билан мулоқотдан бошлаш керак, чунки одатда айнан савдо вақиллари мижозлар ва уларнинг харидорлик хулқ-атвори ҳақида яхши ахборот манбаси вазифасини

базаради. Ташкилотларда харидорлик хулқ-атворининг мураккаб кўрсаткичлари қайд этилганда, масалан, қабул қилинадиган риск даражаси ва харидорнинг ўзига ишончи мураккаблигида профессионал бозор тадқиқотини ўтказиш талаб этилиши мумкин. Бозорни сегментлаш икки босқичли усуlining энг ёрқин устунликларидан бири шундаки, бундай тадқиқот дастурлари 74 қийматини пасайтириш, харажатларни эса самаралироқ қилиш ва уларни батафсилроқ микросегментлаш таҳлили харажатларини оқлайдиган, етарли салоҳиятга эга макросегментларда мужассам этиш мумкин. Тадқиқотлар давомида олинган натижалар ва қилинган хулосалар асосан сотувни рағбатлантириш стратегиясини ва камроқ даражада – маҳсулот, нарх ва дистрибуцияга нисбатан стратегияларни аниқлаштиришни талаб этади. Микросегментлар ўртасидаги тафовутлар қуйидагиларга таъсир қилади:

- ишбилармонлик учрашуви белгилаш лозим бўлган харидор ташкилот ходимларини танлаш;

- бу ходимлар фойдаланадиган қарор қабул қилиш мезонларига релевант бўлган маҳсулотнинг маълум бир хусусиятларини таъкидлаб кўрсатадиган тақдимотлар ишлаб чиқиш;

- қарор қабул қилувчи шахсларга таъсир этиш учун реклама тарқатиш воситаларини танлаш;

- қабул қилинадиган риск даражасига қараб, барча зарурий сотув фаолиятини бюджетлаш. Икки босқичли ёндашув шуни ҳисобга оладики, sanoat компанияларининг харидорлик хулқ-атвори қарор қабул қилиш жараёнида индивидуал мотивация ва ташкилот технологиялари, вазибалари, структураси нуқтаи-назаридан ташкилий жараёнлар ўзига хос уйғунлашуви ҳисобланади.

Маҳсулотни етуклик босқичида маркетингни асосий стратегиялари бозорни модификациялаш, товарни модификациялаш ва маркетинг-миксни модификациялаш бўлиб ҳисобланади. Тўйиниш даврида бозор ва нархлар барқарорлашади. Сифатсиз ва рақобатга бардош бермайдиган маҳсулотлар

бозордан сиқиб чиқарилади. Товар сотиш суръатлари тобора пасаяди. Туйиниш даврида фирманинг умумий мақсади, маҳсулотни барча турлари буйича тўлмқ сотишни тобора ошириб боришни таъминлашга каратилади. Инкироз даврида маҳсулотнинг ўтиши қийинлашади, фойда камаяди, рақиблар майдондан кетади. Бу босқич давомида фирманинг мақсади “маҳсулот тайерлашни давом эттиришдан иборат” бўлади, маҳсулотни бозорга етказиб беришни тўхтатиш ҳақида қатъий қарорга келгунга қадар ундан олиш мумкин бўлган жами фойдани сиқиб олиш учун шундай қилинади. Товарни яшаш даври концепцияси маҳсулот ассортиментини режалаштиришда катта аҳамиятга эгадир.

12-МАВЗУ. РАҚОБАТНИНГ БОЗОРНИ СЕГМЕНТЛАШ СТРАТЕГИЯСИ

12.1. Рақобатнинг бозор тахмонлари стратегияси, фаолиятни истеъмолчиларнинг алоҳида гуруҳига ихтисослашуви

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 яшаш даври тўрт типга ажратилади: маҳсулотнинг катта синфининг яшаш даври, маҳсулот турининг яшаш даври, қўллаш усулларининг яшаш даври, маҳсулот маркасининг яшаш даври. Масалан, биринчисига соат мисол қилиб келтирсак, маҳсулот турига эса қўл ва осма соатларни келтириш мумкин, қўллаш усулларига кўра эса қўнғироқли соатлардан фойдаланишни мисол қилиб келтириш мумкин. Маркетинг мақсадларида яшаш даврининг жами тўртта типи ўрганилади, фирма доирасида иккинчи ва учинчи типларига кўпроқ эътибор берилади. Товарнинг яшаш даври босқичларини аниқлашнинг асосий мезони маҳсулот сотиш ҳажми ва фойда нормаси динамикаси дидир.

Бозор ишлаб чиқарилаётган ва сотилаётган товарларга истеъмолчилар эҳтиёжларини қондира олиши, бундаги сарф-харажатлар асослилигини аниқлаб берувчи асосий мезон ҳисобланади. Шунинг учун ҳар қандай корхона, тадбиркор ўз фаолиятини белгиланган мезон талабларига мувофиқ ҳолда ташкил этишга мажбур, бу ерда маркетинг тизимидан самарали фойдаланиш ҳисобига бозорнинг асосий субъекти ҳисобланган истеъмолчининг эҳтиёжлари, талаб-истаклари, дидларини кўплаб омиллар асосида шаклланиши ва қарор топишини ўрганиш жуда муҳим. Чунки, уларнинг қизиқиши, муайян нарсани ёқтириши, ўзлаштириши, шунингдек, бозордаги хатти-ҳаракатида кескин фарқ мавжудлиги туфайли ҳам

истеъмолчининг турли даражадаги эҳтиёжларини тўла қондириш мақсадида ҳар бир товарнинг хилма-хил турларини ишлаб чиқариш зарур бўлади.

Айниқса, аҳолининг муайян гуруҳлари томонидан қадрланадиган, юқори даражада нафисликни талаб қиладиган, уларнинг дид ва истакларига жавоб берадиган тўқимачилик маҳсулотлари бозорида аниқ сегментлар учун маҳсулот ишлаб чиқариш ва унинг савдосини йўлга қўйиш маркетинг тадқиқотларида жуда зарур. Маркетинг тадқиқотларидан фойдаланган ҳолда бозорни сегментларга ажратиб ўрганиш тамойилларига таяниш, шу орқали ўзига жалб қилувчи сегментларни аниқлаш ва шакллантириш, истеъмолчилар эҳтиёжларини қондиришда аниқ белгиланган стратегияларга таянган ҳолда ҳар бир сегмент учун маҳсулот ишлаб чиқариш ҳамда сотиш заруриятини туғдиради. Бозорни сегментларга бўлиб ўрганиш ва шу орқали маркетинг тизими самарадорлигини ошириш масалаларига бағишланган илмий ишлар салмоғи кейинги йилларда ортиб бормоқда. Маркетинг фаолиятининг турли қирраларига маълум даражада АҚШ, Франция, Германия, Англия, Япония каби ривожланган мамлакатлар олим ва амалиётчилари томонидан катта эътибор берилган.

Маҳсулот ишлаб чиқариш (ИТТКИ) босқичи товарни барча ҳаётий даврида муҳим босқич бўлиб ҳисобланади. Маҳсулот ишлаб чиқариш қанча самарали амалга оширилса, яъни лойиҳалаштирилаётган товар буйича бозор талаби ва харидор эҳтиёжини фирма вақт бўйича тезроқ ҳисобга олса, ушбу босқичда харажатлар шунча кам бўлади. Фирма янги товар билан бозорга тезроқ чиқади ва зарур фойдани олади. Кириб келиш босқичида сотиш ҳажмининг ғоят кескин ўсиши билан ажралиб туради. Бозор маҳсулотни ҳали қабул қилмаган нархлар нисбатан юқори бўлади. Савдо юқори даромадли гуруҳларга мулжалланади, рақобатчилар умуман оз. Шундай қилиб, бу давр капитал сарфлар даври ҳисобланади, сарфлар кейинчалик фойда келтириши мумкин ёки маҳсулот ишлаб чиқаришдан воз кечиладиган бўлса, улар тўлиқ харажатлар ҳисобига ўтказилади, яъни ҳисобдан ўчирилади. Ўсиш даврида товар сотиш ҳажми ўсиб боради – истеъмолчилар маҳсулотни қабул қилган

ва унга бўлган талаб таъминланган бўлади. Ҳар қандай маҳсулот бу босқичга етиб келмайди: кўплари бозорга кириб келиш давридаёқ касодга учрайди. Бозор сифати юқори рақобатчи маҳсулот билан тўлиб кетади.

12.2. Мақсадли бозор талабларини қондириш имкониятлари

Нархлар тобора арзонлашиб боради. Етуклик босқичи товар оборотини максималлаштириш, бозорни кенгайтириш давом этиши ва абсолют ўсиши билан тавсифланади. Ишлаб чиқариш ва товар тақсимлаш тизимида тайёр маҳсулот захиралари ошиб боради. Бозорда интенсив рақобат ҳукм суради. Янги модификацияли товарларни киритиш уларни ассортимент гуруҳини кенгайтириш ҳамда харидорларга янги хизмат кўрсатиш услубларини киритиш интенсив инновация чора-тадбирлари воситалари орқали амалга оширилади

Маҳсулотни етуклик босқичида маркетингни асосий стратегиялари бозорни модификациялаш, товарни модификациялаш ва маркетинг-миксни модификациялаш бўлиб ҳисобланади. Тўйиниш даврида бозор ва нархлар барқарорлашади.

Сифатсиз ва рақобатга бардош бермайдиган маҳсулотлар бозордан сиқиб чиқарилади. Товар сотиш суръатлари тобора пасаяди. Тўйиниш даврида фирманинг умумий мақсади, маҳсулотнинг барча турлари бўйича тўлиқ сотишни тобора ошириб боришни таъминлашга қаратилади. Инкироз даврида маҳсулотнинг ўтиши қийинлашади, фойда камаяди, рақиблар майдондан кетади. Бу босқич давомида фирманинг мақсади “маҳсулот тайерлашни давом эттиришдан иборат” бўлади, маҳсулотни бозорга етказиб беришни тўхтатиш ҳақида катъий қарорга келгунга қадар ундан олиш мумкин бўлган жами фойдани сиқиб олиш учун шундай қилинади. Товарнинг яшаш даври концепцияси маҳсулот ассортиментини режалаштиришда катта аҳамиятга эгадир.

Истеъмолчиларнинг тор доирасига қаратилган ресурс ва имкониятларнинг чекланганлигини ҳисобга олиб, маҳсулот ишлаб чиқариш

ва сотишни ихтисослаштириш орқали ижобий ютуқларга эришиш имкониятларини юзага келтириш мумкин. Бозорни сегментлаш оммавий маркетингдан фарқ қилган ҳолда, маҳсулот сотишни максимал даражага етказиш ҳаракатидан йироқ. Бу ўринда самарадорликка эришиш ва бошқарилувчан тамойиллардан оқилона фойдаланиш натижасида бозор сегментининг кўпроқ қисмини камраб олиш учун ҳаракат қилинади. Бунда умумий даромадни эмас, балки маҳсулот бирлигига тўғри келадиган даромадни ошириш мақсадга мувофиқ бўлиб, корхона аниқ сегментда рақибларга нисбатан муваффақиятга эришиш имкониятига эга бўлади. Бундан ташқари, кичик ва ўрта корхона озроқ ресурслар билан ҳам ихтисослашган сегментда йирик корхоналар билан самарали рақобат қилишга қодир бўлади. Кўп ўлчамли сегментлашда корхона, фирма икки ва ундан ортиқ сегментни танлаб, уларнинг ҳар бири учун махсус маркетинг дастурини ишлаб чиқади ва амалга оширади. Бундай ёндашув бозор ва истеъмолчиларни батафсил таҳлил қилиш, бир неча товар тури, маркаси, вариантини ишлаб чиқиш ва сотиш жараёнлари маркетинг тадбирлари учун кўпроқ ресурслар мавжудлигидан далолат беради. Шу билан бир вақтда, бир неча сегментда маҳсулот сотишни максималлаштириш, диверсификация ёрдамида таваккални минимумга келтириш мумкин. Корхона, фирма учун ўз рақибларини кучли, устун бўлган сегментга чиқишини таъминлаш шарт эмас, аксинча, ўз куч-ғайрати, тажрибаси мос келадиган, рақобатда устунликка эриша оладиган сегментларни танлаб олиш ва ривожлантириш масалаларига кенгроқ эътибор қаратиш лозим. Ф.Котлер фикрича, сегментлаш натижасида тўрт даражали бозор таркиби аниқланади, ҳар даражада ўзига хос мақсадли бозорлар шаклланади. Булар “Халқаро молия ва ҳисоб” илмий-электрон журнали. №1, февраль, 2017 йил www.interfinance.uz 5 бозор сегментлари, бозор тахминлари, минтақавий (маҳаллий) бозорлар, якка харидорлардан иборат

Рақобатнинг асосий қуроли бўлиб, талабни шакллантириш ва сотишни рағбатлантириш воситалари хизмат қилади. Асосий ахборотни харидорлар

товар ишлаб чиқарувчилардан олишади. Харидорларни асосан товарнинг истеъмол қиймати кизиктиради. Рақобат асосан қуйидаги кўринишларда бўлиши мумкин: товарларнинг хизматлари бўйича, бир хил эҳтиёжни кондиришга қаратилган рақобат, бир хил товарни ҳар хил фирмалар ишлаб чиқариш орқали бўладиган рақобат; ёки бир хил фирма томонидан ҳар хил модификацияда товар ишлаб чиқариш. Нархлар орқали рақобатлашиш энг кенг тарқалган.

Ҳозирги даврда рақобат ўзига хос қиёфа касб этмокда. Нархлар соҳасида рақобат ишлаб чиқаришни харажатлар энг кам бўладиган мамлакатларда йўлга қўйишни талаб қилади. Нарх билан рақобат ўтмишда эркин бозор рақобати бўлган, бозорда бир хил товарлар ҳар хил нархлар билан сотилган даврларда пайдо бўлганди.

Ишлаб чиқарувчи нархни пасайтириш билан ўз товарини ажратиб кўрсатишга, унга эътиборни қаратишга ва пировард натижада ўзи истаган бозор ҳиссасини эгаллашга эришган. Ҳозирги замон бозор шароитларида нарх билан очик рақобат амал қилмайди, чунки ишлаб чиқарувчилардан бири нархни пасайтириши билан унинг рақиби ҳам шу ишни қилади, бу эса фирманинг бозордаги мавқеини ўзгартирмайди, балки, умуман тармоқдаги фойданинг пасайишига, асосий фондларни янгилаш ва кенгайтириш учун инвестицияларнинг камайишига олиб келади. Натижада кутилган зафар ва рақибларни суриб чиқариш ўрнига кутилмаган хонавайронлик ва синиш юз беради. Шу сабабли саноат монополиялари нархларни иложи борича узоқроқ ушлаб туришга, таннархни ҳамда маркетинг харажатларини тобора пасайтириб, фойдани кўпайтиришга интилади. Фан-техника тараққиёти ютуқлари туфайли рақобатнинг нарх билан боғлиқ бўлмаган усулларида фойдаланишнинг қулай шароитлари юзага келди.

