

**Ўзбекистон Алоқа, Ахборотлаштириш ва Телекоммуникация
Технологиялари Давлат Қўмитаси**

Тошкент Ахборот Технологиялари Университети

“АКТ Соҳасида И ва М” факултети
”Менежмент ва маркетинг” кафедраси

“Алоқа корхоналарини ташкиллаштириш ва режалаштириш”
фанидан

Курс иши

**Мавзу: Алоқа корхоналарини рақобатбардошликни баҳолаш
усуллари**

Гуруҳ: 120-11Мў
Бажарди: Саидов Ж.
Қабул қилди: Тўхтасинова Г.

Курс иши тақризга
топширилган сана
_____ 2014й

Курс иши тақриздан
қайтарилган сана
_____ 2014й

Курс иши ҳимоя қилинган сана: _____

КОМИССИЯ АЪЗОЛАРИ: _____

Имзо _____
_____ 2014й

Имзо _____

Баҳо “ _____ ”

Тошкент - 2014

Мундарижа:

I. Кириш.....	3
II. Асосий қисм:	
1. Рақобат ва унинг турли хил стратегик усулларида фойдаланиш.....	5
2. Корхона рақобатбардошлигини баҳолаш мазмуни.....	8
3. Махсулот ёки хизмат кўрсатиш рақобатбардошлигини баҳолаш ва уни аниқлаш усуллари.....	9
4. Корхонанинг рақобатбардошлик даражасини таҳлил қилиш усуллари.....	16
III. Амалий қисм:	
• ОАТ «Алоқабанк» мисолида корхона рақобатдошлиги таҳлилин кўриб чиқамиз.....	19
Хулоса.....	31
Фойдаланилган адабиётлар.....	32

Кириш:

Маълумки, ҳозирги кунда инсоният ахборотлаштириш соҳасида ҳақиқий инқилобий ўзгаришлар даврини бошидан кечирмоқда, бунинг натижасида эса умумжаҳон ахборотлашган ҳамжамияти шаклланимоқда. Бу ўзгаришлар асосини ахборотлаштириш, телекоммуникация ва компьютер технологиялари конвергенцияси негизида ахборотни узатиш ҳамда истеъмолчига етказиб беришнинг энг замонавий ва самарали воситалари дунёга келатганлиги ташкил этади. Оқибатда **“XI аср — ахборотлашган жамият асри”** деб эътироф этилди, яъни ахборотнинг тез ва сифатли айланишини таъминлаш мамлакат тараққиёти ва рав-нақининг бош мезонига айланмоқда.

Мамлакат мустақиллигининг биринчи йилларидаёқ Республика Президенти И. Каримов: «Биз яқин йиллар давомида алоқа ва телекоммуникация ривожига бўйича жаҳон стандартлари даражасига кўтарилишимиз лозим. Ривожланган коммуникация тизими бўлмаса, Ўзбекистоннинг келажаги бўлмайди. Биз буни аниқ ҳис қилишимиз лозим»,— деб ёзган эди.

Алоқа соҳасидаги хусусийлаштиришнинг, рақобат ва тўғридан-тўғри чет эл инвестицияларининг афзалликларини тушуниб, улардан фойдаланаётган мамлакатлар сони тобора ортиб бораётгани сайин, соҳанинг ўсиш динамикаси, ривожланиши ва халқаро тус олиши кенгайиб бормоқда. Майда миллий бозорлар борган сари бошқа мамлакатларнинг бозорлари билан алоқаларини ривожлантирмоқда, бу эса технологиялар тезкорлик билан алмашилиши ва рақобат ривожланишига шартшароит яратмоқда. Алоқа компаниялари ўртасида тегишли келишувлар сони кўпайгани сайин, тармоқларга уланганлик учун анъанавий халқаро тарифлар тобора камроқ қўлланилмоқда. Бундан ташқари, чет эл компанияларининг ўз тармоқларини ривожлантиришга ;аратилган инвестициялари олдинги бошқариладиган иқтисодиётда иложи бўлмаган ривожланиш вариантларини танлаш имконини бермоқда.

Алоқа соҳасини ривожлантиришда чет эл инвестициялари ва компанияларнинг халқаро бирлашмалари катта ўрин тутди. Кейинги пайтларда амалга оширилаётган симсиз алоқа технологияларига ўтиш рақобатни ривожлантиришга ҳамда иқтисодиётни ислоҳ қилиш даврида телекоммуникациялар соҳасига мамлакатимиз ва чет эл фирмаларини жалб этишга кўмаклашади.

Ахборот-коммуникация технологияларининг бутун дунёдаги сингари Ўзбекистонда тобора ортиб бораётган аҳамияти, бу соҳа субъектларининг табиий-монопол хусусиятининг йўқолиб бораётганлиги, хилма-хил алоқа турларининг жадаллик билан

ривожланиши, бозорнинг рақобатлашувчи компанияларнинг турли хилдаги хизматлари билан тўлиши хизмат кўрсатиш хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда, соҳани маркетинг ёндашувидан келиб чиқиб бошқаришни ташкил этишни жуда долзарб вазифага айлантирмоқца. Шу билан бир қаторда, ташқи муҳит омилларининг турли-туманлиги, уларнинг динамикаси, ахборот-коммуникация соҳаси олдидаги эски ва янги муаммолар соҳа корхоналарини маркетинг ёндашувидан фойдаланишга, аниқ ва чуқур ўйланган маркетинг стратегиясини ишлаб чиқишга, зарур элементлардан, яхши йўлга қўйилган мониторинг тизимидан ҳамда ташқи омиллар ва ички имкониятларни боғловчи бошқарув тизимидан фойдаланган ҳолда, уларни омилкорлик билан амалга оширишга ундамоқда

1. Рақобат ва унинг турли хил стратегик усулларида фойдаланиш

Рақобат - мустақил товар ишлаб чиқарувчи (корхона)лар ўртасида товарларни қулай шароитда ишлаб чиқариш ва яхши фойда келтирадиган нархда сотиш, умуман иқтисодиётда ўз мавқеини мустаҳкамлаш учун кураш. Рақобат кўп қиррали иқтисодий ҳодиса бўлиб, у бозорнинг барча суб'ектлари ўртасидаги мураккаб муносабатларни ифодалайди. Ресурсларни етказиб берувчилар ўртасидаги рақобат ўзларининг иқтисодий ресурсларини (капитал, ер, ишчи кучи) юқори нархда сотиш учун амалга оширилади. Ишлаб чиқарувчилар ва ресурсларни етказиб берувчилар ўртасидаги рақобат бозор муносабатлари ривожланган, иқтисодиёт тўлиқ эркинлашган шароитда яққол намоён бўлади.

Рақобат олиб бориш усулига кўра, **нарх билан рақобат ва нархсиз рақобат**га бўлинади. Нарх билан рақобатлашув товарлар ёки хизматларни рақибларга қараганда фойдани вақтинчалик камайтириш ҳисобига арзон нархда сотишни билдиради (нархдан ташламалар, улгуржи ҳаридорларга имтиёзлар ва бошқалар). Нархсиз рақобатга ҳаридорларни эгаллаш ва сақлаб туришнинг нархларни арзонлаштириш билан боғлиқ бўлмаган ҳар қандай қонуний усуллари киради (сифатини ошириш, хизмат муддатини узайтириш, экологик тозалик, хавфсизлик ва б.) Ўз миқёсига кўра, Рақобат энг аввало 2 турга - тармоқ ичидаги ва тармоқлараро рақобатга бўлинади. Иқтисодий адабиётларда тармоқ ичидаги рақобатнинг 4 та шакли алоҳида ажралиб кўрсатилади. Булар эркин рақобат, монополистах рақобат, монополия ва олигополиятр рақобатнинг амал қилиши учун муайян шарт-шароитлар мавжуд бўлиши шарт. Бу шарт-шароитлар фақат бозор муносабатлари қарор топган муҳитда бўлиши мумкин. Иқтисодиётда монополлашув тамойилларининг кучайиб бориши билан рақобат чекланади. Рақобатчилик муҳитини вужудга келтириш учун давлат монополияларга қарши сиёсат олиб боради, иқтисодиётни монополиядан чиқариш бўйича чора-тадбирлар кўради, монополияга қарши қонунчиликни амалга оширади.