12.3. Истеъмолчилар талабининг хилма-хиллиги

Товар – мураккаб, кўп киррали тушунча, бироқ бунда энг асосий нарса истеъмол хусусиятлари, яъни товарнинг ўз вазифасини бажариш – унга эга

бўлган истеъмолчининг эҳтиёжларини қондириш хусусиятидир. Товарнинг истеъмол қиймати унинг истеъмол хусусияти мажмуасидир. Товарнинг қуйидаги хусусиятларига қараб алоҳида эътибор берилади: - ранги, упаковкеси (ўраш, боғлаш), ташқи кўринишининг фасоҳати (дизайни), эргономик хусусиятлари (фойдаланиш, таъмирлаш ва бошқаларнинг қулайлиги ва бошқалар).

Товарни ишлаб чиқаришдан олдин унинг истеъмол хусусияти таҳлил қилинади. Товар – мураккаб, кўп киррали тушунча, бироқ бунда энг асосий нарса истеъмол хусусиятлари, яъни товарнинг ўз вазифасини бажариш – унга эга бўлган истеъмолчининг эҳтиёжларини қондириш хусусиятидир. Товарлар қуйидаги мезонлари буйича алоҳида гуруҳларга бўлинади:

Мақсадли характериға кўра эса товарлар истеъмол товарлари ва ишлаб чиқаришға оид товарларға бўлинади. Истеъмол товарлари – бу шахсий истеъмол учун мўлжалланган товарлардир. Улар кундалик талаб товарлари, дастлабки танлов асосида олинадиган товарлар, алоҳида талабдаги товарлар, пассив талабдаги товарларға бўлинади. Кундалик талаб товарларига кундалик турмуш учун зарурий озиқ-овқатлар, кир ювиш, тозалаш воситалари, уй хўжфлиги учун зарурий майда товарларни киритиш мумкин. Кундалик истеъмол товарларини истеъмол қилиш интенсивлигига кўра уларни ўз навбатида 3 та қуйи гуруҳға ажратиш мумкин:

1. Доимий эҳтиёждаги асосий товарлар (нон, хўжалик совуни)
2. Импульсив тарзда сотиб олинадиган товарлар (сақич, газета)
3. Фавқулодда ҳолатлар учун харид қилинадиган товарлар (зонт).

Дастлабки танлов асосидаги товарлар сафига: мебель, кийим-кечак, уй-рўзгор учун электр жихозлари киради ва у харидорларни қиёслашни, нарх, мода, дизайн жиҳатидан танловда бир мунча мулоҳаза юритишни талаб қилади.

Ҳозирги даврда рақобат ўзига хос қиёфа касб этмоқда. Нархлар соҳасида рақобат ишлаб чиқаришни харажатлар энг кам бўладиган мамлакатларда йўлга қўйишни талаб қилади. Нарх билан рақобат ўтмишда эркин бозор

рақобати бўлган, бозорда бир хил товарлар ҳар хил нархлар билан сотилган даврларда пайдо бўлганди. Бозорни сегментлашда ҳар бир харидор алоҳида сегмент сифатида қаралиши лозим. Бундай ёндашувнинг ривожланишига янги ахборот технологиялари ва алоқа воситаларининг пайдо бўлиши ҳам сезиларли таъсир этмоқда. Ҳозирги вақтда алоҳида харидорларга қаратилган оммавий ишлаб чиқариш ва етказиб беришга қодир тизимлар яратилиши ишлаб чиқариш воситалари бозорида корхоналарнинг алоҳида истеъмолчиларга мўлжалланган товарларни оммавий ишлаб чиқаришга ўтишини юзага келтирмоқда. Янги технологиялардан фойдаланиш монолог тарзидаги маркетингдан диалог тарзидаги маркетингга ўтиш заруриятини келтириб чиқармоқда. Бу жараёнда ишлаб чиқариш воситалари истеъмолчиси ўзига керакли товарни ишлаб чиқаришда фаол иштирок этиши кузатилиб, корхона фаолияти самарадорлигини оширишда ҳал қилувчи аҳамиятга эга. Бунинг натижасида, истеъмолчи муайян товар сифати ҳақида ўзи учун муҳим бўлган алоҳида хоссаларини бошқа ишлаб чиқарувчи ёки сотувчининг айнан шунга ўхшаш товарлари билан таққослаш орқали унинг аҳамияти, қадр-қиммати тўғрисида хулоса чиқаради ва унга баҳо беради. Истеъмолчи тасаввур қилган ҳолатнинг тасдиқланиши, унинг эҳтиёжини қондирибгина қолмай, балки унга қониқиш бағишлайди, истеъмолчи олган маҳсулотидан мамнун бўлади, бу товар ишлаб чиқарган ёки сотган фирма учун ҳам катта ютуқ ҳисобланади. Тўқимачилик маҳсулотларини харид қилаётган аёл фақат ҳалат олаётгани йўқ. Буни маҳсулот ишлаб чиқарувчилар аллақачон тушуниб етган. Бу ҳақда машҳур “Ревиион Инк” фирмаси бошлиғининг: “Фабрикада биз косметика ишлаб чиқарамиз, дўконда биз орзу-умидимизни сотамиз”, [5] деган сўзлари бозор иштирокчисининг ҳар қандай товарда яширин жиҳатларини аниқлаш, шу товарнинг хоссасини эмас, ундан келадиган манфаатни сотиш лозимлигини таъкидлайди. Шундан келиб чиққан ҳолда таъкидлаймизки, бозор ишлаб чиқарилган, таклиф этилаётган ва сотилаётган товарларнинг замонавий талабларга нақадар мос келиши, уларга сарф қилинган харажатларнинг

қопланиши ва маълум даражада фойда олиш мумкинлигини аниқлаб берувчи мажмуа бўлиб, ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи манфаатлари ўзаро муштараклигини таъминлайди. Хусусан, Ўзбекистон Республикаси Биринчи Президенти Ислам Каримов: “Аслини олганда, биз бутун бозор қонунларига асосланувчи янги иқтисодиёт яратяпмиз. Бунда маҳсулот талаб ва таклифни ҳисобга олган ҳолда, рақобатбардош бўлиши ва умумий қабул қилинган стандартларга жавоб беришини назарда тутган ҳолда ишлаб чиқарилиши лозим” [6] деб, ҳар бир корхона, фирма, тадбиркор ўз фаолиятини ана шу талаблар нуктаи назаридан ўрганиши ва амалга ошириши лозимлигини таъкидлайди. Маълумки, ҳар қандай корхона, фирманинг асосий мақсади кўпроқ фойда олишдир. Бунинг учун унинг кўрсаткичлари ўртача бозор кўрсаткичларидан юқори бўлиши керак, бунга эришиш учун эса, у доимо истеъмолчи талабига мос маҳсулот ишлаб чиқариши ва таклиф этиши, натижада, рақобатда устун “Халқаро молия ва ҳисоб” илмий-электрон журнали. №1, февраль, 2017 йил www.interfinance.uz 6 бўлиши лозим. Рақобатда устунликка эришиш корхона, фирма фаолиятининг бозорга йўналтирилишини тақозо этади. Маркетинг тизими бозорда содир бўладиган иқтисодий муносабатлар иштирокчиларининг мустақиллигидан келиб чиқиб, талаб ва таклифни мувофиқлаштириш ва айирбошлаш муаммоларини, асосан, микроиқтисодиёт субъектлари даражасида ҳал қилишни тақозо этади.

Ишлаб чиқарувчи нархни пасайтириш билан ўз товарини ажратиб кўрсатишга, унга эътиборни қаратишга ва пировард натижада ўзи истаган бозор ҳиссасини эгаллашга эришган. Ҳозирги замон бозор шароитларида нарх билан очиқ рақобат амал қилмайди, чунки ишлаб чиқарувчилардан бири нархни пасайтириши билан унинг рақиби ҳам шу ишни қилади, бу эса фирманинг бозордаги мавқеини ўзгартирмайди, балки, умуман тармоқдаги фойданинг пасайишига, асосий фондларни янгилаш ва кенгайтириш учун инвестицияларнинг камайишига олиб келади.

13-МАВЗУ. ЎЗБЕКИСТОНДА РАҚОБАТЧИЛИК МУҲИТИНИНГ ВУЖУДГА КЕЛИШИ ВА МОНОПОЛИЯГА ҚАРШИ ҚОНУНЧИЛИК

13.1. Рақобатчилик муҳитининг вужудга келиши ва уни сақлашда давлатнинг роли

Ўзбекистон товар бозорларида рақобатни ривожлантиришга йўналтирилган биринчи меъёрий ҳужжат бўлиб 1992 йил 2 июлда қабул қилинган Ўзбекистон Республикасининг «Монополистик фаолиятни чеклаш тўғрисида»ги қонуни ҳисобланади.

Иқтисодиёт ва монополияга қарши амалиёт соҳасидаги аҳамиятли ўзгаришлар тегишли қонунчилик базасини такомиллаштириш заруриятини тақозо этди. Шунга кўра, 1996 йилнинг 27 декабрида янги - «Товар бозорларида монополистик фаолиятни чеклаш ва рақобат тўғрисида»ги қонуни кучга киритилди. Қонунда кўзда тутилган тақиқлар ҳам ривожланган бозор иқтисодиёти мамлакатлари учун, Ўзбекистон ва бошқа ўтиш даври иқтисодиёти мамлакатлари учун хос бўлган монополистлар хатти-ҳаракатига қарши ўрнатилган.

Қуйидаги хатти-ҳаракатлар монополияга қарши қонунчиликка зид ҳисобланади:

- хўжалик юритувчи субъект томонидан бозордаги устунлик ҳолатининг суиистеъмол қилиниши;
- хўжалик субъектларининг рақобатни чеклашга қаратилган битимлари (ўзаро келишилган хатти-ҳаракатлари);
- бошқарув барча даражаларидаги ҳокимият органларининг рақобатни чеклашга йўналтирилган хатти-ҳаракатлари;
- ноҳалол рақобат.

Монополистик фаолият устидан назорат ўрнатиш учун монополист-корхоналар Давлат реестри жорий этилди. 1999 йилнинг 1 октябр ҳолатига реестрда 716 хўжалик юритувчи субъект 1924 турдаги маҳсулот, иш, хизмат бўйича рўйхатга олинди. Мазкур корхоналар фақат алоҳида хўжалик

юритувчи субъект бозоридаги товарларнинг улуши миқдорий кўрсаткичи бўйича монополист корхоналар таркибига киритилган. Бу ўринда бозорнинг сифат жиҳатидан таркиби, хусусан, рақобат муҳитини ярата олишга лаёқатли бўлган ўрнини босувчи маҳсулотларнинг мавжудлиги ҳисобга олинмайди. Бундай ёндошувни тўғри деб ҳисоблаш мумкин эмас. Шунга кўра, қонунда товар бозорида устун мавқега эга бўлган хўжалик юритувчи субъектларнинг мезонларини янада аниқроқ белгилаб, уларни монополистлар тоифасига киритишда ҳам миқдорий, ҳам сифат кўрсаткичларидан фойдаланиш зарур.

Амалдаги қонунчиликка мувофиқ ҳолда товар бозоридаги монополистларни назорат қилишнинг нисбатан аҳамиятли шаклларида бири бўлиб нархларнинг давлат томонидан тартибга солиниши ҳисобланади. Жаҳон амалиётида нархларнинг давлат томонидан тартибга солиниши табиий монополиялар учун хосдир. Табиий монополияларнинг мавжудлиги шароитида давлат ишлаб чиқариш харажатларини тартибга солиш ёки нархнинг энг юқори даражасини белгилаш орқали бозор механизми ҳаракати воситасида таъминланувчи самарага сунъий йўл билан эришишга ҳаракат қилади.

Ўзбекистонда ЎзР ВМнинг 1997 йил 31 мартдаги «Ўзбекистон Республикасининг «Товар бозорларида монополистик фаолиятни чеклаш ва рақобат тўғрисида»ги Қонунини амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарорига мувофиқ молиявий идораларга эркин нархларнинг юқори чегараси ёки рентабеллик даражаси борасида декларация топшириш орқали барча монополист-корхоналарнинг маҳсулот (товар, хизмат)ларига бўлган нархларни давлат томонидан тартибга солиш қўлланилмоқда.

Амалиётнинг кўрсатишича, чегаравий нархлар ва рентабеллик меъёрларини қўллаган ҳолда нархни ташкил этишни давлат томонидан тартибга солиниши кўпинча ижобий натижа бермайди, чунки у нархларни шакллантиришнинг бозор муносабатларини ҳисобга олмаган ҳолдаги харажат механизмига асосланади. Нархларни декларациялашнинг бюрократик таомилининг қўлланиши корхоналарнинг бозордаги нарх бўйича

маневр қилиш имкониятини пасайтиради. Бунинг устига, монополист-корхоналар учун нархни ўрнатишда рақобатчиларнинг маҳсулотига таркиб топган нархлар ҳисобга олинмайди.

Кўплаб мутахассисларнинг фикрича, монопол юқори нархлар доимо қам давлатнинг аралашувини тақозо этмайди. Бундай нархлар ҳамда фойда олиш имконияти бозорда фаолият кўрсатаётган субъектларнинг ишлаб чиқариш ҳажмини оширишга, бошқаларининг эса бозорга кириб келишига рағбат яратади. Давлат фақат бозорга кириш учун тўсиқлар пайдо бўлган ҳолдагина аралашуви лозим.

13.2. Республикамизда соғлом рақобат муҳитини яратишга оид Ўзбекистон Республикасининг махсус қонунлари.

Халқаро амалиёт ҳамда кенг миқёсда нархларни давлат томонидан тартибга солишнинг самарасизлигини ҳисобга олган ҳолда нархни ташкил этиш соҳасидаги монополияга қарши сиёсатнинг асосий йўналиши бўлиб корхоналарнинг маҳсулот ва хизматлари нархларини бевосита давлат томонидан тартибга солиш соҳасининг қисқартирилиши ҳисобланади. Нархларнинг умумий назоратидан уларнинг мониторингига ўтиш лозим. Тавсия этилаётган ёндошув молиявий идораларга нархларнинг чегаравий даражаси тўғрисида декларация топширишнинг бекор қилинишини кўзда тутати. Фақат нархларнинг кескин ошириб юборилиши ҳолати аниқланганда таркиб топган нархларнинг иқтисодий асосланганлиги таҳлил қилиниши зарур. Фақат монопол юқори нархлар белгиланган ҳолатларда монополист-корхоналар учун нархнинг мумкин бўлган чегарасини ўрнатиш лозим. Бизнинг фикримизча, таклиф этилаётган механизм ҳозирги босқичда энг самарали ҳисобланади.

Таъкидлаш лозимки, Ўзбекистон Республикасининг «Товар бозорларида монополистик фаолиятни чеклаш ва рақобат тўғрисида»ги Қонуни халқаро аналоглар асосида тузилган, бироқ, бу

қонун амалга ошириладиган муҳит ривожланган мамлакатлар шароитидан тубдан фарқ қилиб, унинг бажарилишига таъсир кўрсатади. Қонунчиликнинг самарали бажарилишига халақит берувчи нисбатан муҳим омил бўлиб идорачилик ҳисобланади.

Амалдаги қонунчиликка кўра, ҳуқуқий шахсларнинг бирлашмалари (уюшмалар, ассоциациялар, концернлар ва ҳ.к.) учун ассоциациялашган субъектларнинг хўжалик фаолиятига аралашув тақиқланади. Бироқ, амалда ташкил этилган бирлашмалар, одатда илгари амал қилган тармоқ вазирликларининг давомчилари бўлиб, ҳозирги вақтда уларга хом ашё ресурсларини, марказлаштирилган капитал қўйилмаларни тақсимлаш, маҳсулотларни сотиш ва бошқа вазифаларнинг юклатилиши кўпинча рақобат муҳитининг ривожланишини секинлаштириб қолмай, балки уларнинг яратилишига тўсқинлик ҳам қилмоқда. Уларнинг амал қилиши кичик бизнеснинг хом ашё ресурсларига, валюта маблағларига бўлган имкониятини чеклаш орқали тўсиқлар қўйиши жиддий салбий ҳолат ҳисобланади.

Таркиб топган шароитда амал қиладиган бирлашмаларни таркибий қайта тўзиш монополияларни чеклаш ва рақобатни ривожлантиришнинг зарур шароитларидан бири ҳисобланади. Бундай бирлашмаларнинг вазифаси бўлиб маркетинг хизматлари билан таъминлаш, илмий-тадқиқот ишланмаларини амалга ошириш, уларнинг амалиётга татбиқ этилишига кўмаклашиш ҳисобланади.

Ўзбекистонда амал қиладиган монополияга қарши қонунчиликнинг яна бир муаммоси — давлат монополияга қарши органига қонунчиликни бузганлик учун иқтисодий санкция қўллаш ҳуқуқининг берилишидир. Чунки халқаро амалиётда бу каби масалалар суд ажримлари орқали ҳал этилади. Республикада монополияга қарши қонунчиликка амал қилиш масалаларини кўриб чиқишда суд амалиётининг ривожлантирилиши хўжалик субъектларининг масъулиятларини оширади.

Ўзбекистонда яратилган рақобат сиёсатини олиб бориш тизими ўз ичига қонунлар ва қонуности ҳужжатларни, уни амалга ошириш ҳамда

истеъмолчилар ҳуқуқини ҳимоя қилиш учун масъул бўлган махсус муассасаларни, шунингдек, мазкур сиёсатни амалга ошириш механизмларни ўз ичига олади. Бироқ, мазкур соҳадаги маълум муваффақиятларга қарамай, рақобат сиёсатини амалга ошириш мақсад ва усуллари уни янада такомиллаштиришни тақозо этади.

Бу, энг аввало, глобаллашув миқёслари ва таъсир кучларининг ўсиши билан шартланган бўлиб, бунинг натижасида миллий ишлаб чиқарувчилар рақобатбардошлигини ошириш учун шароит яратиш тақозо этилади.

Айниқса, Ўзбекистонда 2003 йилда жорий операциялар ҳисоби бўйича эркин конвертация киритилган бўлиб, бу ички бозордаги миллий ва хорижий ишлаб чиқарувчилар ўртасидаги рақобатни кучайтиради.

Бундан ташқари, шунинг тан олиш керакки, республикада рақобатни ривожлантириш борасида ўтказилаётган сиёсат етарли даражада таъсирчан эмас.

Бозор иқтисодиёти тарихи – бу кўп жиҳатдан монополизмнинг салбий оқибатларига қарши кураш тарихини намоён этади. Назариёт ва амалиёт шунинг кўрсатадики, монополизм қуйидаги оқибатларни келтириб чиқаради:

- истеъмолчилар монополист фирмаларнинг маҳсулотлари учун рақобатли бозордаги шунга ўхшаш маҳсулотлар нархига нисбатан тўлаши лозим бўлган *ўта юқори нархлар*;

- юқори нархларни ушлаб туриш учун турли тармоқлар ўртасида ресурсларнинг самарасиз тақсимланишига, улардан монополиялаштирилган тармоқларда етарли даражада фойдаланмасликка олиб келувчи товар ва хизматларнинг алоҳида турларини *ишлаб чиқаришни сунъий равишда чеклаш*,

- *ишлаб чиқаришнинг техник жиҳатдан ривожланмай қолиши*, маҳсулотнинг паст сифати.

13.3. Ўзбекистон Республикаси Монополиядан чиқариш ва рақобатни ривожлантириш давлат қўмитасининг иқтисодий ва барқарор ривожланишидаги роли

Монополизм режали иқтисодиётдан бозор иқтисодиётига ўтишни амалга ошираётган мамлакатларда янада кўпроқ муаммоларни келтириб чиқаради. Бу Ўзбекистонга ҳам тааллуқли бўлиб, мамлакатимизда тарихий сабабларга кўра давлат тузилмаларига ўхшаш (уюшмалар, концернлар, корпорациялар, компаниялар) шаклдаги монополиялар сақланиб қолган.

Улар кўпинча тармоқ вазирликлари мавқе ва вазифаларига эга бўладилар.

Маҳсулот ва хом ашёларнинг алоҳида турларини лимит ва фонд кўринишида тақсимлашнинг эскича тизими, шунингдек, бизнесни амалга ошириш учун рухсат, лицензия, сертификатлар бериш, келишиш каби мавжуд маъмурий тўсиқлар монополистик тенденцияларга кўпроқ имкон яратади.

Шунга кўра, Ўзбекистонда самарали рақобат муҳитини яратиш учун қуйидагилар бўйича чора-тадбирларнинг амалга оширилиши тақозо этилади:

а) иқтисодиётда давлат монополизмининг ҳар қандай намоён бўлишини максимал даражада бартараф этиш. Бунинг учун тадбиркорликни ривожлантириш ва иқтисодиётни давлат томонидан бошқариш тизимини такомиллаштириш учун нисбатан қулай шарт-шароитларни яратишга қаратилган чуқур институционал ислохотлар зарур;

б) бозор шароитида вужудга келаётган монополияларнинг бозордаги ўз устунлик мавқеларини суиистеъмол қилиш имкониятларининг олдини олиш. Давлат муассасалари рақобатнинг ривожланишини таъминлашлари лозим. Бусиз самарали инновациялар, паст харажатлар ва нархлар, маҳсулотнинг юқори сифатига эришиш, бошқача айтганда, бутун иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини ошириш мумкин эмас.

Рақобатни ривожлантириш бўйича чора-тадбирларни амалга ошириш натижалари бўлиб иқтисодий агентлар фаолиятини тартибга солишда бозор механизмлари ролининг кучайиши, бозорга киришдаги маъмурий тўсиқларнинг бартараф этилиши, иқтисодиётнинг барча субъектлари учун рақобат шароитларининг шаклланиши ҳисобланиши лозим. Рақобатнинг ривожланишидаги муҳим стратегик мақсад – истеъмолчи томонидан иқтисодий жиҳатдан мақбул нархларга барқарор равишда сифатли ижтимоий хизматларни олиш имкониятини яратишдан иборат.

Рақобат муҳитини ривожлантиришнинг кўплаб механизмлари мавжуд. Булар – хусусийлаштириш, тартибга солишдан қайтиш, монополиядан чиқариш, кичик ва ўрта тадбиркорликни ривожлантириш ва бошқалар. Улардан фойдаланиш мамлакатнинг тегишли бозорларидаги ҳолатга, иқтисодиётнинг яхлит ривожланиш даражасига, ички ва ташқи омилларнинг таъсирига боғлиқ. Ўзбекистонда қўлланилувчи усулларни кўриб чиқамиз.

Давлат корхоналарини хусусийлаштириш ва монополиядан чиқариш. Бу механизмлар бозорда амал қилувчи рақобатчилар сонини ошириш имконини беради. Амалиёт шуни кўрсатадики, хусусийлаштиришнинг рақобат муҳити шаклланишига таъсири йирик корхоналарнинг рақобатбардош бўлинмаларини мустақил тузилмаларга ажратиш орқали уларни йириклаштиришдан қайтаришни кўзда тутувчи демонополизация жараёни билан уйғунлашган ҳолдагина самарали бўлади.

Мазкур жараёнларни жадаллаштириш мақсадида 2003 йилнинг апрел ойида республика ҳукумати томонидан Корхоналарни давлат тасарруфидан чиқариш ва хусусийлаштиришнинг 2003-2004 йилларга мўлжалланган дастури қабул қилиниб, унга кўра икки йил мобайнида давлат мулкидаги корхоналарнинг 77 фоизи хусусийлаштирилиши лозим. Мазкур дастурни амалга ошириш натижасида корхоналарнинг устав капиталида давлатнинг иштироки кескин қисқаради, уларнинг инвестицион фаоллиги ошади, рақобат шароитлари яхшиланади.

Бу тадбирлар шу билан айниқса аҳамиятлики, хусусийлаштириш ханузгача кўплаб тармоқларда рақобат муҳитини яратишда аҳамиятли ўзгаришларга олиб келгани йўқ. Таркибий ўзгаришлар давомида олдинги тармоқ вазирликлари ўрнига тармоқ хўжалик бирлашмалари ташкил этилди. Бу хўжалик бирлашмаларига ҳукумат шундай кенг ваколатлар бердики, натижада улар давлат томонидан тартибга солиш функциясига эга бўлган «қонуний» монополияларга айландилар. Бу саноатнинг деярли барча тармоқларига, туризм, табиий монополия соҳалари тегишли бўлиб, бу соҳаларда сақланиб қолган тармоқни тартибга солишнинг маъмурий усуллари самарали рақобат муҳитини яратиш учун жиддий тўсиққа айланди. Самарали рақобатнинг вужудга келиши ҳамда бозорларга янги иштирокчиларнинг кириб келишидаги тўсиқларни бартараф этиш. Бу ялли тўсиқлар орқали хўжалик субъектларига товар бозорига кириш ҳамда у ерда бошқа корхоналар билан баравар равишда рақобатлашувга ҳалақит берувчи ҳуқуқий, ташкилий, технологик, иқтисодий, молиявий тавсифдаги барча омиллар тушунилади.

Асосий эътиборни барча даражадаги давлат ҳокимияти органлари фаолияти натижасида пайдо бўлувчи тўсиқлар (солиқ имтиёзи, субсидия ва акция, мутлақ ҳуқуқларнинг тақдим этилиши кўринишида алоҳида фаолият юритувчи субъектларга давлат ёрдами; корхоналар хўжалик фаолиятини тартибга солишнинг маъмурий усуллари кўллаш; стандартлаштириш ва сертификатлаш бўйича мураккаб нормативлар ва оошқалар)ни бартараф этишга қаратмоқ лозим. Масалан, бугунги кунда у ёки бу маҳсулотни ишлаб чиқаришга сертификат олиш таомили бир неча ойларни қамраб олиб, тегишли ҳужжатларни олиш юз мингдан бир неча миллион сўмга қадар (ишлаб чиқарилаётган маҳсулотнинг ассортименти ва турлари сонидан келиб чиққан ҳолда) тушиши мумкин.

14-МАВЗУ. МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТДА РАҚОБАТ МУҲИТИНИ ШАКЛЛАНТИРИШНИНГ ИНСТИТУЦИОНАЛ АСОСЛАРИ

14.1. Иқтисодий институтлар миллий иқтисодиётда рақобат муҳитини шакллантириш сифатида

Бозор иқтисодиётининг қарор топиши унинг инфратузилмасини янада такомиллаштириш ва ривожлантириш заруратини келтириб чиқаради.

Институтлар деганда иқтисодий ва ижтимоий соҳаларда индивидлар ўзаро таъсирини тартибга соладиган расмий (ҳуқуқий мустаҳкамланган), норасмий ва ўз-ўзидан юзага келадиган чегаралар жами тушунилади. Ушбу ўзаро таъсирни рўёбга чиқариш учун рақобат муҳитини ривожлантиришнинг қатор иқтисодий институтлари мавжуд. Булар: хусусийлаштириш, қайта таркибий тузиш, монополиядан чиқариш, кичиқ ва ўрта тадбиркорликни ривожлантириш ва ҳоказолар. Улардан фойдаланиш мамлакатнинг тегишли бозорларидаги рақобат муҳитини, умуман, иқтисодиёт қай даражада ривожланганини белгилайди.

Ўзбекистонда рақобат муносабатларини шакллантиришнинг қуйидаги иқтисодий институтлари қарор топган:

1. Давлат корхоналарини хусусийлаштириш ва монополиядан чиқариш. Мулкчилик муносабатлари ва таркибини ўзгартириш муаммоси – ўтиш иқтисодиёти хос бўлган ҳар бир мамлакат учун муҳим масаладир. Мулкчиликнинг хўжалик тизими сифатидаги ролининг ўзиёқ мазкур соҳадаги ўзгаришларнинг ҳам, умуман ўтиш иқтисодиёти доирасидаги ислохотларнинг ҳам тизимли хусусиятини кўрсатади,

Бундай тизимли таъриф бўйича мулкий муносабатлар соҳасидаги тизимли трансформациянинг асосий босқичларини ҳам янада чуқурроқ тушуниш мумкин.

Биринчи босқич иқтисодий бўлмаган ихтиёрий ҳаракат, яъни техник хусусийлаштиришдан ўзга нарса эмас, унинг муваффақияти эса ижтимоий

келишув (манфаатлар балансини ҳисобга олиш)га боғлиқ. Унинг иқтисодий эмаслиги иккита сабаб билан белгиланади. Биринчидан, расмий техник хусусийлаштириш бошланмасиданоқ бу жараёнда хусусийлаштириш ҳам қонуний ёки ярим қонуний шаклда, ҳам жинойий тарзда ўз-ўзидан тартибсиз кечади. Иккинчи босқичда мулкчилик муносабатларининг бирламчи техник хусусийлаштиришдан кейинги жадал қайта тақсимланиши ва давлатнинг микродаражадаги қайта тақсимланиш жараёнига тартибсиз аралашувининг тартибга солиниши юз беради. Хусусийлаштириш тажрибаси шуни кўрсатадики, корхоналарнинг йириклашишини ҳамда алоҳида рақобатбардош бўлинмаларнинг мустақил тузилма бўлиб ажралишини назарда тутувчи монополиядан чиқариш жараёнлари билан олиб борилгандагина у рақобат муҳитига самарали таъсир кўрсатиши мумкин.