Компаниянинг рақобат стратегияси - бу бизнесга ёндашув ва миқдорларни жалб қилишга қаратилган ташаббуслар, компаниянинг бозордаги позицияни мустаҳкамлаш учун олиб борадиган курашидан иборат. Бозордаги рақобатни урушга ўхшатиш мумкин. Бу урушда рақиблар ярадор бўлиши, зарар кўриши мумкин. Бунда фақат энг яхши стратегия галаба қозонади. Компаниянинг рақобат стратегияси хужумкорлик ва мудофаа ҳаракатларини, қисқа муддатли тактик ва узоқ муддатли ҳаракатларни ўз ичига олади.

Бозордаги рақобатчилар нечта бўлса рақобатчилик стратегиясининг вариантлари ва кўринишлари шунча бўлади. Бироқ уларнинг тури қанчалик кўп бўлмасин, уларнинг ўхшашликлари топилади. Стратегияга ёндошишнинг кенг тарқалган 5 та варианты мавжуд бўлиб улар қуйида келтирилган:

1. Харажатлар бўйича илзорлик стратегияси. Товар ва хизматларни ишлаб чиқаришда тула харажатларини пасайтиришни кўзда тутди. Бу эса кўп сонли харидорни жалб қилади.

2. Кенг табақалаштириш стратегияси. Компания товарларига рақобатчи фирмалар товарларидан фарқ килдирадиган узига хос чизгиларни беришга қаратилган. Бу ҳам харидорларни жалб этишга ёрдам беради.

3. Оптимал харажатлар стратегияси. Харидорларга паст харажатлар ва маҳсулотни кенг табақалаштиришни уйғунлаштириш ҳисобига қимматли товар олиш имкониятини беради. Асосий вазифа ўхшаш товарни ишлаб чиқарувчиларга нисбатан оптимал харажат ва паст баҳоларни таъминлашдан иборатдир.

4. Фокусланган стратегия. Бунда стратегия паст харажатларга асосланган бўлиб, харидорларнинг тор сегментига йўналтирилади. Бунда фирма ўз рақобатчиларидан анча паст баҳолар ҳисобига утиб кетади.

5. Ифодаланган стратегия ёки маҳсулотни табақалаштиришга асосланган бозор уяси стратегияси. Унинг мақсади - танланган сегментлар намоёндаларини уларнинг дид ва талабларига янада туларок жавоб берадиган товар ва хизматлар билан таъминлашдир.

Рақобат устунлигини сақлаб қолиш учун хужумкорлик стратегиясидан фойдаланиш.

Рақобат устунлигига деярли ҳар доим муваффақиятли хужумкор стратегик ҳаракатлар ҳисобига эришилади. Устунликка эришишни таъминлаш учун муваффақиятли хужумкор стратегияга қанча вақт талаб этилиши тармоқдаги рақобат тавсифига боғлиқ. Устунликни таъминлаш вақти қисқа бўлиши, хизмат кўрсатиш соҳасидаги каби, мураккаб технологик жараёنли капитал талаб этадиган тармоқлардаги каби анча давомли бўлиши ҳам мумкин. Идеал даражада созланган ҳаракатлар микёси анча катта бўлган (масалан, янги қимматбаҳо дорининг патентига фармацевтикада эга бўлиш сезиларли устунликни таъминлайди) ёки унча катта бўлмаган (масалан, тикувчилик саноатида. Бунда кийимларнинг янги модадаги фасонлари осонгина ўзлаштирилиши мумкин, нусха қуриши орқали) рақобат устунлигини яратиши мумкин.

Муваффақиятли хужумдан сунг «меваларнинг самарасини» қуриш даври келади. Бу даврнинг давомийлиги эса рақибларга йукотилган позицияларни қайтариб олиш учун хужумга ўтишга қанча вақт керак бўлишига боғлиқдир.

Ракиблар фирма яратган устунликка қарши жиддий қарши ҳужум бошлашлари билан унинг емирилиши бошланади. Эгалланган мавкеини сақлаб қолиш учун фирма иккинчи стратегик ҳужумни амалга ошириши керак. Унинг фундаментини эса рақобатчи устунликка эришиш мақсадида курашни кучайтирган пайтларида ҳужумга ўтишга тайёр туриш учун «меваларни самарасини» куриш даврида кўриб қуйиш керак бўлади. Рақобат устунлигини сақлаб туриш учун фирма ракиблардан бир бош баланд бўлиши керак. Бозордаги ўзининг позициясини мустаҳкамлаш учун кетма-кет стратегик ҳужумлар уюштириши ва харидорларнинг мойиллигини сақлаб туриши лозим.

Ҳужумкор стратегиянинг олти асосий тури ажратилади:

- 1) Рақобатчининг кучли томонларига қаршилиқ кўрсатиш ёки улардан ўзиб кетишга қаратилган ҳаракатлар.
- 2) Рақобатчининг заиф томонларидан фойдаланишга қаратилган ҳаракатлар.
- 3) Бир нечта фронтларда бир вақтда ҳужумга ўтиш.
- 4) Эгалланмаган бўшлиқларни эгаллаш.
- 5) Партизан уруши.
- 6) Зарбалар.

Ҳозирги бозор иқтисодиётида рақобатнинг қуйидаги асосий вазифаларини ажратиб кўрсатиш мумкин:

1. тартибга солиш вазифаси;
2. ресурсларни жойлаштириш вазифаси;
3. инновацион вазифа;
4. мослаштириш вазифаси;
5. тақсимлаш вазифаси;
6. назорат қилиш вазифаси.

Рақобатнинг тартибга солиш вазифаси ишлаб чиқаришни талаб (исте'мол)га мувофиқлаштириш мақсадида таклифга та'сир ўтказишдан иборат. Айнан шу вазифа ёрдамида иқтисодиётда таклифнинг талаб орқали, ишлаб чиқариш таркиби ва ҳажмининг якка 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, ҳудуд 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 англатади. **Рақобатнинг мослаштириш вазифаси** корхона (фирма)ларнинг ички ва ташқи муҳит шароитларига рационал тарзда мослашишига йўналтирилган бўлиб, уларнинг шунчаки ўзини-ўзи сақлаб, иқтисодий жихатдан яшаб қолишидан хўжалик фаолияти соҳаларининг экспансияси (кенгайиши)га ўтишини билдиради. **Рақобатнинг тақсимлаш вазифаси** ишлаб

чиқарилган не'матлар ялпи ҳажми (ялпи ички маҳсулот)нинг исте'молчилар ўртасида тақсимланишига бевосита ва билвосита та'сир ўтказди. Ниҳоят, **рақобатнинг назорат қилиш вазифаси** бозордаги ба'зи иштирокчиларнинг бошқа бир иштирокчилар устидан монополистик ҳукмронлик ўрнатишига йўл қўймасликка йўналтирилади. Рақобат курашининг мазмуни тўғрисида тўлароқ тушунчага эга бўлиш учун унинг асосий шакллари ва белгиларини кўриб чиқиш зарур. Иқтисодий адабиётларда бир тармоқ ичидаги рақобатнинг тўртта шакли алоҳида ажратилиб кўрсатилади. Булар *а)эркин рақобат; б)монополистик рақобат, в)монополия ва г)олигополиядир,*

2. Корхона рақобатбардошлигини баҳолаш мазмуни

Ҳозирги кунда рақобатбардошликни баҳолашни алоҳида бўлим сифатида кўриш бизнесни муваффақиятли амалга ортишида катта аҳамиятга эгадир. Чунки ҳар қандай инвесторлар, ишбилармон шериклар ишлаб чиқарилаётган маҳсулот (кўрсатилаётган хизмат)ларга мавжуд бозордаги рақобат ҳолатини билишга кизикади. Шундай экан ушбу саволга ҳам бизнес режада етарли жавоб бериб кетишимиз шарт.