Бошқа иқтисодий институт – бу монополлашган соҳалардаги бошқарув тизимларини ва корхоналарни таркибий қайта тўзиш (реструктуризация)дир. Ўзбекистоннинг аксарият корхоналари таркибий қайта тузилиш керак, аммо, фикримизча, реструктуризация – тизимли ўзгаришлар мажмуаси бўлиб, уларни амалга ошириш корхонанинг ташкилий тузилмасини тубдан ўзгартириш ва унинг бизнеси қийматини оширишни ҳисобга олган ҳолда мавжуд активлар ва жалб қилинган пассивларни бошқаришни ўзгартиришга йўналтирилган. Ушбу жараёнлар:

- корхонанинг ҳақиқий мулкдорлари томонидан ташаббус кўрсатилиши ва амалга оширилиши;
- аниқ мақсадга эга бўлиши;
- корхонанинг алоҳида бўлимларига эмас, бутунлигича тааллуқли бўлиши;
- ҳаммага тушунарли ва бажарилиши мумкин бўлиши керак.

Таркибий қайта тузиш қуйидаги тузилмаларда ишлаб чиқариш дастурини ўзгартиришни ва унга боғлиқ янгиликларни кўзда тутуди:

- ишлаб чиқаришда (ишлаб чиқариш-техник базанинг таркибий қисмлари);

- функционал (ижтимоий меҳнат тақсимоти вазифаларини амалга оширишда);
- ахборот (фойдаланиладиган ахборот тизимларида);
- ташкилий (иқтисодий-ҳуқуқий шакллар ва корхонада қабул қилинган ҳуқуқ ва мажбуриятлар тақсимотида);
- касбий (хизматчиларнинг касб ва малака таркибида);
- молиявий (активлар ва пасивлар).

Ўзбекистон шароитида бошқарув ва хўжалик фаолиятини ажратиш рақобат муҳитини ривожлантиришнинг муҳим иқтисодий институти сифатида намоён бўлади. Ўзбекистонда амалга оширилаётган маъмурий ислохотлар давлат ва минтақавий бошқарув органлари таркибини сезиларли оптималлаштиришга имкон берди ва аппарат сони ҳамда унга хизмат кўрсатиш харажатларининг қисқаришига олиб келди. Кичик бизнесни ривожлантириш рақобат муҳитини яратишнинг муҳим институтларидан биридир. Кичик корхоналар истеъмол бозоридаги талаб ва таклифни яхшироқ ҳис қилади, беқарор иқтисодиёт шароитида ўз фаолияти стратегиясини тезроқ мослаштиради, рақобатни кўллаб туришни кафолатлайди, салмоқли меҳнат ресурсларини сафарбар қилади, иқтисодий ислохотлар даврида йирик корхоналар учун ўзига хос буфер ролини ўйнайди ва уларни инқироздан асрайди.

14.2. Кичик бизнесни ривожлантириш рақобат муҳитини шакллантиришнинг асоси сифатида

Бозор ислохотларини чуқурлаштириш ва иқтисодиётни эркинлаштириш жамиятни демократиялаштириш ва янгилаш, аҳоли фаровонлигини ошириш мақсадига қаратилган бўлиб, рақобатбардош иқтисодиётни ҳар томонлама ривожлантиришни тақозо этади, унда эса кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик алоҳида ўрин эгаллайди. Мамлакатимиз Биринчи Президенти И.А.Каримов таъкидлаганидек: "Ўзбекистонда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришга асосий эътиборни қаратар эканмиз, шу

орқали учта муҳим масалани ечишни кўзда тутамиз. Биринчи масала – яқин беш-ўн йил ичида ушбу соҳада ялпи ички маҳсулотнинг 50-60 фоизини ишлаб чиқаришга эришиш. Иккинчи масала – бу соҳани ривожлантириш аҳолини иш билан таъминлаш ва унинг даромадлари ўсишининг энг муҳим манбаларидан бирига айланиши лозим. Доимий диққат марказимизда туриши керак бўлган учинчи масала – мамлакатимиздаги сиёсий, иқтисодий ва ижтимоий барқарорликнинг пойдевори бўлмиш кичик ва ўрта мулкдорлар синфини шакллантиришдан иборат".¹

Тадбиркорлик субъектлари, ўзининг мослашувчанлиги ва нисбатан кам капитал ҳаржлиги туфайли йирик корхоналарга қараганда ишлаб чиқаришни модернизациялаш ва маҳсулот турини янгилашни муваффақиятлироқ таъминламоқда, бозор талабига тезроқ мослашмоқда, аҳоли бандлиги масаласини ҳал қилмоқда. Ўзбекистоннинг демографик хусусияти шундан иборатки, мамлакатда аҳоли ўсиш суръатлари анча юқори бўлиб, аҳолининг 60 фоиздан ортиғи қишлоқда яшайди, шунинг учун бандликни таъминлаш масаласи анча долзарб аҳамият касб этади.

Ўзбекистонда бизнес-муҳитни ривожлантиришга халал бераётган асосий камчиликларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

1. Тадбиркорлар ва аҳолидан ундириладиган солиқ ставкаларининг юқорилиги. Кўп сонли солиқлар ва тўловлар корхона даромадининг 90 фоизигача етмоқда, оқибатда кичик корхоналар қанчалик муҳим хўжалик аҳамиятига эга бўлмасин, инқирозга юз тутмоқда.

2. Тадбиркор манфаатларига етарлича эътибор берилмаслиги. Бозор иқтисодиётини барпо этиш мантиқан "пастдан-юқорига" – тадбиркор манфаатларидан уни рўёб қиладиган ва унга хизмат қиладиган марказлашган бозор инфратузилмаси (солиқ, кредит сиёсати, банклар, биржалар ва ҳоказо) томон ҳаракатни тақозо этади.

3. Тадбиркор учун тадбиркорлик фаолиятини бошлашга бошланғич капитални шакллантириш манбаларининг деярли йўқлиги. Кредитлаш

¹ Манба: Халқ сўзи, №28, 10.02.2004 й.

масаласи тадбиркорларнинг кўпчилиги учун муаммолидир, чунки фоиз ставкалари жуда юқори ва тижорат банклари катта таваккалчилик борлиги ҳамда кафолатнинг йўқлиги сабабли бизнесга пул тикишни истамайди.

Маҳаллий кичик тадбиркорликнинг ўзига хос белгиси шундан иборатки, бугунги кунда айнан шахсий, якка тартибдаги бизнес субъектлари сонининг ўз-ўзидан ортиши юз бермоқда, бошқа кичик тадбиркорлик шакллари эса анча секин ривожланмоқда. Юридик шахс ташкил қилмасдан фаолият юритувчи кичик тадбиркорлик субъектлари юридик шахс ташкил қилган субъектларга нисбатан кўпроқ давлат имтиёзларига эга. Якка тартибдаги тадбиркорлик бошқа кичик тадбиркорлик субъектлари учун жиддий рақобатчига айланмоқда, бу эса уларнинг кейинги ривожига салбий таъсир кўрсатади ва турли хўжалик юритиш шаклларидаги кичик корхоналарнинг ўз-ўзидан йўқ бўлиб кетишига олиб келади. Демак, кейинчалик тадбиркорлик фаолиятини якка тартибда юритиш фойдали бўлиб қолади.

14.3. Ўзбекистонда рақобатбардош қимматли қоғозлар бозорини ривожлантириш муаммолари

Ҳар қандай мамлакат бозорининг рақобатбардошлиги концептуал жиҳатдан умуман олганда иккита асосий ва мажбурий таркибий қисмдан – товарлар рақобатбардошлиги ва кўрсатиладиган хизматлар рақобатбардошлигидан иборат.

Қимматли қоғозлар бозоридаги товар – бу қимматли қоғозлардир. Маълумки, ҳар қандай қимматли қоғознинг рақобатбардошлиги корхона – эмитентнинг рақобатбардошлиги билан, унинг товар, пул ва бошқа бозорларда, жумладан, чет эл бозорларида рақобат қила олиши қобилияти билан узвий боғлиқликда қаралиши керак. Бошқача айтганда, бу ерда гап муомалага чиқарилаётган қимматли қоғозларнинг сифати ҳақида кетяпти. Бу фонд бозори рақобатбардошлигининг, айтайлик, ички томонидир.

Қимматли қоғозлар бозорида кўрсатилаётган хизматлар рақобатбардошлигига келсак, бунда биз фонд бозорининг миллий

профессионал иштирокчиларининг қимматли қоғозлар бозорида нархи, сифати ва муддатлари бўйича жаҳон андозаларига мос хизмат кўрсатишини, бозорнинг ҳам ички, ҳам ташқи иштирокчиларини қониқтиришини тушунамиз. Бу – фонд бозори рақобатбардошлигининг ташқи томонидир.

Республикамиз қимматли қотозлар бозоридаги товарнинг сифати ҳақида қуйидагиларни айтиш мумкин. Маълумки, бундай товарлар акциялар, облигациялар, депозитли сертификатлар ва ғазна мажбуриятларидир. Агар ўз вақтида (1996-1999 йиллар) давлатнинг қисқа муддатли облигациялари ички инвесторлар учун фонд бозорининг жуда оммабоп ва катта фойда берувчи воситаси бўлган бўлса, ҳозирги вақтда улар ўзининг жозибадорлигини йўқотган, чунки ушбу қимматли қоғозларнинг даромадлиги анча пасайиб кетган. Бунга яна инфляциянинг таъсирини қўшадиган бўлсак, хўжалик субъектлари бундай қимматли қоғозларни сотиб олишдан фойда кўрмайди. Шунинг учун уларни қимматли қоғозлар бозоридаги рақобатбардош товар сифатида қабул қилиш тўғри бўлмайди.

Умуман олганда эса, мамлакатимиздаги давлат қимматли қоғозлар бозорини муваффақиятли ривожлантириш учун юқорида тилга олинган базанинг мавжудлигига қарамай, уни рақобатбардош деб атаб бўлмайди.

Ўзбекистон фонд бозорининг муайян рақобатбардошликка даъво қилувчи муҳим ва истиқболли бўғинлари, фикримизча, корхоналар акция ва облигациялари бозори (корпоратив қимматли қоғозлар бозори деб ҳам аталади) ва депозитли сертификатларнинг бирламчи бозоридир.

Маҳаллий қимматли қоғозлар бозорининг рақобатбардошлигини ошириш муаммоси нуқтаи назаридан уларнинг ликвидлигини, биринчи галда, акциялар ликвидлигини ошириш муҳим аҳамиятга эга. Қимматли қоғозларнинг ликвидлиги бозорнинг барча иштирокчилари фаоллигини белгиласа, унинг ўзи эмитентларнинг молиявий аҳволига бевосита боғлиқ. Акциядор жамият фаолияти қанчалик яхши, барқарор бўлса, унинг акциялари ликвидлиги ҳам шунчалик юқори бўлади ва улар фонд биржасида ва биржадан ташқари бозорларда шунчалик тез сотилади, акцияларнинг

рақобатбардошлиги ҳам шунчалик юқори бўлади.

Шуни назарда тутиш керакки, маҳаллий акциядорлик жамиятларининг аксарияти давлат корхоналарини хусусийлаштириш йўли билан ташкил қилинган. Корхонани хусусийлаштириш жараёни корхона мулки қийматини баҳолаш, таъсис ҳужжатларини тайёрлаш, акциялар эмиссияси (бланклар учун пул тўлаш ёки депозитарий хизматлари учун ҳисоб-китоб қилиш), консалтинг хизматларга боғлиқ бўлган муайян қўшимча харажатларни тақозо қилади. Корхона хусусийлаштирилгандан сўнг нодавлат тузилмага айланиб, илгариги имтиёзлардан фойдаланмайди ва хўжалик юрителигининг бозор тамойиллари бўйича ишлайди. Бошида мулкчиликнинг хусусий шаклига эга бўлган янги хўжалик субъекти банкдан кредит олишда, ўз маҳсулотини сотишда ҳам ашё, бутловчиларни зарур рентабелликни таъминлайдиган нархларда сотиб олишда қийинчиликларга учрайди.

Мана шу объектив сабаблар туфайли, шунингдек, ижроия ташкилотларнинг саводсиз хатти-ҳаракатлари оқибатида акциядор жамиятларда катта кредиторлик қарзи, солиқлар бўйича қарздорлик, бюджетдан ташқари фондларга бадаллар ва бошқа тўловлар бўйича қарздорлик пайдо бўлади, ривожланиш учун айланма маблағлар бўлмайди. Айрим корхоналарда солиқлар бўйича қарзлар устав фонди қийматида ҳам ошиб кетади. "Эски" қарзлар рентабелли молиявий жадвал ишлаб чиқишга йўл қўймайди.

Маҳаллий қимматли қоғозлар бозорининг рақобатбардошлигини оширишда фонд бозорининг маҳаллий ва хорижий иштирокчиларига, инвесторлар ва эмитентларга кўрсатилаётган сервис хизматларини тўғри мувофиқлаштириш муҳим аҳамиятта эга.

15-МАВЗУ. РАҚОБАТНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ЗАМОНАВИЙ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ

15.1. Ўзбекистон иқтисодиёти рақобатбардошлигини оширишда модернизация жараёнларининг ўрни

Миллий хўжаликлар барқарор ривожланишининг муваффақиятли стратегияси, энг аввало, рақобатбардош иқтисодий тизимнинг реал шароитларини холисона баҳолаш ва уни тушуниб етиш ҳамда бошқариш механизмининг янги методологик йўналишларини ишлаб чиқишга боғлиқдир. Турли даражада ривожланган иқтисодий тизимлар фаолият юритишининг ва иқтисодиётнинг барқарор ривожланишига таъсир кўрсатадиган барча омилларни эътиборга олувчи бозор муҳитининг қатъий талаби сифатида рақобатбардошликни тан олишга асосланган тизимли методологик ёндашув миллий иқтисодиётни такомиллаштиришнинг тўлиқ тизимини ташкил этишга имкон яратади. Жаҳон талабларининг ўзгариб турувчи шароитларида бундай йўналишлар иқтисодий тизимларни либераллаштириш ва давлатларнинг миллий рақобатбардош устуворликларидан фойдаланиш ҳамда ўз иқтисодиётини такомиллаштиришни амалга ошириш муаммоларини биринчи навбатдаги вазифалари қаторига киритадилар.

Республикада иқтисодий модернизация динамикаси ишлаб чиқариш муносабатлари ва иқтисодий алоқаларнинг ўзгаришида, жаҳон бозорининг таркибий қисми сифатида миллий бозорнинг шаклланишида, Ўзбекистон иқтисодиётининг тузилмавий қайта қуришда акс этаётган иқтисодий плюрализм томонига жамиятнинг ҳаракатланишини кўрсатмоқда.

Ўзбекистонда модернизация жараёнининг ўзига хослиги ҳам бир қатор хусусиятларни олдинга сурмоқда. Жамиятимизда сўз фақат иқтисодиётнинг ра-қобатбардошлигини ошириш томонига ўзгариш ҳақида эмас, балки миллий иқтисодиётни эркинлаштириш ва унинг вазифаларини марказлашишдан холис қилиш, яъни иқтисодий хавфсизликни таъминлаб бера ола-диган янги давлатчиликни ва самарали иқтисодиётни яратиш

тўғрисида ҳам бормокда.