Барча турдаги бизнес режаларда рақобатбардошлик юзасидан қуйидаги саволлар тўлиқ ёритилиши лозим.

—Сизнинг бизнесингиз ҳисобланган маҳсулотларнинг асосий қисмини қайси ишлаб чиқарувчилар томонидан ишлаб чиқарилади;

—Сиз ҳаракат қилаётган бозорда рақобат даражаси қандай

—Сизнинг рақибларингизни бозорда тутган ўрни қандай.

—сотиш ҳажми бўйича;

—даромад бўйича;

—технология даражаси бўйича;

—товарлар янгилаши бўйича;

—сервис хизмати бўйича;

—маҳсулот рекламаси бўйича.

Улар ишлаб чиқараётган маҳсулотларнинг рақобатбардошлиги сирлари нимада

—асосий тавсифнома (характеристика)да;

—сифат даражаси;

—дизайн;

—истемолчи эҳтиёжига мос келиши.

Бизнесмен (тадбиркор)ларга рақобатбардошликни баҳолаш ўз бизнеси (тадбиркорлик фаолиятини) кучли ва кучсиз томонларини баҳолаш имконини беради. Ушбу таҳлил келажакда сизнинг стратегиянгиз ва бизнесингизнинг муваффақиятли амалга ошишини кафолати ҳам ҳисобланади.

Рақобатбардошликнинг иқтисодий мазмуни қуйидаги ҳолатларда аниқланади.

- мавжуд манбалар ҳажми ва сифати (ишчилар сони, асосий ишлаб чиқариш фондлари, материал захиралари, молиявий ва номатериал манбалар), патент, лицензия (рухсатнома), ахборот, технология ва хоказо;
- раҳбарнинг корхона имкониятларидан фойдаланиш қобилиятлари.
- инновация қобилиятлари яъни фирманинг ишлаб чиқаришини янгилаш қобилияти, технология ва маҳсулот таркибини алмаштириш ва хоказо.
- Ахборот (информация) қобилиятлари яъни ишлаб чиқариш мақсадларида ахборотларни тўплаш ва қайта ишлаш қобилиятлари.
- молиявий қобилиятлар, яъни молиявий тургунлик, кредит бериш имконияти мавжудлиги ва хоказо.

Юқоридагиларнинг барчаси йигиндиси корхонанинг, бошқа бир корхона билан таккослаганда унинг рақобатбардошлигини ҳарактерлайди.

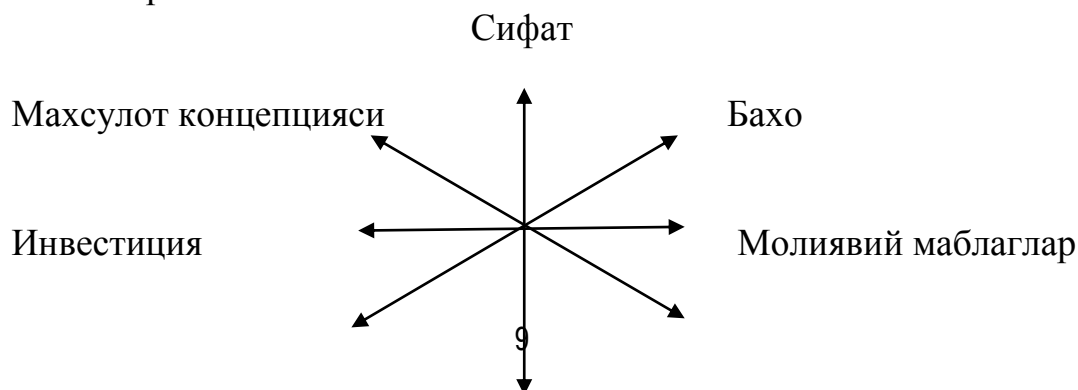
Корхонанинг рақобатбардошлиги имкониятларига киёсий тавсифнома дейилганда бошқа корхоналар, давлат андозаларига нисбатан ўзининг асосий ўлчамлари (кўрсаткичлари)га баҳо беришидир. Шу жумладан миллий ва жаҳон андозалари.

3. Маҳсулот ёки хизмат кўрсатиш рақобатбардошлигини баҳолаш ва уни аниқлаш усуллари

Рақобатбардошликни баҳолашнинг бир қатор усуллари бўлиб, улардан асосийси кўп киррали усулдир.

Бу усул моҳияти рақобатбардошликни баҳолашда корхона ўзининг кучли ва кучсиз томонларини рақибга нисбатан таккослайди.

Бу ерда савол тугилади, қайси имкониятларни тан олиш ва улардан ҳозирда фойдаланиш. Ушбу ёндашувнинг асоси кўп киррали ҳисобланиб, корхоналарнинг имкониятлар даражаси асосий 8 та кирра (йўналиши) бўйича баҳоланади. У қуйидаги – расмда рақобатбардошлик кирраларида яққол акс эттирилган.



Сотиш ва сотишдан кейинги хизмат

1- расм: Рақобатбардошлик кирралари.

Бу ерда ёндашувнинг асосийси - Кўп бурчакли рақобатбардошлик ҳисобланади, бу ерда корхона имкониятлар даражаси саккизта йуқолиш бўйича баҳоланади:

- ◆ Корхоналар учун асосий ҳисобланган.
- ◆ Кўрсатилган хизмат ва товарлар концепцияси,.
- ◆ Сифат, бозорда маҳсулотнинг юқори даражада эканини баҳоловчи.
- ◆ Маҳсулот ва хизмат баҳоси.
- ◆ Молия ва тез жалб этувчи молиявий маблағлар.
- ◆ Тижорат усуллари ва савдо воситалари.
- ◆ Сотиш ва сотишдан кейинги хизматлар;
- ◆ Ижтимоий алокалар.
- ◆ Инвестиция ва ишчи кучи соҳасидаги сиёсат.
- ◆ Ички бозор тузилиши.
- ◆ Валюта курси.
- ◆ Банк фоизи даражаси.
- ◆ Савдо уюшмалар.
- ◆ Ташки иқтисодий алокалари.

Рақобатбардошликни баҳолашда барча рақиблар ҳақидаги маълумотлар тўпланади. Тўпланган маълумотларни бизнес режаларда қуйидаги жадвал кўринишида ифодалаш мақсадга мувофиқ ҳисобланади. У қуйидаги келтирилган (1-жадвал) рақиблар ҳақида маълумотлар.

№	Фирма	Манзилгоҳ	Бозордаги хиссаси	Реал баҳолаш	Сизнинг бозорга чиқишингиз хисобига сотиш ҳажмини йукотиш
1					
2					
3					

Навбатдаги кадам корхонанинг рақиб бир корхоналарга нисбатан кучли ва кучсиз томонларни баҳолаш ҳисобланади. Баҳолаш беш балли системада ўтказилиб, унда кучли томонлари 5 балл билан, кучсиз томонлар

1 балл билан баҳоланади. Натижалар қуйидаги жадвал маълумотлари оркали акс эттирилади.

2- жадвал

Рақобатбардошликни баҳолаш мезонлари.