Глобаллашув жараёнлари билан бирга кузатиладиган иқтисодиётдаги таркибий ислохотлар бир текис бўлмаган тавсифга эга. Бунда молия ва товар бозорлари, меҳнат ва капитал бозорлари тубдан ўзгаради. Бўларнинг барчаси эса, ўз навбатида, коммуникация оқимлари тузилмалари ва институтларнинг ўзаро муносабатлари бўйича юзага келган хусусиятларини ҳам сезиларли тарзда ўзгартириб юборади.

Ўзбекистонда бозор иқтисодиётига ўтиш жараёнлари ва унинг макроиқтисодий динамикага таъсирини таҳлил қилиш натижасида ўтиш даври мобайнида миллий иқтисодиёт ривожланишининг учта асосий босқичи аниқланди.

I босқич. Бозор асосларини яратиш ва иқтисодиётнинг босқичма-босқич ўзгариши (1991 йилдан 1996 йил охиригача). Бунда Ўзбекистоннинг Шарқий Европа ва МДХнинг бошқа мамлакатларидан фарқ этувчи ўзига хослиги – иқтисодий ислохотларнинг тадрижий характери ва ижтимоий-иқтисодий барқарорликни сақлаб қолинганлигидадир. Ислохотларнинг дастлабки йилларида ҳукуматнинг асосий кучи бозор иқтисодиётининг меъёрий-ҳуқуқий базаси ва институционал асосларини яратишга сафарбар этилди, давлат бошқарув органларининг вазифалари тубдан ўзгартирилди ва кичик ҳамда хусусий бизнесни ривожлантириш учун барча шароитлар яратиб берилди.

II босқич. Ташкилий-ҳуқуқий базанинг яратилиши, давлатнинг тузилмавий-инвестиция сиёсатини ўтказишдаги иштироки, бозор ислохотларининг босқичма-босқичлиги. Ўзбекистонда бир вақтда учта йирик ва мураккаб муаммо ҳал этилди. Бу – иқтисодиётда институционал ва тузилмавий қайта қуришлар макроиқтисодий ва молиявий барқарорликни таъминлаш (1996-2000 йиллар).

III босқич. Бозор ислохотларини чуқурлаштириш ва иқтисодиётни либераллаштириш (2001 йилдан ҳозиргача). Бу босқич бошқаларидан, энг аввало, валюта бозорини эркинлаштириш ва солиқ жараёнларининг ка-

майтирилиши бўйича ташланган катта қадамлари билан ажралиб туради.

Бунда товарлар экспорти ва импорти билан шуғулланувчи тадбиркорларни қайд қилиш тадбирларининг соддалаштирилиши; Ташқи иқтисодий алоқалар, инвестиция ва савдо вазирлигида импорт бўйича битимларни аввалдан рўйхатдан ўтказиш тадбирининг бекор қилиниши; рақобатбардош тайёр истеъмол товарлари ишлаб чиқарувчи, хорижий инвестициялар киритилган, қўшимча қиймат солиғидан ташқари бюджетга ажратиладиган барча турдаги солиқ ва тўловлардан озод қилинган корхоналарнинг ишлаб чиқаришини рағбатлантириш бўйича қўшимча тадбирларнинг қабул қилиниши; турли операциялар ва ахборот алмашинуви ягона электрон тизимининг яратилиши айниқса муҳим.

15.2. Иқтисодиётдаги интеграция жараёнларининг мамлакат иқтисодиёти рақобатбардошлигига таъсири

Иқтисодий интеграция товарлар савдосини эркинлаштиришдан бошланиб, учинчи мамлакатларга нисбатан умумий божхона тарифларини яратишни ҳам ўз ичига олади, шунингдек, ишлаб чиқариш омилларининг давлатларо эркин ҳаракати билан тўлдирилган ҳолда макроиқтисодий сиёсатни бир хиллаштириш ва давлатлар устидан бошқарув органларини яратиш билан тугалланади. Интеграция бирлашмалари сонининг тез суръатларда ўсишига қарамай, уларнинг аксари қисми ташкил топишнинг бошланғич босқичларидадир.

МДҲ мамлакатларида шўъба корхоналарининг очилиши фаол тарзда сотиш талаб этиладиган товарлар савдосини кенгайтириш, шартномалар бўйича ўз вақтида ва тўлиқ равишда етказиб берилган товарлар учун ҳеч бир тўсиқсиз ҳисоб-китоб қилиш муаммоларини ҳал этишга имкон яратади.

Саноат-техник аҳамиятдаги маҳсулотлар бўйича ТМҚни машинасозлик маҳсулотлари, шунингдек, мураккаб ассортиментдаги маҳсулотлар ишлаб чиқариш бўйича ташкил этиш мақсадга мувофиқдир. Бунда филиалларнинг

рентабеллигини белгилаш учун МДХнинг мос мамлакатларида сотиладиган ресурслар ҳажмини аниқлаб олиш талаб этилади.

ТМК ҳуқуқий ҳолатини белгилашда БМТ томонидан ТМК ва ҳукуматлар ўртасидаги муносабатлар мажмуасини тартибга солиб турувчи ҳужжатлар ишлаб чиқилишини ҳам эътиборга олиш тақозо этилади. Уларда барча давлатлар учун очиқ бўлган глобал механизм, яъни ўзига хос тартиблар мажмуасини яратиш кўзда тутилади. Хусусан, у ТМКнинг қуйидаги тамойил, мақсад ва вазифаларини назарда тутди:

- миллий суверенитетни тўлиқ ҳурмат қилиш;
- давлатларнинг табиий ресурслари, моддий бой-ликлари ва иқтисодий фаолияти устидан ажралмас суверенитети;
- ички ва ҳукуматлараро муносабатларга аралашмаслик;
- давлатнинг ТМК фаолиятини тартибга солиш ва назорат қилиш, фойдани тақсимлашда қатнашиш ва ҳудудида жойлашган хорижий мулкни миллийлаштириш ҳуқуқи;
- халқаро ҳуқуқдан фойдаланиш, адолатли тартиб ва қонуний фаолиятни ҳимоя қилиш. Миллий тартиб ривожланиш соҳасидаги миллий иқтисодий режа ва мақсадларга мос келган тақдирда ТМКга ҳавола этилади.

Фан-техника тараққиёти омилларининг қиёсий таҳлили жаҳон тажрибасидан ўтган ривожланиш моделларида асосий фарқ қилувчи омилларни аниқлашга имкон беради. Бу бир томондан, фан, таълим ва кўп илм талаб қилувчи тармоқларни ривожлантиришга асосланган динамик ўсишдир. Урушдан кейинги даврларда бу Япония ва Германияда, 80-йилларда Жанубий-Шарқий Осиёнинг янги индустриал мамлакатларида кўзатилган. Бошқа тарафдан, мазкур даврда мақбул инновация муҳитини ярата олмаган, фан ва таълим тизимлари таназзулига олиб келган инфляция ўсиши Лотин Америкаси мамлакатлари учун хос бўлган. Ишлаб чиқариш ва капиталнинг глобаллашуви шароитида миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлиги алоҳида аҳамият касб этади.

Глобаллашув даврида очиқ иқтисодиётга эга мамлакатларнинг

ривожланиши халқаро иқтисодий муносабатларнинг турли шаклларида фойдаланишнинг интенсивлигига боғлиқ бўлиб, халқаро иқтисодий муносабатларнинг ҳар бир йўналиши мамлакат рақобатбардошлигини таъминлашда алоҳида ўрин эгаллайди. Жаҳон иқтисодиёти ривожланишининг ҳозирги босқичида халқаро даражадаги рақобат муҳитига мослашиш ва рақобатбардошликни таъминлаш жараёни ҳар бир мамлакат иқтисодиёти олдида турган муҳим вазифалардан бири ҳисобланади. Бу борада мамлакатимиз иқтисодиёти олдида турган муаммоларни тизимли асосда бартараф этиш муҳим устувор аҳамиятга эга эканлиги тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2018 йил 28 декабрдаги Олий Мажлисга Мурожаатномасида қуйидагича тўхталиб ўтган эди: «Бугун биз шиддат билан ўзгариб бораётган замонда яшамокдамиз. Дунё миқёсида манфаатлар кураши, рақобат тобора авж олиб, халқаро вазият кескинлашиб бормоқда. Биз келгуси йил учун амалий режалар тузар эканмиз, халқаро майдондаги ана шундай мураккаб вазиятни ҳисобга олган ҳолда, тараққиётимизнинг устувор йўналишларини аниқ-равшан белгилаб олишимиз зарур.

Юқоридаги ҳолатлар миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигининг товар ва хизматлар, корхоналар, тармоқлар, ҳудудлар ва мамлакат даражасидаги омилларидан самарали фойдаланишга доир муаммоларни тизимли тартибда ўрганиш тадқиқ этиш масаласини долзарб аҳамиятга эга эканлигидан далолат беради.

Шу билан бирга, Ўзбекистонда иқтисодиётнинг рақобатбардошлик муаммоси, мамлакатнинг стратегик жиҳатларини ишлаб чиқиш учун етарли даражада аниқ англаб етилмаган. Иқтисодиётнинг рақобатбардошлиги ривожланган мамлакатларнинг макродаражадаги иқтисодий сиёсатининг асосий муаммоси ҳисобланади. Бунда мамлакатларнинг рақобатбардошлик мезони тизим ривожланишининг макро- ва микроиқтисодий даражалари нуқтаи назаридан шаклланади. Агар, биринчи ҳолатда, у мамлакатнинг макроиқтисодий доираси, унинг технологик ва институционал ривожла-

нишига тааллуқли бўлса, микроиқтисодий ёндашув нуқтаи назардан эса миллий компанияларнинг фаолияти ва стратегияси ҳамда миллий бизнес-муҳит сифати баҳоланади.

15.3. Глобаллашув ва Ўзбекистоннинг жаҳон хўжалигига интеграциялашувининг боғлиқлиги

Замонавий глобаллашув жараёни аввалги интеграция жараёнларидан маълум қадар фарқ қилади. Энг аввало, бу жуда кўп мамлакатларнинг савдо, молия, инвестиция ва ахборотлар учун ўз чегараларини очишида кўринади. Нафақат ривожланган мамлакатлар, балки ривожланаётган мамлакатлар ҳам ўз иқтисодиётларида умумжаҳон тамойилларига мувофиқ равишда ислохотлар ўтказмоқдалар.

Замонавий ахборот технологиялари ишлаб чиқарувчилар билан истеъмолчилар ўртасида жисмоний муносабатлар заруриятини камайтирди ва аввал халқаро бозорларда сотишнинг иложи бўлмаган баъзи хизматларни савдо объектига айлантиришга имкон берди. Бунда товар ва хизматлар айланмаси бўйича харажатлар анча қисқарди.

Замонавий дунёда мамлакатларнинг тутган ўрни, бугунги кунда, энг аввало инсон капиталининг сифати, таълим ҳолати ва ишлаб чиқаришда фан ва техникадан фойдаланиш даражаси билан белгиланади. Ишчи кучи ва хом ашё ресурсларининг сероблиги хозиги кунда рақобат афзаллиги сифатида кўрилмайди, чунки маҳсулот таннархининг яратилишида бу омилларнинг улуши камайиб бормоқда.

Инвестиция жараёнлари ва ҳодисаларининг ўсиб бораётган ўзаро боғлиқлиги сифатида эътироф этиладиган глобаллашув натижасида, нафақат ўзаро, балки давлат билан тенг асосларда биргаликда ҳаракат қилувчи жаҳон капитали, халқаро корпорациялар, халқаро инвестиция институтлари, трансмиллий бошқарув тузилмалари босими остида секин-аста миллий давлат суверенитети емирилиб боради. Глобаллашувнинг бу жиҳати мазкур жараённинг ҳозирги замон босқичи учун айниқса хос.

Нафақат ривожланиш даражаси, балки жаҳон хўжалиги ва халқаро меҳнат тақсимотига (ХМТ) жалб этилганлик даражаси бўйича ҳам турлича бўлган тизимларнинг ўзаро таъсири жаҳон хўжалигининг энг муҳим муаммоси ҳисобланади. Ҳозирги замон жаҳон иқтисодиётининг ўзига хос хусусияти – интеграция, бунинг устига умумий, яъни капитал, ишлаб чиқариш, меҳнат интеграцияси.

Сўнгги йилларда интеграция янги мамлакат ва минтақаларни қамраб олди ва қуйидаги йўналишлар бўйича ривожланмоқда:

- ишлаб чиқариш кучларининг байналмилаллашуви;
- халқаро меҳнат тақсимотининг байналмилаллашуви;
- моддийлашган товарлар бўйича анъанавий халқаро савдо хусусиятининг сифат ўзгариши ва кўламининг кенгайиши;
- турли мамлакатларда иқтисодий фаолиятнинг чатишиб кетиши ва ўзаро боғлиқлигини таъминловчи молиявий ва ишлаб чиқариш ресурсларининг халқаро миқёсда кўчиб юриши;
- хизмат кўрсатиш соҳасининг ривожланиши;
- илмий-техник билимлар билан халқаро алмашинув;
- ишчи кучининг халқаро миграцияси;
- замон талабларидаги глобал муаммолар (табиатни муҳофаза қилиш, Дунё океани, космосни ўзлаштириш, ривожланаётган мамлакатларнинг оч аҳолисига ёрдам кўрсатиш ва бошқалар)ни ҳал этишга йўналтирилган халқаро ҳамкорлик.

Интеграция иқтисодий ривожланиш даражаси бўйича яқин бўлган миллий хўжаликларнинг барқарор иқтисодий муносабатлари ва меҳнат тақсимоти ривожланишининг объектив жараёнидир. Ташқи иқтисодий айирбошлаш ва ишлаб чиқариш соҳасини қамраб олган ҳолда, у миллий хўжаликларнинг зич чатишиб кетиши, минтақавий хўжалик мажмуаларининг яратилишига олиб келади.

Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишнинг зарурияти бозор муносабатлари ривожланишининг замонавий босқичида рақобат

курашининг кескинлашуви, асосан хом-ашё экспортига қаратилган стратегиянинг жиддий чекланиши орқали юзага келади. Тайёр маҳсулот ва хизматларни халқаро бозорларга олиб чиқиш жараёни иқтисодиётда жиддий таркибий ўзгартиришларга асосланган инновацион ва илмий-техник омилларни 3 ўзлаштириш заруриятини келтириб чиқаради. Ўзбекистон иқтисодиётини ривожлантиришнинг амалдаги босқичи замонавий бозор муносабатларини шакллантириш орқали глобализацион иқтисодий тизимнинг турли поғоналарида рақобатбардошликнинг юқори даражасини таъминлаш муаммосини долзарблаштиради. Иқтисодиёт ва унинг тармоқларини модернизация қилиш, техник ва технологик янгилаш ушбу тармоқларда ишлаб чиқаришни диверсификациялашга олиб келади, пировардида мамлакат, корхона ва маҳсулотнинг ички ва ташқи бозордаги рақобатбардошлиги таъсирида аҳолининг иш билан бандлиги ортади, унинг турмуш даражаси юксалади ҳамда мамлакатнинг барқарор иқтисодий ўсиш суръатлари таъминланади. Мамлакатда амал қиладиган иқтисодий тизим ва мамлакатнинг иқтисодий ривожланганлик даражаси миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини таъминлаш омилларидан самарали фойдаланиш имкониятларини шакллантириш учун хизмат қилади. Шу сабабли, ривожланган, ривожланаётган, қолоқ мамлакатлар иқтисодиёти учун рақобатбардошликни таъминлаш омиллари турли аҳамият касб этади. Ушбу жараённи қуйидаги гуруҳлаш орқали кўриш мумкин:

I. Ривожланган мамлакатлар иқтисодиётида рақобатбардошликни таъминлаш омиллари:

- техник ва технологик тараққиётнинг юқори даражаси;
- ишлаб чиқариш жараёнининг илмий ва инновацион ривожланиши;
- аҳолининг саводхонлик ва саломатлик даражасининг юқори суръатлари;
- иқтисодий фаолият субъектларининг ахборот-коммуникация тизими орқали юқори интеграциялашуви;
- бозор инфратузилмасининг сифати ва самарадорлик даражасининг

юқорилиги;

- ички бозор сиғимининг юқори даражаси;
- қулай инвестицион ва инновацион муҳитнинг юқори суръатлари ва бошқалар.