	Корхона	Рақиблар		
		А	В	С
Ишлаб чиқариш				
Жойлашган урни				
Корхона хажми				
Курилма ёши ва ҳолати				
Унумдорлиги				
Ишчи кучи сифати				
Материаллар билан таъминланлаш				
Маҳаллий				
Импорт (четдан келтирилган)				
Ишлаб чиқариш қувватидан фойдаланиш				
Маркетинг				
Таксимлаш йўллари				
Ташкил этиш сифати				
Бозор тадқиқоти				
Четга сотиш имконияти				
Мҳсулот турлари				
Рақобатбардош баҳо				
Маҳсулот янгилиги				
Реклама				
Инсон омили(манбаи)				
Квалификация ходимлар				
Рағбатлантириш тизими				
Бошқарувчилар малакаси				
Молия				
Катъийлик				
Фойдалилик				
Куллаб қувватлаш манбаи				
Кредитга рухсат				
Истикболлари				
Жами				

Юқоридаги жадвал асосида корхона натижалари рақиб корхоналар

натижаларига таккосланиб, сўнг рақобатбардошлик юзасидан хулоса чиқарилади. Бундан ташқари алоҳида кўрсаткичлар бўйича ҳам кучли ва кучсиз томонларни билиб олишимиз мумкин.

Қуйида энди рақиблар махсулотлари рақобатбардошлиги кобилиятини баҳолашимиз.

3- жадвал

Рақиб махсулотларини баҳолаш омиллари

Баҳоловчи омиллар	Рақиблар			Сизнинг афзаллигингиз
	А	В	С	
Сифат				
Хизмат хусусияти				
Баҳо даражаси				
Махсулот самарадорлиги				
Ассортимент				
Махсулот ишончилиги				
Савдо таъминот шартлари				
Махсулот кулайлиги				
Истеъмолчига хизматлар йиғинг				

Юқоридаги жавдал маълумотлари асосида ўзингизнинг махсулотларингизни рақиб махсулотларига нисбатан афзаллик томонларини билиб оласиз. Шу жумладан камчиликларни ҳам. Кучсиз томонлар аниқлангандан сўнг рақобатбардошликни орттириш мақсадида корхона томонидан аниқ тадбирлар ишлаб чиқилади. Ишлаб чиқилган тадбирлар қуйидаги жадвалда акс эттирилади.

4- жадвал

Рақобатбардошликни орттириш тадбири.

Тадбирлар	Муддат	Манба	Самара (натижа)
1.....			
2.....			
3.....			
4.....			

Рақобатбардошлик ортиши манбалари.

Кўп қиррали рақобатбардошликнинг хусусиятлари шундан иборатки, у рақобатнинг реал (аниқ) имкониятларига кўпроқ тўғри беради. Аммо корхонанинг имкониятли томонлари борки, бозорда рақобат қилишнинг асосий томонларини белгилайди. Мана шу имкониятли томонлар “рақобатбардошликнинг ошириш манбаларини” англатади. “Рақобатбардошликни ошириш” манбаларини икки гурппага булишимиз мумкин:

I. Корхона доирасидаги манбалар

- Илмий текшириш ва тажриба конструктлик ишлари.
- Ишлаб чиқариш воситалари.
- Муомала ҳаражатлари тузилиши.
- Самарадорлик..
- Сотиш характери.
- Реализация сиёсати.
- ташки алокалар.

II. Корхона юзага келиш даражасидаги манбалар.

- иқтисодий ва маданий сиёсат.
- технологик имконият.

Махсулот рақобатбардошлигини аниқлашнинг 4та усули мавжуд:

1. Эксперт баҳолаш усули
2. Баҳолашни ўлчаш, ҳисоблаш усули
3. Тажриба усули
4. Социологик усул

Эксперт баҳолаш усули – махсулотлар сифатини баҳолашда қўлланилади. Бунда сотувчи билан харидор ўртасида махсулот сифати тўғрисида келишмовчилик бўлганда махсус эксперт гуруҳлар таклиф қилиниб, улар ёрданида махсулот сифатига баҳо берилади. Экспертлар - мутахассислар бўлиб, улар биргаликда масалаларни муҳокама қиладилар ёки уларнинг фикрлари сиртдан ҳам ўрганилиши мумкин.

Ўлчаш-ҳисоблаш усули – бу усулда махсулот сифати аниқ кўрсаткичлар асосида ҳисоблаш формуласи, график ва диаграммалар ёрдамида аниқланади.

Тажриба усули – бунда махсулот рақобатбардошлигини аниқлаш шу махсулотни синаб кўриш орқали аниқланади.

Социологик усул – бунда махсулотларнинг рақобатбардошлиги кишиларнинг фикрлари

асосида белгиланади. Бунда ўрганилаётган махсулот тури бўйича ёзма ёки оғзаки равишда кишиларнинг фикрлари ўрганилади. Бунинг учун анкета сўроқларига жавоб берилади, тестлар ўтказилиши, интервьюлар олиниши мумкин.

Махсулот рақобатбардошлигини аниқлаш орқали унинг кўрсаткичлари белгиланади.

Шунга кўра махсулот рақобатбардошлигини тавсифловчи кўрсаткичлар қуйидагилардир:

- Ташқи савдони шакллантириш кўрсаткичлари.
- Сифат кўрсаткичлари
- Иқтисодий кўрсаткичлар

Ташқи савдони шакллантириш кўрсаткичлари

- узоқ муддатли
- қисқа муддатли кўрсаткичлар билан ҳисобланади.

Узоқ муддатли кўрсаткичларга қуйидагилар қиради:

- - иқтисодиётни ривожлантириш тенденциялари;
- - бозорни ривожлантириш тенденциялари;
- - илмий –техника тенденциялари;
- - иқтисодиёт тузилмасидаги барқарор силжишлар;

Қисқа муддатли кўрсаткичларга қуйидагилар қиради:

- ◆ - конъюнктуранинг ўзгариши;
- ◆ - бозорда рақибнинг пайдо бўлиши ёки унинг бозордан чиқиб кетиши;
- ◆ - моданинг ўзгариши;
- ◆ - иқтисодий ўзгаришлар ва бошқалар.

Сифат кўрсаткичлари – бу ўз навбатида стандартлаштириладиган ва регламентлаштириладиган кўрсаткичлар билан белгиланади.

Стандартлаштириладиган кўрсаткичларга қуйидагилар қиради:

- - вазифали кўрсаткичлар;
- - ишончилилик;
- - эргономик кўрсаткичлар;
- - эстетик кўрсаткичлар;
- - транспортбоплиги ва бошқа кўрсаткичлар.

Регламентлаштириладиган кўрсаткичлар қуйидагилар:

- - хавфсизлик;
- - экологик;
- - патент-ҳуқуқий;
- - техникавий;
- - аниқ қарорлар билан белгиланадиган кўрсаткичлар.

Иқтисодий кўрсаткичлар – бу бир мартталик ва жорий кўрсаткичларни ўз ичига олади.

Бир мартталик кўрсаткичлар:

- - таннарх;
- - қиймат;

- - транспорт харажатлари;
- - солиқлар;
- - божхона тўловлари;
- - олди-сотди харажатлари ва бошқа харажатлар.

Жорий кўрсаткичлар:

- - *техникавий хизмат*;
- - *таъмирлаш*;
- - *эҳтиёт қисмлар учун харажатлар*;
- - *ёқилғи харажатлари*;
- - *амортизация харажатлари ва бошқа шу каби харажатлар*.

Замонавий бозор иқтисодиёти ишлаб чиқараётган маҳсулот сифатига катъий талаблар қўяди. Маҳсулот сифатини ошириш натижасида маҳсулотнинг миқдори ошади, ресурслардан тежаб-тергаб фойдаланиш, ижтимоий ва шахсий эҳтиёжларни тўлароқ қондириш масалалари ҳал этилади. Маҳсулот сифати шу маҳсулотни жаҳон бозорида рақобат қилишига йўл очиб беради. Маҳсулот сифатини ошириш натижасида ресурсларни тежаш, ижтимоий ва шахсий эҳтиёжларни тўлароқ қондириш масаласи ҳал этилади. Яъни ҳар қандай маҳсулот энг юқори техникавий, иқтисодий ва эстетик ҳамда бошқа бир қатор талабларга мувофиқ келиши, жаҳон бозорида рақобат қилиш қобилиятига эга бўлиши керак. Агар сифат муаммоси ҳал этилмаса ижтимоий ишлаб чиқариш ва аҳолининг маҳсулотларга бўлган эҳтиёжларини қондириб бўлмайди.

Маҳсулот сифат кўрсаткичларининг қийматларини аниқлаш учун қуйидаги усуллар қўлланилади:

1. *Ўлчаиш усули* – таҳникавий ўлчаш воситалари ёрдамида маҳсулот сифати кўрсаткичлари қийматларини аниқлаш.
2. *Қайд қилиш усули* – кузатиш ва маълум ҳодисалар, буюмлар ва сарфлар сонини ҳисоблаш асосида амалга ошириладиган сифат кўрсаткичлари қийматларини аниқлаш.
3. *Ҳисоб усули* – маҳсулот сифати кўрсаткичлари унинг ўлчамлари билан назарий ёки эмперик боғланишларидан фойдаланиш асосида амалга ошириладиган сифати кўрсаткичлари қийматини аниқлаш.
4. *Эксперт усули* – экспертлар қабул қилган қарорлар асосида амалга ошириладиган сифат кўрсаткичлари қийматларини аниқлашдир.
5. *Социологик усул* – маҳсулотнинг амалий ва эҳтимолий истеъмолчилари фикрларини йиғиш ва таҳлил қилиш асосида амалга ошириладиган маҳсулот сифати кўрсаткичларини аниқлаш.
6. *Статистик усул* – математик-статистика қонунларидан фойдаланиш асосида амалга ошириладиган маҳсулот сифати кўрсаткичлари қийматларини аниқлаш.

Маҳсулот сифати даражасининг йўлларида бири унинг техникавий даражаси ва сифатини оширишга асосланишдир. Бунинг учун энг янги жаҳон ютуқлар асосида маҳсулот ишлаб чиқаришда янги лойиҳа ва

конструкциялардан, махсулотни ишлаб чиқаришда янги таъхнологик ташкилий- иқтисодий, ижтимоий ечимлардан фойдаланиш зарур. Махсулот сифатини кўтариш муаммосини ечишда стандартлаштириш ишлари алоҳида аҳамиятга эга, чуқи стандартлар турли идоравий тасарруфдаги корхоналар чиқарадиган махсулот сифати даражасини белгиловчи меъёрий-техникавий асос хисобланади. Махсулот сифатини яхшилаш учун стандартлаштириш, турлаш, унификация, агрегатлаш, параметрик ва ўлчам қаторларини яратиш каби усулларни ҳам қўлланилади. Стандартлаштириш масалалари билан шуғулланадиган энг катта халқаро ташкилот 1946-йилда ташкил қилинган “ Халқаро стандартлаштириш ташкилотидир” (ИСО – international standard organization). ИСО нинг мақсади халқаро Товар айирбошлаш ва ўзаро ёрдамни осонлаштириш ҳамда интеллектуал, илмий, техникавий ва иқтисодий фаолиятни кенгайтириш учун жаҳон миқёсида стандартлаштиришга кўмаклашишдир. Шуни таъкидлаш керакки ИСОнинг халқаро стандартлари мажбурий эмас. Лекин, халқаро бозорда рақобат шароитларида махсулот ишлаб чиқарувчилар ИСО ва бошқа ташкилотларнинг стандартларини қўллашга

4. КОРХОНАНИНГ РАҚОБАТБАРДОШЛИК ДАРАЖАСИНИ АНИҚЛАШ.

Рақобатбардошлик даражасини аниқлаш аксарият фақат товарлар билан чегараланиб қолмай, балики корхоналар, компаниялар, хатто мамлакатга нисбатан ҳам татбиқ этилади. Тадқиқот мақсадларига қараб асосий омиллар ва уларнинг миқдорларини хисоблаш усуллари танлаб олинади. Масалан, фирманинг рақобатбардошлиги даражасини баҳолашда тарноқ бозорида рақобат кураши жадаллигини белгилайдиган омиллар тахлил 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 ҳаракатининг диверсификациялашуви даражаси компанияларнинг сони ва кўлами асосидаги рақобат тавсифини тўлдиради. Бу омил рақобатчи фирмаларнинг мустақил ёки шерикларни жалб этган ҳолда иш ва хизматларнинг кенг комплексини амалга оширош, тармоқ махсулотларининг ҳар хил турларини ишлаб чиқариш қобилятини акс эттиради. Бозорда бундай рақобатчиларнинг кўп бўлиши махсулотнинг муайян тури ёки бозор сегментида ихтисослашган фирмаларнинг улар билан тўқнашуви муқаррар эканлигидан далолат беради.

3. Бозордаги талаб ҳажмини ўрганиш даражаси. 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. Махсулотнинг табақалашуви даражаси омили.

Умумий маркетинг назариясидан маълумки, махсулотнинг табақаланиш даражаси қанча юқори бўлса, бошқа ҳолатлар тенг бўлган шароитларда бозорда рақобат даражаси шу қадар суст бўлади. Хар бир ишлаб чиқарувчи ўз махсулотини айрим алоҳида бир сегментга таклиф этганида рақобат энг паст даражага тушади. Аксинча, барча ишлаб чиқарувчилар жами харидорлар учун бир хил даражада мўлжалланган ўхшаш махсулотлар ишлаб чиқарса, улар ўртасидаги рақобат ғоят кучаяди.

5. Истеъмолчиларнинг бир ишлаб чиқарувчидан бошқасига қўчиши харажатлари. Бир фирма хизматидан фойдаланиб келган истеъмолчи вақт ўтиши билан муайян сабабларга кўра бошқа фирма хизматидан фойдаланишни ихтиёр қилиб қолиши мумкин. Бундай ҳолларда қочишда кўп чиқимдорлик рақобат даражасини пасайтиришга олиб келиши мумкин. Аксинча, паст қўчиш харажатлари турли компаниялар иш ва хизматлари технологиясининг юксак даражада бир хиллашганлиги туфайли рақобат кураши авж олдирди. Шу сабабли гарчи бу борада истеъмолчи талабининг ўзига ҳослигига эътибор берилсада, рақобатни ташкил этишда бу омил албатта ҳисобга олиниши керак. Чунки кўпгина ҳолларда харидорлар мукамалроқ ва хизмат турларини олиш учун қўшимча харажатларга борадилар.

6. Бозордан чиқиб кетиши тўсиқлари ва уларнинг даражаси.

Маълумки, компанияларнинг бошқа тармоқ бозорларига қўчиши ёки бизнеснинг шу соҳасидан чиқиши катта харажатлар билан боғлиқ тармоқларда рақобат кучли. Бундай харажатларга, масалан, асосий активларни тугатиш ёки сотиш билан боғлиқ харажатлар, Товар етказиб берувчилар ва бошқа шерикларни алмаштириш билан боғлиқ харажатлар, ишлаб чиқаришни қайта ташкил этиш бўйича чиқимлар ва бошқалар киради.

7. Бозорга кириб келиш ва унинг даражаси. Бу омил юқоридаги омил билан ҳамбарчас боғланган, аммо унга зид тарзда амал қилади. Тўсиқларнинг кўпайиши рақобатни пасайтиради ёки аксинча.