II. Ривожланаётган мамлакатлар иқтисодиётида рақобатбардошликни таъминлаш омиллари:

- ишчи кучи сураътининг юқори даражаси;
- капитал самарадорлигининг юқори суръати;
- табиий ресурс салоҳиятини юқори даражада ўзлаштирилиши;
- меҳнат сиғими ва самарадорлигининг ортиб бориши;
- иқтисодиётнинг тармоқ ва соҳаларида юқори ўсиш суръатларининг техник ва технологик тараққиёт даражасига боғлиқлиги;
- инвестицион муҳитнинг юқори даражаси ва бошқалар.

II. Қолоқ мамлакатларда рақобатбардошликни таъминлаш омиллари:

- меҳнат ресурсларининг юқори даражаси;
- ўзлаштирилмаган табиий ресурс салоҳияти ва бошқалар.

Юқоридагилар билан бир қаторда миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигининг ортиши қуйидаги шарт-шароитларни тақозо этади:

- миллий иқтисодиётининг очиқлик даражаси;
- экспорт диверсификацияси;
- макроиқтисодий ва сиёсий барқарорлик ҳолати;
- ишбилармонлик муҳитини;
- иқтисодий фаолият субъектларининг бозор кучлари таъсири остидаги хатти-ҳаракати ва бошқалар.

Сўнгги йилларда мамлакатимизда миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини ошириш шарт-шароитларини яратиш ва омилларидан самарали фойдаланишга юқори даражада эътибор қаратилинганлиги сабабли, хорижий инвестицияларни жалб этиш ва ўзлаштириш суръати кескин ортди. 2018 йилнинг январь-декабрь ойларида Ўзбекистон Республикасида иқтисодиёт ва ижтимоий соҳани ривожлантириш учун жами молиялаштириш

манбалари ҳисобидан 107333,0 млрд. сўм, (доллар эквивалентида 13,3 млрд. АҚШ долл.) ёки 2017 йилга нисбатан 118,1 фоиз асосий капиталга инвестициялар ўзлаштирилди. Марказлашган молиялаштириш манбалари ҳисобидан 2017 йилга нисбатан 159,9 фоиз ёки 34448,4 млрд. сўм (жами инвестициялар ҳажмининг 32,1 фоизи ёки ўтган йилдаги кўрсаткичига нисбатан 8,6 фоиз пунктга кўп) асосий капиталга инвестициялар ўзлаштирилди, мос равишда, марказлаш- маган молиялаштириш манбалари ҳисобидан 72884,6 млрд. сўм ёки 105,3 фоизни ташкил этди .

Мамлакатимизнинг экспортга йўналтирилган устивор тармоқларини эркинлаштириш ва модернизациялашга қаратилган чора-тадбирлар натижасида экспорт таркибида сезиларли сифат ўзгаришлари рўй берди. Шунинг билан бир қаторда жаҳон бозори конъюктурасига мос равишда таклиф ҳажмининг билдирилиши, рақобат муҳитини қўллаб-қувватлашга қаратилган чора-тадбирлар тизимининг муттасил амал қилиши, экспортга йўналтирилган тармоқларда эркин нархлар тизимининг жорий этилиши каби бир қатор ҳолатлар экспортни диверсификация қилишга кенг кўламли имконият яратди

Халқаро иқтисодий интеграция (ХИИ) – алоҳида миллий хўжаликлар ўртасидаги барқарор ўзаро муносабатларнинг чуқур ривожланиши ва меҳнат тақсимотига асосланган равишда мамлакатларнинг иқтисодий ва сиёсий бирлашиши, улар иқтисодиётининг турли даражада ва турли соҳаларда биргаликда фаолият кўрсатиш жараёнидир..

Ҳозирги замон жаҳон иқтисодиётида иккита асосий йўналиш мавжуд:

1. Мамлакатлар ўртасидаги иқтисодий алоқаларнинг ривожланиши, савдони эркинлаштириш, замонавий коммуникация ва ахборот тизимларининг, жаҳон техник стандарт ва меъёрларининг яратилиши натижа-сида жаҳон хўжалигининг яхлитлашуви, глобаллашувининг кучайиши.

2. Минтақавий даражада мамлакатларнинг ўзаро иқтисодий яқинлашуви ва фаолияти, жаҳон хўжалигининг нисбатан мустақил марказларини яратиш

йўналишида ривожланаётган йирик минтақавий интеграция тузилмаларининг шаклланиши.

Жаҳон хўжалик тизими доирасида интеграция, савдони янада эркинлаштириш йўлидаги кадам ёки, аксинча, савдо оқимлари йўлидаги чеклашлардан иборат бўлиб қолмаётганлиги нуқтаи назаридан баҳоланиши керак. Замонавий жаҳон хўжалиги жуда хилма-хил. Унинг таркибига ўзининг ижтимоий тузилмаси, сиёсий таркиби, ишлаб чиқариш кучлари ва муносабатларининг ривожланганлик даражаси, шунингдек, иқтисодий муносабатларнинг кўламлари ва усуллари, шунингдек, хусусиятлари билан фарқ қилувчи давлатлар киради.

Шунга боғлиқ равишда, глобал жараёнлар билан бирга кузатиладиган барқарор ривожланиш иқтисодий муносабатларни тартибга солишнинг мамлакат ичида, давлатлараро ва халқаро даражалардаги янги қирраларини шакллантиришни мақсад қилиб кўяди. Шу сабабли, бозор ислоҳотларини янада чуқурлаштириш шароитларида рақобатбардошлик ва иқтисодиётни ривожлантиришнинг барқарорлиги масалалари миллий хўжалик юритиш назарияси ва амалиётида энг муҳим ўринни эгаллайди.

15.4. Иқтисодиётни эркинлаштиришнинг ҳозирги замон ёндашувлари

Ҳар қандай иқтисодиётнинг ўзига хос хусусиятлари ва тарихий ривожланиш босқичлари мавжуд бўлиб, бу жараёнлар иқтисодиётнинг муайян бир ҳолатини белгилаб беради. Ривожланаётган мамлакатларда ҳам иқтисодий соҳалар фаолиятини тубдан қайта қуриб чиқиш мақсадида иқтисодий эркинлик даражаси масалаларига асосий эътибор қаратилади ва иқтисодиётни эркинлаштириш борасида турли тадбирларни амалга оширишга йўл тутилади.

Иқтисодиётни эркинлаштириш – бу иқтисодиётга давлатнинг тўғридан-тўғри аралашуви даражасини пасайтириш ҳисобланади. Бунинг учун, энг аввало, давлатга қарашли бўлган мулкни давлат тасарруфидан чиқариш ва

хусусийлаштириш жараёнларини амалга ошириш, ишлаб чиқариш соҳасидаги чекловларни камайтириб бориш, солиқ юкини пасайтириш, савдо-сотик эркинлигини кенгайтириш, даромадлар бозорга хос қоидалар асосида тақсимланишига эришиш, эркин нархларга ўтиш, ташқи иқтисодий фаолиятга эркинлик бериш кабиларни талаб этилади.

Эркинлаштириш жараёнининг моҳияти унинг вазифалари орқали янада тўлароқ намоён бўлади. Бу жараёнда асосий эътибор хўжалик юритувчи субъектлар эркинлиги ва иқтисодий мустақиллигини таъминлашга қаратилади. Чунки иқтисодий манфаатдорлик ва соғлом рақобат каби бозор дастаклари таъсири остида ҳаракат қилувчи хўжалик субъектининг фаолияти фақат муайян эркинлик ва мустақилликлар таъминланган шароитдагина самарали бўлади.

Иқтисодиётни эркинлаштириш янги корхоналарнинг бозорда эркин пайдо бўлишини, янги фирмалар рўйхатга олинишининг соддалиги ва енгиллигини, янги фирмалар ишлаб чиқарган маҳсулотларнинг маҳаллий ва хорижий бозорларда эркин ҳаракат қилишини, хомашё етказиб берувчилар ва мижозлар эркин танланишини тақозо қилади.

Иқтисодий ҳаётни эркинлаштириш бозор иқтисодиёти ва бозор муносабатлари амал қилишининг зарурий шартидир. Чунки бозор иқтисодиётининг муҳим тамойиллари тўлиқ амал қилиши учун иқтисодий ҳаётни эркинлаштириш талаб этилади. Иқтисодиётнинг эркинлиги бир қатор муҳим сифат белгиларига эга. Улардан энг асосийси товар ишлаб чиқарувчи нима ишлаб чиқаришни, бунинг учун қандай технологиядан фойдаланишни ва кимга сотишни ўзи мустақил равишда белгилашидир. Шунингдек, яратилган маҳсулот ёки хизмат турини танлаш, харид қилиш ёки хизмат қилиш ёки қилмаслигини харидор ҳам ихтиёрий ва мустақил равишда ўзи белгилайди. Шунингдек, товар айирбошлаш, яъни олди-сотди қилиш муқобилликларига эга бўлади. Шу боис, бозорга чиқарилган товарни олди-сотди қилиш сотувчи билан харидорнинг эркин ва ихтиёрий муносабатига

асосланади, уни чеклаш ва тақиқлаш моҳиятан бозор муносабатларининг ривожланишига тўсқинлик қилади.

Бозор иқтисодиёти иқтисодий якка ҳокимликни инкор қилиб, товар ишлаб чиқарувчилар, сотувчилар ва харидорларнинг эркин ўзаро рақобатини тақозо этади. Бозорда ишлаб чиқарувчи эмас, балки истеъмолчи, яъни харидор ўз шартини қўяди. Товар эгалари, сотувчилар уни сотиш орқали харидорни ўзига қаратишга интилади. Ишлаб чиқарувчилар бозорга кишилар эҳтиёжини қондириш ва фойда олиш учун зарур миқдор ва турда товар ҳамда хизматларни сотишлари лозим бўлади.

Бозор бир-бирининг ўрнини босадиган ва тўлдирадиган товарларга тўла бўлганлиги сабабли харидорлар танлаш эркинлигига эгадирлар. Товарларни айирбошлаш, олди-сотди, албатта, пул воситаси орқали юз бериши керак. Олди-сотди эса эркин ва рақобат асосида ташкил топган нархлар орқали олиб борилади. Бозорда нимага талаб ошиб борса, шу тармоқ кенгайиб боради. Товарни ишлаб чиқариш ва олди-сотди жараёнлари бозор ҳамда давлатнинг иқтисодиётни тартиблаш воситалари орқали тартибга солинади. Давлат бозор механизмининг, яъни қиймат, талаб ва таклиф, пул муомаласи қонунларининг амал қилиши натижасида вужудга келадиган нохушликларнинг салбий таъсирини камайтириш ва уларнинг амал қилишлари учун тегишли шароитлар яратиш, бозор муносабатлари доирасида ишлаб чиқариш мумкин бўлмаган ижтимоий неъматларни ишлаб чиқариш вазифаларини бажаради. Лекин давлатнинг фаолият доираси ва иқтисодиётга аралашуви чекланган бўлади.

Бозор иқтисодиёти шароитида иқтисодий ҳаётнинг эркинлиги бозор қонунларининг эркин амал қилишида, иқтисодий фаолият ва танлаш эркинлигининг мавжудлигида, давлатнинг иқтисодиётга аралашуви чекланганлигида ва асосан билвосита, яъни иқтисодий воситалардан фойдаланган ҳолда иқтисодиётни тартиблаш шароитларида ўз ифодасини топади.

Ўзбекистон Республикасида бозор муносабатларига ўтиш шароитида иқтисодий ҳаётни эркинлаштириш бозор иқтисодий қонунларининг, иқтисодий фаолиятнинг ва танлаш эркинликларининг амал қилиши учун шарт-шароитлар яратиш орқали хўжалик юритувчи субъектлар ва фуқароларга кенг иқтисодий эркинликлар бериш ҳамда уларнинг хўжалик фаолиятига давлатнинг аралашувини зарурат даражасида чеклашни англатади. Эркинлаштириш нафақат бозор муносабатлари субъектларининг ҳуқуқ ва ваколатларини кенгайтиришни, шу билан бирга, уларнинг ўз фаолиятлари учун иқтисодий, молиявий ва маъмурий масъулиятини оширишни ҳам ифодалайди.

Республикамизда амалга оширилаётган иқтисодий ислохотлар мулкни давлат тасарруфидан чиқариш ва хусусийлаштириш орқали янада эркинлаштиришга йўналтирилган. Ўтиш даврида тартибга солинадиган ижтимоий йўналтирилган бозор иқтисодиёти босқичма-босқич шакллантирилмоқда. Бунинг натижасида давлатнинг иқтисодиётдаги улуши камайиб, нодавлат сектор салмоғи ортиб бормоқда. Аммо ҳали ҳам хусусий мулкчилик ва тадбиркорлик фаолиятларининг эркин ривожланишига тўсиқлар ва давлатнинг иқтисодиётга маъмурий йўл билан аралашувининг кўламлари кенглигича қолмоқда.

Иқтисодиётни эркинлаштиришнинг моҳиятини очиб беришда унинг ўзига хос объектив мавжудлигини кўриб чиқиш лозим бўлади. Иқтисодий эркинлик кишилик жамиятига хос белги бўлиб, унинг ҳар бир даврга мос даражаси мавжуд. Иқтисодий эркинликнинг икки жиҳати мавжудлигига эътибор қаратиш мақсадга мувофиқдир:

1. Умумиқтисодий жиҳати, яъни иқтисодий мустақил бўлиш кишилик жамиятининг ҳамма босқичлари ва бўғинларига хос ҳодиса ҳисобланади.

2. Иқтисодий жиҳати, яъни яшаш учун, истеъмолни тўлароқ қондириш учун иқтисодий неъматларга кўпроқ эгалик қилишнинг объектив тарзда мавжудлиги.