Юқорида кўриб ўтганимиздек, бу ўринда капитал сарфларга эҳтиёж, янги субпудратчилар, жиҳоз- ускуналарни етказиб берувчиларни топиш, буюртмачи ва шериклар билан янги алоқаларни барпо этиш омиллари муҳим аҳамиятга эга. Технология турлари, фойдаланиш хусусиятлари ва бошқа омиллар бўйича табақалашув қанча юқори бўлса, бозорга кириб келиш тўсиқлари ҳам шу қадар кўп бўлади. Умумий омиллардан ташқари тармоқа бошқа мамлакатларнинг айрим бозорларига кириб бориш тўсиқлари қўшимча шароитларга боғлиқ. Масалан, қонун бўйича чеклашлар, чет эл фирмаларининг савдо ишларига ушбу мамлакатда

белгиланган солиқлар шундай шароитларга киради. Технология ва ишлаб чиқаришни ташкил этиш соҳасида патентлар ва “ноу-хау” сотиб олиш муҳим аҳамиятга эга.

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 жаҳон Товар бозоридаги рақобат даражасини таҳлил қилишдан бошлайдилар. Умумий рақобат даражасининг кучайиши, ёндош бозорлардаги юқори рақобат даражаси, қоида тариқасида, ушбу тармоқ бозоридаги рақобат даражасини кўтаради.

9. *Рақиблар стратегиясидаги фарқлар.* Рақиблар стратегиясини тадқиқ этиш рақибларнинг стратегик махсулотларидаги умумийлик эски 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.* Махсулот нархларининг бирданига ўзгариб, кетиши жаҳон хом ашё нархларининг ўзгариши, янги хом ашё манбаларининг топилиши, лойихаларни молиялаш учун маблағларни кўпайтириш, харбий ҳаражатлар, гражданлар урушларининг бошланиши, давлат тўнтаришлари бозорнинг бундай хусусиятларига сабаб бўлади.

АМАЛИЙ ҚИСМ: ОАТ «Алоқабанк» мисолида корхона рақобатдошлиги таҳлилини кўриб чиқамиз.

Очиқ аксиядорлик - тижорат «Алоқабанк» Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг қарорига асосан 1994 йил 12 октябрда Ўзбекистон алоқа ва ахборотлаштириш агентлиги корхоналари ҳамда кичик ва ўрта бизнес субъектларини иқтисодий қўллаб-қувватлаш мақсадида ташкил қилинган.

ОАТ «Алоқабанк» универсал-тижорат банк сифатида ўз фаолиятини қуйидаги лицензиялар асосида амалга оширади:

- Ўзбекистон Республикаси Марказий Банкнинг 2012 йил 10 мартдаги 48-сонли банк амалиётларини амалга ошириш лицензияси (1995 йил 22 мартдаги 48-сонли лицензияга алмаштирилган);
- Ўзбекистон Республикаси Марказий Банкнинг 2012 йил 10 мартдаги 55-сонли хорижий валютада амалиётларни амалга ошириш ҳақидаги Бош лицензияси (2005 йил 29 январ 7-сонли лицензиясига алмаштирилган);

Ҳозирги кунда банк:

- Ўзбекистон Республикаси банклар Ассоциацияси аъзоси;
- Ўзбекистон Республикаси валюта биржаси қатнашчиси;
- Фуқароларнинг банклардаги "Омонатларини кафолатлаш жамғармаси" аъзоси;
- “Тошкент” Республика фонд биржаси қатнашчиси;
- Ўзбекистон умумдавлат тўлов тизимининг аъзоси;
- СВИФТ халқаро тўлов тизими аъзоси;
- ВИСА халқаро тўлов тизими аъзоси;
- Ўзбекистон линзинг берувчилар Ассоциацияси аъзоси;
- синдикатли кредитлаш ташаббус маркази ҳисобланади.

Банк WESTERN UNION, UNISTREAM, BLIZKO, CASPIAN MONEY TRANSFER, ЗОЛОТАЯ КОРОНА, ЛИДЕР, CONTACT, MONEY GRAM, ANELIK каби халқаро пул ўтказмалари тизимлари билан узоқ муддатли ҳамкорлик алоқаларини ўрнатиб келмоқда.

Вакиллик муносабатлари:

- ✓ AG Commerzbank (Frankfurt);
- ✓ OAJ Zaminbank (Ozarbayjon);
- ✓ ATB РУССЛАВБАНК (Rossiya);

- ✓ YAJ Asia-Invest Bank (Rossiya).

Банк аудитори- PricewaterhouseCoopers

Банк аксиядорлари сифатида қуйидаги бир қатор нуфузли компаниялар, ташкилотлар ва қўшма корхоналар ўрин олган:

- “Ўзбектелеком” аксиядорлик компанияси;
- Электромагнит мослашув маркази;
- Ахборот-коммуникация технологияларини ривожлантириш жамғармаси;
- Тошкент Ахборот Технологиялари Университети;
- “Алском” суғурта компанияси;
- Ўзбекистон Республикаси алоқа, ахборотлаштириш ва телекоммуникация технологиялари давлат қўмитаси;
- Ўзбекистон Республикаси радиочастоталар давлат қўмитаси;
- "ДД ГЕНЕРАЛ ИНСУРАНСЕ" маъсулияти чекланган жамият;
- “Ўзбекистон почтаси” очиқ аксиядорлик компанияси;
- "МЕХНАТ" маъсулияти чекланган жамият;
- “Матбуот тарқатувчи” аксиядорлик компанияси.

Халқаро рейтинг: 2014 йил - Э+/Б1/Б2/НП

- "Моодйъс" халқаро рейтинг агентлиги томонидан ОАТ "Алоқабанк"ка қуйидаги рейтинглар тасдиқланган:
- банкнинг молиявий барқарорлиги бўйича - Э+;
- миллий валютадаги депозитлар бўйича - Б1/НП;
- хорижий валютадаги депозитлар бўйича - Б2/НП;
- барча рейтинглар бўйича - "барқарор".

Миллий рейтинг: 2014 йил - узА+ (Юқори)

"Ахбор-рейтинг" банклараро рейтинг компанияси ОАТ "Алоқабанк"ка "узА+" (Юқори) кредитга лаёқатлилиқ рейтингини берди.

Ўзбекистон Республикаси алоқа банки бошқа тижорат банкларидан фарқли равишда ўз мижозларига доимий қулайлиқлар яратиб бермоқда ва шу билан биргаликда ўзининг рақобатдошлиқ салоҳиятини ошириб келмоқда. Бу каби чора тадбирларни асосан банкнинг омонат ва кредит сиёсатида қўришимиз мумкин. Аксарият тижорат банклари 12% қайта молиялаштириш ставкаси асосида истеъмол кредитларини 18% ли чегарада ушлаб турган бир ватда Алоқа Банк фоиз ставкалари миқдорини айниқса жисмоний шахсларга 1-1,5% атрофида камайтирмоқда ва амалда бу кўпроқ мижозларни жалб қилиб банкнинг жорий капитали ўсишида хизмат қилмоқда. Қуйида шу каби банк томонидан амалга оширилган чора-тадбирларни рақамларда ва кўрсаткичларда кўриб чиқамиз.

Истеъмол кредити

ОАТ «Алоқабанк» жисмоний шахсларга қуйидаги мақсадларда истеъмол кредитларни таклиф қилмоқда.

- ❖ турли хил маиший техника, оргтехника, мебел, интерьер предметларни ва бошқаларни сотиб олишда;
- ❖ компьютер техникасини ва мобил телефонларни харид қилишда;
- ❖ олий ўқув юртларда таълим олиш учун тўловларни амалга оширишда;
- ❖ тиббиёт ва санитар-соғломлаштириш муассасалар хизмати ҳаққини тўлашда;
- ❖ уй-жойларини таъмирлаш учун қурилиш молларни сотиб олишда;
- ❖ тўй ва анъанавий тадбирларни ўтказишда;
- ❖ авиабилетларни сотиб олишда;
- ❖ енгил автомобил сотиб олишда.