Иқтисодиётни эркинлаштиришнинг ўзи иқтисодий тизим эркинлигини изоҳловчи тушунча ҳисобланади. Унинг моҳиятини очиб бериш учун иқтисодий эркинликнинг бош мезонлари нималардан иборат эканлигини аниқлаб олишимиз керак бўлади. Бу мезонларнинг иқтисодиётда амал қилишини ва турли соҳаларга тадбиқан ўзига хос хусусиятларини очиб бериш иқтисодиётни эркинлаштириш жиҳатларига баҳо бериш имконини яратади. Иқтисодиётни эркинлаштириш ва иқтисодий эркинлик мезонлари, улар мазмуни куйидагилардан иборат:

1. Хусусий мулкчилик ва иқтисодиётда хусусий секторнинг устуворлиги. Бу бош мезон, чунки мулки йўқ субъект мустақил бўла олмайди, эркин фаолият юрғиза олмайди. Мулксизлик иқтисодий ташаббусни заифлаштиради ва иқтисодий хатти-ҳаракатлар чекланишига сабаб бўлади. Оқибатда иқтисодий фаоллик бўлмай, иқтисодий тушкунлик келиб чиқишига олиб келади. Мулкдор бўлиш эса мулк соҳибининг манфаатини юзага чиқаришга интилиш, иқтисодий фаолликни юзага келтиради. Мулккий мустақилликни индивидуал хусусий мулк билан чеклаб бўлмайди, чунки мулккий таркибнинг муҳим бўғини корпоратив хусусий мулк ҳам ҳисобланади. Хусусий сектор ўзгалар мулкни ижарага олиш асосида ҳам ривожланиши мумкин. Шу боис, хусусий секторнинг иқтисодиётдаги ҳиссаси унинг ресурсларга эгалик қилишдаги ҳиссасидан юқори бўлади.

2. Иқтисодиётнинг монополлашув даражаси. Монополиялар бозор иқтисодиёти ривожининг табиий маҳсули, лекин уларнинг фаолияти эркинликни чеклайди. Монопол рақобат шароитида эркинлик камроқ чекланса, соф монополия шароитида чекланиш миқёси анча кенг бўлади. Монополлашув даражаси, монополияларни, жумладан, табиий монополияларнинг товар ва хизматлар яратиш ва уларни сотишдаги ҳиссаси белгилайди, аммо ҳиссанинг ўзи кифоя этмайди, чунки энг муҳими монополиянинг нарх белгилашга таъсир эта олишидир. Шу жиҳатдан қаралганда, эркинлик даражасини монопол ҳокимиятнинг нақадар тарқалганлиги орқали ҳам аниқлаш мумкин.

3. Давлатнинг иқтисодиётга аралашуви даражаси. Давлатнинг иқтисодиётга аралашуви мезони шундайки, бу иш бозор механизмининг эркин амал қилишига ҳалақит бермаслиги талаб этилади. Шу нуқтаи назардан, эркинлик жиддий чекланади. Давлатнинг иқтисодиётдаги мавқеини икки омил тавсифлайди: биринчиси, давлат секторининг ЯИМни яратишдаги ҳиссаси, иккинчиси, давлат истеъмолининг ЯИМдаги ҳиссаси. Иккинчи кўрсаткич биринчисидан юқори бўлади. Давлат истеъмоли эркинликнинг якуний кўрсаткичи эмас, чунки у нисбатан юқори бўлгани ҳолда эркинлик кучли бўлиши мумкин ва буни давлатнинг ижтимоий вазифалари изоҳлаб беради.

4. Нарх-наво эркинлиги. Нарх – бозор механизмининг асосий воситаси. Унинг қандай шаклланишига қараб эркинликни тавсифлаш мумкин. Эркинлик талабига мукамал рақобатли бозордаги нархлар мос тушади, чунки улар эркин равишда ҳеч бир тазйиқсиз талаб ва таклифга қараб шаклланади. Монопол нархлар, жумладан, давлатнинг моносония нархлари бозор эркинлигини чеклайди. Аммо давлатнинг ҳар қандай харид нархлари эркинликка зид деб бўлмайди. Агар давлат нархи бозордаги талаб ва таклиф таъсирига берилиб шаклланса, у эркинликни чекламайди. Давлат нархлари монопол, айниқса, моносония нархи шаклига кирганда, эркинлик доираси тораяди.

5. Ташқи иқтисодий фаолият эркинлиги. Бу иқтисодиёт субъектларининг эндоген муносабатлар қуришдаги мустақиллигини англатади. Эркин иқтисодий тизимда бу муносабатлар йўлидаги маъмурий тўсиқлар минимумга келтирилади, улар иқтисодий хавфсизликни таъминлаш даражасида сақланиб қолади. Эркинликнинг мазкур жиҳатини лицензия ва квоталарнинг оз ёки кўплиги, божхона тўловларининг экспорт ва импортдаги ҳиссаси белгилайди.

6. Даромад топиш эркинлиги. Эркин иқтисодий тизимнинг белгиси – бу субъектлар (фирма, хўжалик, ташкилот ва бошқалар) учун қонуний йўл билан даромад топишдаги чекланишларнинг бўлмаслиги. Бу тизимда

даромадларнинг юқори чегараси бўлмайди, бой бўлиш тақиқланмайди, аммо камбағалларнинг кўпайишига ҳам йўл берилмайди. Даромад топиш эркинлиги иқтисодиётнинг ижтимоий йўналиши кучли бўлишини ҳам таъминлаши керак.

1-жадвал.

**Эркин иқтисодиёт асосида ривожланаётган мамлакатларда
иқтисодий эркинликни тавсифловчи кўрсаткичлар³⁹**

/р	Кўрсаткичлар	Кўрсаткичнинг тавсифи	Иқтисодиётнинг эркинлик даражасини изоҳловчи белгилар
.	Ялпи ички маҳсулотда хусусий секторнинг улуши	Миқдор	80-90 фоиз
.	Хўжалик юритувчи субъектларнинг ҳуқуқлари ва эркинлиги	Сифат	Мустақил эркинликлари кафолатланган
.	Ички хўжалик муносабатлари ва ишлаб чиқаришни бошқаришнинг бозор қоидаларига мослиги	Сифат	Бозор тамойилларига асосланади
.	Тадбиркорлар томонидан нақд пул маблағларининг эркин тасарруф этилиши	Сифат	Эркин тасарруф этилади
.	Тадбиркорлик фаолиятининг бозор инфратузилмалари билан таъминланганлиги	Сифат	Хизматлар тўлиқ таъминланади
.	Ресурсларга эга бўлишда рақобатнинг амал қилиш даражаси	Сифат	Соғлом рақобат муҳити мавжуд
	Хусусий	Миқдор	65-70 фоиз

³⁹ Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран. М.: /пер. с англ. – Международные отношения, 2008,

.	тадбиркорлик ва кичик бизнесда банд бўлганлар улуши		
.	Хусусий тадбиркорлар ва кичик бизнес субъектларининг мамлакат экспортидаги улуши	Микдор	40-50 фоиз
.	Нархларнинг шаклланиши	Сифат	Нарх бозорда шаклланади ва бозор томонидан тартибга солинади
0.	Корхона ташкил этиш, фаолият турига рухсат бериш	Сифат	Жараён ўта соддалаштирилган
1.	Тадбиркорларни молиявий кўллаб-қувватлаш	Сифат	Молиялаш тизими барқарор ва кредит олиш механизми соддалаштирилган

1-жадвал маълумотларидан кўриш мумкинки, иқтисодиётни эркинлаштиришда хусусий тадбиркорлик ва кичик бизнес субъектларининг иқтисодиётдаги улуши салмоқли ҳиссани ташкил этиши керак. Демак, иқтисодиётнинг эркинлаштирилиши хусусий тадбиркорликнинг ривожланиши ва унинг иқтисодиётдаги таъсири ҳал қилувчи поғонага чиқишига олиб келиши шарт.

Иқтисодий эркинлик, энг аввало, мулк шакллариининг турли-туманлиги билан боғлиқдир. Мулкый плюрализм хўжалик юритиш шакллариининг хилма-хиллигини таъминлайди. Даромад топишда мулкнинг иштироки, унинг моддий ёки меҳнат шакллариининг қатъи назар, бозор талаби доирасида амал қилиб боради. Бунда, бир томондан, иқтисодиёт субъектларининг ўзаро ҳамкорлигида мураса юзага чиқса, иккинчи томондан, максимум даромадга

эга бўлиш борасида рақобат келиб чиқади. Оқибатда ресурслар сарфига ва унинг натижасига биноан иқтисодий фаолият натижаси юзага чиқади.

Мамлакатимиз иқтисодчи олимларидан Ё.Абдуллаев жамиятни эркинлаштиришни тавсифловчи кўрсаткичлар тизимини ишлаб чиқиш бўйича ўз тавсияларини берган. Унинг фикрича, “либерализация” тушунчаси нафақат ижтимоий-иқтисодий, балки жамиятдаги сиёсий жараёнларни ҳам ўз ичига олади. Олим “либерализация” тушунчасининг миқдорий ифодаси жамият эркинлиги индекси орқали ифодаланишини кўрсатиб ўтади. Бундан эркинлаштириш даражаси ҳам бир қатор омиллар таъсирида бўлишини, хусусан, иқтисодиётни эркинлаштириш кўрсаткичига, ижтимоий фаровонликка ва мамлакатдаги сиёсий тизимга ҳам боғлиқлигини кўриш мумкин.

Хулоса қилиш мумкинки, миллий иқтисодиётдаги эркинлаштириш кўрсаткичлари жамият ижтимоий-иқтисодий омилларга, тизим шароитига ва мамлакатда ҳукм сураётган ижтимоий-иқтисодий жараёнларга ҳам бевосита боғлиқ бўлади.

Хуллас, иқтисодиётнинг эркинлаштирилиши ва иқтисодий эркинлик қуйидагиларнинг таъсирида бўлади:

– хусусий мулк мавқеи ва таъсир доирасининг ортиб бориши унинг иқтисодиётда етакчи кучга айланишини таъминлайди;

– кичик ва ўрта бизнеснинг ривожланиши ҳисобига иқтисодий барқарорликни таъминлаш учун объектив иқтисодий вазият ва механизм яратилиб борилади;

– кўчмас мулк олди-сотди муносабатларининг авж олиши ҳисобига жамиятда мукдорлар синфининг таркибий қисми сифат жиҳатдан ўзгариб боради ва мулкий табақаланишнинг янги ҳолати шаклланади;

– миллий ва хорижий инвестицияларнинг мамлакат иқтисодиётига жалб қилиниши реал шаклда амалга оширилиши учун моддий имкониятлар кенгайиши кузатилади;

– мамлакатда экспорт ўрнини қопловчи ишлаб чиқариш таркибининг шаклланиши ва амал қилиши бозор турларининг янада ривожланишига ҳамда улар ихтисослашувининг кучайишига олиб келади;

– ишлаб чиқарувчиларнинг бозор талаби доирасида кучли табақалашуви соғлом рақобат муҳитининг қарор топишини таъминлайди;

– мамлакатнинг экспорт салоҳияти ва қудрати ортиши натижасида унинг жаҳон бозоридаги таъсири кучайиб боради.

Юқорида таъкидланган ижобий ўзгаришларни амалга ошириш иқтисодиётни эркинлаштириш жараёнида босқичма-босқич таъминланади. Иқтисодий эркинлик иқтисоднинг ривож топишига ва иқтисодий барқарорликни мустаҳкамлашга хизмат қилади. Давлатнинг бундаги роли, албатта, эркинлик тамойилларига асосланган ҳолда иқтисодиётни тартибга солувчи бевосита, билвосита ва маъмурий усуллар орқали иқтисодий ўсишга замин яратиш ҳисобланади.

ГЛОССАРИЙЛАР

Атамаларнинг ўзбек тилида номланиши	Атамаларнинг инглиз тилида номланиши	Атамаларнинг рус тилида номланиши	Атаманинг маъноси
Аванс	Prepaid expense	Аванс	бирор иш эвазига кейинчалик ҳисоб-китоб қилиш шарти билан олдиндан бериладиган пул, маҳсулот, озиқ-овқат ва ҳ.к.
Агентлик операциялари	agency operations	Агентские операции	бир томоннинг топшириғи билан келишилган ҳудудда иккинчи (агент) томон амалга оширадиган олди-сотди билан боғлиқ бўлган амалий ва ҳуқуқий ҳаракатлар.
Антимонопол қонунчилик	Antitrust	Антимонопольные законы	иқтисодиётда яқка ҳукмронлик мақеига эга бўлган бирор бир фаолият турига қарши давлатнинг кураш сиёсатидан иборат.
Асосий капитал	Main capital	Основной капитал	ишлаб чиқариш жараёнида бир неча йил давомида иштирок этувчи ва ўз қийматини тайёрланаётган маҳсулотга қисман ўтказиб борувчи меҳнат воситаларидир
Айланма капитал	Working capital	Оборотный капитал	. хом ашё материаллар, энергетика ресурсларида моддийлашган ва бир ишлаб чиқариш циклида сарфланувчи, ўз қийматини тайёрланган маҳсулотга тўлиқ кўчирувчи капитал.
Аукцион	Auction	Аукцион	«ким ошди» савдоси, очиқ савдо қилиш. бу савдо давомида маҳсулотни энг юқори нарх бўйича кўтарган харидор сотиб олади.
Биржа котировкаси -	Stock quotes	Биржевые котировки	биржалар орқали сотиладиган маҳсулотлар баҳоси. ҳар бир биржа уларни маълум тизимга солади ва чоп этади. одатда, бу эрталабки ва кечки савдо (биржа сессияси) бошланишига ва тугашига мўлжаллаб чоп этилади.
Бозор сегменти.	Market segmentati on	Сегментация рынка	бозорда савдо-сотикнинг шарт-шароитига қараб кўпгина бўғинларга ажратишидир

Бозор конъюктураси	market conditions	Конъюнктура рынка	айрим бозорларда муайян ҳолатларнинг мавжудлиги. бозор конъюктураси муайян даврдаги бозор ҳолати, бозорда мувозанатнинг мавжудлиги ёки бўзилганлиги билан характерланади
Девальвация	Devaluation	Девальвация	мамлакат савдо тўлов балансининг кескин ёмонлашуви, валюта резервининг ҳолдан тойиши, халқаро валюта бозорида миллий валюта кўрсининг пасайиши билан боғлиқ ҳолда миллий пул бирлиги қийматининг расмий равишда пасайтирилиши.
Дивиденд	Dividend	Дивиденд	акционер, акция эгасининг даромади ; акционерлик жамияти фойдасининг бир қисми.
Дотация	subsidy	Дотация	ташкilot, корхоналарга давлат томонидан бериладиган ёрдам пули, моддий ёрдам, кўшимча тўлов. асосан зарарни қоплаш ва бошқа мақсадлар учун ишлатилади.
Интеграция	Integration	Интеграция	мустақил хўжалик фаолиятининг миллий, минтақа ва халқаро миқёсда ўзаро кўшилиб яхлит хўжалик тизимини ташкил этиши.
Инновация	Innovation	Инновация	янгиликни жорий қилиш, фан-техника ютуқларини бошқариш ва ташкил қилиш соҳасидаги янгиликлар мажмуи.
Истеъмол савати	Consumer basket	Потребительская корзина	муайян озиқ-овқат, саноат моллари ва хизматларнинг тирикчиликни таъминлаш учун етарли бўлган миқдори.
Иш кучининг халқаро миграцияси	International labor migration	Международная миграция рабочей силы	меҳнат ресурсларининг анча қўлай шароитда иш билан таъминланиши мақсадида бир мамлакатдан бошқасига кўчиб ўтишини билдиради.
Ипотека	Mortgage	Ипотека	қарз, кредит олиш учун бирор-бир муайян кўчмас мулкни (ер, иморат ва ҳоказо) гаровга қўйиш.
Иқтисодий ресурслар	economic resources	Экономические ресурсы	табiiй, инсоний, моддий, молиявий ва интеллектуал ресурслардан иборат.

Калькуляция	calculation	Калькуляция	маҳсулотнинг ўлчов бирлигини ёки бажарилган ишнинг таннархини ҳисоблаш.
Клиринг	Clearing	Клиринг	тозалаш, равшанлаштириш)-ўзаро талаб ва мажбуриятларни ҳисобга олиб, амалга ошириладиган нақд пулсизҳисоб-китоб тизими. мамлакат ичидаги к. банклар ўртасидаги тўловларни, нақд пулсиз ҳисоб-китобларни ўз ичига олади. халқаро ҳисоб-китобларда к. келишувлар (клиринг келишувлари, валюта к.) кўринишида амалга оширилади. давлатлараро ўзаро қарзларини тилла ва валютага ўтказмасдан савдо-сотик талабларига кўра амалга оширадilar. масалан, пахта толаси ўрнига унинг қийматига тенг миқдорда машина, асбоб-ускуна олиш.
Консорциум	Consortium	Консорциум	корхоналарнинг вақтинча ташкил этилган бирлашмалари, улар одатда молиявий ишлар юзасидан ташкил этилади. унда давлат, банклар, молиявий муассасалар, йирик фирмалар эштирок этади
Концерн	Concern	Концерн	ишлаб чиқариш диверсификацияси асосида таркиб топадиган йирик, кўп тармоқли корпорация. улар аста-секин саноат монополиясининг етакчи шаклига айланади.
Монополия	Monopoly	Монополия	яккаҳоқимлик; 2) ишлаб чиқаришни марказлаштириш оқибатида юзага келадиган катта бирлашма (картель, синдикат, трест, концерн, консорциум конгломерат ва шу кабилар). ушбу бирлашма ўз ичига ишлаб чиқаришни, хизмат кўрсатишни, маҳсулот сотишнинг кўп қисмини мужассамлаштиради, шу соҳада ўзини ҳукмрон мавқеини ўрнатади.
Монополиядан	marketing	Управление	давлат томонидан тармоқ бозорида

чиқариш	Management	маркетингом	рақобат муносабатларини ривожлантиришга кўмаклашувчи тартиб-қоидаларини жорий этилиши.
Баҳо	cost of	Стоимость	баҳо - товар қийматининг пулда акс этиши, бозор иқтисодиётига асосланган жамият хўжалик механизмида амал қилувчи иқтисодий дастак. н. фақат таннархга эмас, балки талаб ва таклиф, шунингдек товарнинг ижтимоий фойдалилиги, сифати ва бошқа товарлар ўрнини боса олиши, муомаладаги пулнинг харид қобилиятига ҳам боғлиқ.
Пул тизими	Structure of money	Структура денег	товар муомиласининг ривожланишининг натижаси бўлиб, давлатлар томонидан қонунчилик асосида мамлакатда пул муомаласини ташкил этиш.
Протекционизм	Protectionism	Протекционизм	миллий иқтисодиётни бошқа давлатлар билан бўладиган рақобатдан божхона тўсиқларини жорий қилиш, мамлакатга чет эл товарлари, хизмат турлари ва капиталларини кириб келишини чеклаш йўли билан ҳимоя қилиш ва сақлашга йўналтирилган.
Рақобат	Competition	Конкуренция	юқори фойда олиш мақсадида маҳсулотни ишлаб чиқариш ва сотиш учун ишлаб чиқарувчилар ўртасидаги кураш
Реклама	Advertising	Реклама	товар ёки кўрсатиладиган хизмат тўғрисидаги холис ахборот, уларни кўпроқ сотиш мақсадида харидорларга уларнинг хоссалари, афзалликлари ва сотиб олиш шартларини етказиш. р. махсус фирмалар орқали амалга оширилади ва юқори даромад манбаи ҳисобланади.
Савдо агенти	Trading agent	Торговый агент	бир ёки бир қанча корхоналар товарларини шартнома асосида сотадиган вақил
Тариф ставкаси	Tariff rate	Тарифная ставка	тегишли иш тоифасига эга бўлган ишчининг меҳнатига тўланадиган ҳақ миқдорини белгилаб беради.

Товар белгиси	Trademark	Товарный знак	муайян фирма товарларига кўйиладиган белги. тб (савдо маркаси) фақат маълум фирмага тегишли бўлади ва уни бошқа фирмалар ўз товарларига кўяолмайдилар
Франчайза	franchisee	Франчайза	фойдаланиш учун тайёр корхона, фирма ёки машҳур фирма маҳсулотининг савдо маркасидан фойдаланилган ҳолда амалга оширилувчи бизнес юритиш усули.
Фьючерс операциялари	Futures transactions	Фьючерсные операции	биржаларда амалга ошириладиган савдо-сотик операциялари. бу операциялар шартнома тўзилганидан сўнг ишлаб чиқариладиган ёки етиштириб бериладиган маҳсулотлар бўйича амалга оширилади. одатда, ушбу шартнома тўзилгандан сўнг буюртмачи бажарувчига аванс тариқасида маълум суммани ўтказиб беради.
Эмбарго	Embargo	Эмбарго	чет эл товарларини киритиш ёки чиқариш, олиб чиқиб кетишни давлат томонидан таъқиқлаш ёки чет давлатга қаршли мулкни вақтинча тўхтатиб туриш, таъқиқлаш.
Эмиссия	Emission	Эмиссия	муомалага банк билетлари, пул ва қимматбаҳо қоғозларни чиқариш, давлатнинг эмиссия банклари томонидан амалга оширилади. э. асосан давлат бюджетдаги камомадни тўлдириш, издан чиққан пул муомаласини тиклаш мақсадида ўтказилади.

Фойдаланиладиган адабиётлар рўйхати

I. Ўзбекистон Республикаси қонунлари

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. Т.: «Ўзбекистон», 2011. - 406.
2. Ўзбекистон Республикаси Қонуни. Тадбиркорлик фаолияти соҳасидаги рухсат бериш тартиб-таомиллари тўғрисида. №ЎРҚ-341 2012 йил 20 декабрь.
3. Ўзбекистон Республикасининг Қонуни. Рақобат тўғрисида. №ЎРҚ-319. 2012 йил 6 январь.

II. Ўзбекистон Республикаси Президент фармонлари ва қарорлари, Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари

4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 14.01.2019 йилдаги ПФ-5630-сонли “Давлат активларини бошқариш, монополияга қарши курашишни тартибга солиш тизимини ва капитал бозорини тубдан такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони
5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 17.01.2019 йилдаги ПФ-5635-сонли 2017—2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича ҳаракатлар стратегиясини «Фаол инвестициялар ва ижтимоий ривожланиш йили»да амалга оширишга оид давлат дастури тўғрисида”ги Фармони.
6. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 07.02.2017 йилдаги ПФ-4947-сонли [“Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”](#)ги Фармони
7. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. 29.12.2018 йил.
8. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2015 йил 4 март ПФ-4707 — сонли “2015—2019 йилларда ишлаб чиқаришни таркибий ўзгартириш, модернизациялаш ва диверсификациялаш чора-тадбирларини таъминлаш тўғрисида.”ги Фармони.

9. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2015 йил 15 май ПФ 4725-сонли "Хусусий мулк, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ишончли ҳимоя қилишни таъминлаш, уларни жадал ривожлантириш йўлидаги тўсиқларни бартараф этиш чора-тадбирлари тўғрисида"ги [Фармони](#).

10. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 24.01.2019 йилдаги ПҚ-4126-сонли “Монополияга қарши курашиш қўмитаси фаолиятини ташкил этиш тўғрисида”ги Қарори .

11. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш. М. Мирзиёев Қарори “хусусийлаштирилган корхоналар билан ишлаш самарадорлигини ошириш чора-тадбирлари тўғрисида 8.04.2017

12. Мирзиёев Ш.М. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик – ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қондаси бўлиши керак. Ўзбекистон республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2016 йил яқунлари ва 2017 йил истиқболларига бағишланган мажлисидаги Ўзбекистон Республикаси Президентининг нутқи. //Халқ сўзи газетаси. 2017 йил 16 январь.

13. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2017 йил 19 сентябрь куни Бирлашган Миллатлар Ташкилоти Бош Ассамблеясининг 72-сессиясида сўзлаган нутқи. // Халқ сўзи газетаси. 2017 йил 21 сентябрь.

14. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 02.02.2017 йилдаги ПҚ-2751-сонли

[“Республикада банк пластик карточкалари асосида нақд пулсиз ҳисоб-китоб тизимини янада ривожлантириш учун қулай шарт-шароитлар яратиш чора-тадбирлари тўғрисида”](#)ги Қарори.

15. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 01.02.2017 йилдаги 44-сонли [“Хўжалик юритувчи субъектлар томонидан хорижий валютадаги тушумни мажбурий сотиш тартибига ўзгартириш ва қўшимчалар киритиш тўғрисида”](#)ги Қарори.

16. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 31.01.2017 йилдаги ПҚ-2746-сонли [“Кичик ва хусусий тадбиркорликни микрокредитлаш тизимини янада кенгайтириш ва соддалаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”](#)ги Қарори

17. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2010 йил 26 ноябрь ПҚ-1438 сонли “2011-2015 йилларда республика молия-банк тизимини янада ислоҳ қилиш ва барқарорлигини ошириш ҳамда юқори халқаро рейтинг кўрсаткичларига эришишнинг устувор йўналишлари тўғрисида”ги Қарори.

Ш. Ўзбекистон Республикаси Биринчи Президенти И.А. Каримовнинг асарлари.

1. Каримов И .А. “Бош мақсадимиз – мавжуд қийинчиликларга қарамасдан, олиб бораётган ислохотларни, иқтисодиётимизда таркибий ўзгаришларни изчил давом эттириш, хусусий мулкчилик, кичик бизнес ва тадбиркорликка янада кенг йўл очиб бериш ҳисобидан олдинга юришдир”. 2015 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ҳамда 2016 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси. –“Халқ сўзи”, 2016 й, 17 январь.

2. 2015 йилда иқтисодиётимизда туб таркибий ўзгаришларни амалга ошириш, модернизация ва диверсификация жараёнларини изчил давом эттириш ҳисобидан хусусий мулк ва хусусий тадбиркорликка кенг йўл очиб бериш – устувор вазифамиздир. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислон Каримовнинг мамлакатимизни 2014 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ва 2015 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси. // “Халқ сўзи” газетаси, 2015 йил 17 январь.

IV. Дарсликлар

1. Б.Ю. Ходиев, Шодмонов Ш.Ш., Иқтисодиёт назарияси. Дарслик. – Т.: IQTISOD-MOLIYA, 2017. – 783 б. Тошкент “Barkamol fayz media”
2. Майкл Портер. Конкўрентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкўрентов. 5- издание. Издательство-Альпина Паблицер, 2016 г. 456 с.
3. Майкл Портер. Международная конкўрентия. Конкўрентные преимущества стран. Издательство-Альпина Паблицер, 2017 г. 947 с.
4. Michael E. Porter. Competitive strategy: Techniques Analyzing Industries and Competitors. The free press. New York London Toronto Sydney Singapore. 2017 y. 840 p.
5. Чиркунов Олег Анатольевич Государство и конкўрентия; Новое литературное обозрение (НЛО) - М., 2016. - 277 с.
6. Кулешова А. Б. Конкўрентия в вопросах и ответах; ТК Велби, Проспект - М., 2016. - 256 с.
7. Овчинников, В. В. Глобальная конкуренция. М.: Институт экономических стратегий, 2016. - 360 с.

V. Ўқув кўлланмалар

8. Алимов Р.О., Расулев А.Ф., Қодиров А.М. “Ўзбекистон иқтисодиётининг рақобатбардошлигини ошириш муаммолари: назария ва амалиёт”. Монография.Т.:CONSAUDITINFORM - NASHR, 2006. – 438 б.
9. Арментано, Доминик Антитраст против конкўрентии / Доминик Арментано. - М.: ИРИСЭН, 2017. - 432 с.
10. Кирцнер Израэл Конкўрентия и предпринимательство; Социум - М., 2016. - 1425 с.
11. “Теория конкўрентии” учебное пособие для студентов экономических специальностей Саратов: Изд-во «Саратовского государственного университета им Н.Г.Чернышевского», 2014. – 80с
12. М.Е.Porter. The Competitive Advantage of Nations. – Free Press; 1 edition (Jun 1 1998). – 896 p. 3. П.Р.Кругман , Обстфельд М. Международная

экономика: Теория и политика – М.: Экон. Фак. Моск.гос. ун-та: ЮНИТИ, 2007. 769 с.

13. Г.Л.Азоев, А.П. Челенков Конкўрентные преимущества фирмы. - М.: ОАО «Типография «Новости», 2003. - 256 с

14. Р.А.Фатхутдинов Конкўрентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: Инфра-М, 2000. – 312 с.

15. Ш.Д. Эргашходжаева Халқаро рақобат. Ўқув қўлланма. - Т.: ТДИУ, 2013 й.-328 б.

16. А.В.Вахабов, Д.А.Таджибаева, Ш.Х.Хажикакиев. Жаҳон иқтисодиёти ва халқаро иқтисодий муносабатлар. Ўқув қўлланма.- Т.: Молия, 2011. - 708 б.

Интернет сайтлари

17. www.gov.uz – Ўзбекистон Республикаси ҳукумат портали.

18. www.gkk.uz Ўзбекистон Республикасини Хусусийлаштирилган корхоналарга кўмаклашиш ва рақобатни ривожлантириш давлат қўмитаси сайти

19. www.lex.uz – Ўзбекистон Республикаси Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси.

20. www.economist.com

21. www.webofscience.com

22. www.tradingeconomics.com

23. <http://grad-schools.usnews.rankingsandreviews.com/best-graduate-schools/top-humanities-schools/economics-rankings>

24. **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.**

25. **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.**

М.Т.ЯХШИЕВА

**ҲОЗИРГИ ЗАМОН РАҚОБАТ
НАЗАРИЯСИ**

(Ўқув қўлланма)

Тошкент: Иқтисодиёт, 2019