Истеъмол кредит - бу жисмоний шахсининг истеъмол эҳтиёжларини қондириш мақсадида товарлар ва хизматларни харид қилиш учун тақдим этиладиган кредит.

- ◆ дастлабки тўлов нақд пул билан (таъминлаш депозити) кредит сумманинг 25%ини ташкил қилади.;
- ◆ дастлабки тўловга жамғарма очилади ва фоизлар кредитни тўлашга йўналтирилади;
- ◆ кредит суммаси - товар ёки хизмат нархидан 100%;
- ◆ Фоиз ставкаси - йиллик 17% (18%);
- ◆ кредит муддати - 3 йилгача;
- ◆ кредит асосий суммаси ва фоиз тўлови - ҳар ой.

Кредитлаш муддати тугагач, таъминлаш депозити кредитни тўлашга йўналтирилади.

Керакли ҳужжатлар:

- паспорт копияси;
- турар жой тўғрисида маълумотнома;
- маълумотнома (иш жойидан охириги давр мобайнида ижобий молиявий натижалар тўғрисида);
- товар ёки хизмат шартномаси.

Таълим кредити

Таълим кредит Ўзбекистон Республикаси фуқаролари бўлмиш, олий таълим муассасаларига тўлов-шартнома асосидаги қатнаб ўқув бўлимларига қабул қилинган студентларга, уларнинг ота-оналарига ёки уларга васийлик қиладиганларга берилади.

Кредитлаш муддатлари:

- ◆ 10 йилгача бўлган муддатга - таълим олиш даврини ўз ичига оладиган, бакалавриятга қабул қилинган талабаларга.
- ◆ 5 йилгача бўлган муддатга - таълим олиш даврини ўз ичига оладиган, магистратурага қабул қилинган талабаларга.

Кредит таъминоти:

- юридик ёки жисмоний шахсининг кафолати;
- гаров сифатида мол-мулк қабул қилинади.

Кўриниб турибдики фоиз ставкаларини нисбатан пастлиги банк хизматига бўлган талабга ижобий таъсир кўрсатади. Шунинг ҳам таъкидлаш керакки банк муваффақияти самараси фақат кредит сиёсатида эмас балки омонатларнинг “ҳамёнбон” эканлигидадир. Алоқа Банки шу мақсадда мижозларни кўроқ жалб қилиш ва уларга қулайликлар яратиш мақсадида 2014-йил 1-мартдан бошлаб қуйидаги омонатлар турларини таклиф этиб келмоқда:

МИЛЛИЙ ВАЛЮТАДАГИ ОМОНАТЛАР

Омонат номи	Омонат муддати	Фоиз ставкаси	Омонат тури	Омонатнинг асосий шартлари
“Талаб қилиб олингунча”	-	2%	талаб қилиб олингунча	Омонатчининг хоҳишига кўра нақд ёки нақд пулсиз шаклда очилади. Омонат миқдори муддатли.
“Тадбиркор”	3 ой	17%	муддатли	Омонатга нақд пул маблағлари қабул қилинади. Фоизларни ҳар ойда олиш мумкин, олинмаган фоизлар капиталлаштирилмайди. Омонатга қўшимча бадаллар қўйиб бориш ёки омонатни қисман берилиши амалга оширилмайди.
“Копилка”	365 кун	14%	жамғарма	Омонатга нақд пул маблағлари қабул қилинади. Фоизларни ҳар ойда олиш мумкин. Омонатга қўшимча бадаллар қўйиб бориш мумкин.
“Алоқачи”	45 кун	13%	муддатли	Омонатга нақд пул маблағлари қабул қилинади. Фоизлар омонат муддати тугагач берилади.
“Бизнес”	2, 3 ва 4	16%	жамғарма	Омонатга нақд пул

	йил			маблағлари қабул қилинади. Фоизларни ҳар ойда олиш мумкин, олинмаган фоизлар капиталлаштирилмайди. Омонатга қўшимча бадаллар қўйиб бориш мумкин.
“Қишки сармоя”	2, 6 ва 12 ой	14%	муддатли	Омонатга нақд пул маблағлари қабул қилинади. Фоизларни ҳар ойда олиш мумкин, олинмаган фоизлар капиталлаштирилмайди.
“Антиқа”	9 ва 12 ой	14%	муддатли	Маблағлар фақат ОАТ "Алоқабанк" тизими ичида нақд пулсиз шаклда қабул қилинади. Фоизларни ҳар ойда нақд пулда олиш мумкин, олинмаган фоизлар капиталлаштирилмайди.
“Юбилей”	6 ва 12 ой	14%	муддатли	Омонатга нақд пул маблағлари қабул қилинади. Фоизларни ҳар ойда олиш мумкин. Омонат муддати тугагач, омонат суммасига қўшимча бонусли фоиз тўланади.
“Алоқада Мустақиллик”	3, 6 ва 12 ой	14%	муддатли	Омонатга нақд пул маблағлари қабул қилинади. Фоизларни ҳар ойда олиш мумкин, олинмаган фоизлар капиталлаштирилмайди. Омонатчиларга совға берилади.

“Алоқада Янги йил”	3, 6 ва 12 ой	14%	муддатли	Омонатга нақд пул маблағлари қабул қилинади. Фоизларни ҳар ойда олиш мумкин, олинмаган фоизлар капиталлаштирилмайди. Омонатчиларга совға берилади.
“Ёшлар”	1 йилдан 3 йилгача	14%	муддатли	Омонат 35 ёшгача бўлган омонатчилар номига очилади. Омонатга қўшимча бадаллар қўйиб бориш мумкин. Фоизлар ҳар 3 ойда берилади. Олинмаган фоизлар 2 йил муддатга қўйилган омонатлар бўйича ҳар 6 ойда, 3 йил муддатга қўйилган омонатлари бўйича ҳар 3 ойда омонат миқдорига қўшилиб капиталлаштирилади.
“Сўлим қишлоғим”	3 ва 6 ой	13-14%	муддатли	3 ой муддатга қўйилган омонатлари бўйича фоизлар муддати тугагач, 6 ой муддатга қўйилган омонатлари бўйича фоизлар ҳар ойда берилади.
“Бахтли болалик”	3 ёшдан- 18 ёшгача	14%	жамғарма	Омонат 15 ёшгача бўлган болалар номига очилади ва бола 18 ёшга тўлгунга қадар сақланади. Омонатга қўшимча бадаллар қўйиб бориш мумкин. Фоизларга қўшимча даромад тўланади.
“Визитка”	12 ой	14%	муддатли	Омонатга нақд пул маблағлари қабул қилинади. Фоизлар ҳар 3

				ойда берилади. Омонатга қўшимча бадаллар қўйиш ёки омонатни қисман берилиши амалга оширилмайди.
“Саёҳат”	6 ва 12 ой	13%	жамғарма	Фоизлар олдиндан тўланади, унинг миқдори омонат миқдори ва муддатига боғлиқ. Ҳар юзинчи омонатчига банк совғаси тақдим қилинади. Янги омонатчини жалб қилган омонатчига жалб қилинаётган омонатнинг 0,5 % миқдорида мукофот пули тўланади.
“Тўёна”	6 ва 12 ой	13%	жамғарма	Фоизлар олдиндан тўланади, унинг миқдори омонат миқдори ва муддатига боғлиқ. Ҳар юзинчи омонатчига банк совғаси тақдим қилинади. Янги омонатчини жалб қилган омонатчига жалб қилинаётган омонатнинг 0,5 % миқдорида мукофот пули тўланади.
“Соғ бўлинг”	12 ой	13%	жамғарма	Фоизлар олдиндан тўланади, унинг миқдори омонат миқдори ва муддатига боғлиқ. Ҳар юзинчи омонатчига банк совғаси тақдим қилинади. Янги омонатчини жалб қилган омонатчига жалб қилинаётган омонатнинг 0,5 % миқдорида мукофот пули тўланади.

"Ниҳол"	3 ва 6 ой	13%	муддатли	Омонатга нақд пул маблағлари қабул қилинади. 3 ой муддатга қўйилган омонатлар бўйича омонат фоизлари омонат муддати тугагач берилади, 6 ой муддатга қўйилган омонатлар бўйича - ҳар ойда берилади.
"Болажон"	6 ой	13%	муддатли	Омонатга нақд пул маблағлари қабул қилинади. Фоизлар ҳар 3 ойда берилади.
"Сахий"	20 ёшга этгунгач а	13%	муддатли	Бахциз ҳодисалар оқибатида ҳалок бўлган фуқароларнинг фарзандлари номига очилади. Омонатга ҳисобланадиган фоиз даромадини ҳар ойда олиш мумкин, ишлатилмаган фоиз даромади ҳар 12 (ўн икки) ойда омонат қолдиғига қўшилиб, капиталлаштирилади.
"АЗИЗ ОИЛАМ"	12 ой	20%	муддатли	Омонатга маблағлар нақд пулда қабул қилинади. Омонатга қўшимча бадал қўйиш ёки омонатни қисман берилиши амалга оширилмайди. Фоизларни ҳар ойда олиш мумкин ёки комуннал тўловлар, интернет банкинг хизмати учун ўтказилади. Омонатга маблағлар чегараланмаган миқдорда қабул қилинади.

"Мадад"	1-4 йил	9%	жамғарма	Омонатга маблағлар фақат нақд пулда қабул қилинади. Омонатга фоизлари ҳар ойда тўланади. Омонатчининг аризасига омонатчининг ёки у кафил бўлган қарздорнинг ОАТ "Алоқабанк" филиалларидан олган кредитини сўндириш учун ўтказилиши мумкин. Омонатга қўшимча бадаллар қўйиш мумкин, омонатни қисман қайтариб бериш мумкин эмас.
"Талаба"	28 ой	16%	муддатли	Омонат Ўзбекистон Республикасида фаолият юритаётган олий ўқув юртлари талабалари номига очилади. Омонатга маблағлар нақд пулда қабул қилинади. Омонатга қўшимча бадал қўйиш ёки омонатни қисман берилиши амалга оширилмайди. Фоизлари ОАТ "Алоқабанк" филиалларидан олинган таълим кредитлари фоизларини сўндириш учун йўналтирилади
"Баҳорий сармоя"	3 ой	23%	муддатли	Омонатга маблағлар фақат ОАТ "Алоқабанк" тизимидаги муддати тугаган муддатли ва жамғарма омонатлардан нақд пулсиз ўтказиш йўли билан қабул қилинади. Ҳисобланган фоизлар омонат муддати

				тугагач берилади.
"Кўклам"	6 ой	22%	муддатли	Омонатга маблағлар фақат ОАТ "Алоқабанк" тизимидаги муддати тугаган муддатли ва жамғарма омонатлардан нақд пулсиз ўтказиш йўли билан қабул қилинади. Ҳисобланган фоизларни ҳар ойда олиш мумкин.
"Қулай"	6 ой	24%	муддатли	Омонатга маблағлар фақат ОАТ "Алоқабанк" тизимидаги муддати тугаган муддатли ва жамғарма омонатлардан нақд пулсиз ўтказиш йўли билан қабул қилинади. Ҳисобланган фоизлар ҳар ойда нақд пулсиз шаклда омонатчининг пластик карточкасига ўтказиб берилади. Фоизларни нақд пулда берилишига йўл қўйилмайди. Улар фақат коммунал тўловларни тўлашга йўналтирилади.
"Осон тўлов"	12 ой	20%	муддатли	Омонатга маблағлар нақд пулда ва ОАТ "Алоқабанк" тизимидаги муддати тугаган муддатли ва жамғарма омонатлардан нақд пулсиз ўтказиш йўли билан қабул қилинади. Ҳисобланган фоизлар ҳар ойда нақд пулсиз шаклда фақат коммунал тўловларни тўлашга йўналтирилади.

				Фоизларни нақд пулда берилишига йўл қўйилмайди.
--	--	--	--	---

ХОРИЖИЙ ВАЛЮТАДАГИ ОМОНАТЛАР

Омонат номи	Омонат муддати	Фоиз ставкаси	Омонатнинг мин суммаси	Омонатнинг асосий шартлари
Сиз учун	3, 6 ва 12 ой	6%	муддатли	Омонатга маблағлар халқаро пул ўтказмалари тизимларидан нақд пулсиз ўтказиш йўли билан қабул қилинади. Омонатга қўйилмалар учун энг кам миқдор 200 АҚШ доллар. Омонат фоизлари омонат банкка киритилган куни олдиндан нақд АҚШ долларида тўлаб берилади. Омонатга қўшимча бадаллар қўйиш ёки омонатни қисман берилиши амалга оширилмайди.
Универсал	3, 6, 9 - 12 ой	УСД- 5%, ЭУР - 4%, ГБП - 4%	муддатли	Фоизларни ҳар ойда олиш мумкин. Омонатга қўшимча бадал қўйиш ёки омонатни қисман берилиши амалга оширилмайди.
Даромад	3, 6 ва 12 ой	УСД-12%	муддатли	Ушбу фоизлар миллий валюта - сўмда тўланади, Ҳисобланган фоиз даромади ҳар ойда берилади, ишлатилмаган фоиз даромади капиталлаштирилмайди.
Валюта	1- 6 ойгача	УСД, ЭУР - 3%	муддатли	Омонатга маблағлар нақд хорижий валютада қабул

	6 - 12 ойгача	УСД, ЭУР - 4%		қилинади. Омонатга қўшимча бадал қўйиш ёки
	12 ойдан ортиқ	УСД, ЭУР - 5%		омонатни қисман берилиши амалга оширилмайди.

Бундан ташқари Алоқа банк рақобатбардошлик шароитида ўз ўрнини сақлаб қолиш ва миждозларига янадса кўроқ қулайликлар яратиш мақсадида ва фуқароларнинг чет эл мамлакатлари билан алоқасини яхшилаш мақсадида халқаро пул ўтказмаларини ҳам жорий этган:

Ҳозирги кунда ОАТ "Алоқабанк" томонидан қуйидаги халқаро пул ўтказмалари тизимлари бўйича хизматлар таклиф этилади:

- ☐ Caspian money transfer;
- ☐ Money gram;
- ☐ Contact;
- ☐ Anelik;
- ☐ Золотая Корона;
- ☐ Unistream;
- ☐ Blizko;
- ☐ Western Union;
- ☐ Leader.

Халқаро пул ўтказмалари тизимлари бўйича хизматлар кўрсатиш шаҳобчаларининг кенг ривожланган тармоғи фуқароларга давлатимизнинг исталган жойидан ҳамда исталган йўналишда қулай вақтда пул ўтказмасини жўнатиш ва олишда ёрдам беради.

Пул ўтказмасини жўнатиш учун банк миждозга қуйидагилар керак бўлади:

- ❖ Исталган Банк бўлимига мурожаат қилиш;
- ❖ Шахсини тасдиқловчи ҳужжатни тақдим этиш;
- ❖ Олувчининг Ф.И.Ш.ини айтиш (қўшимча маълумот сифатида олувчининг телефон рақами)
- ❖ Олувчи пулни олиши мумкин бўлган давлатни танлаш.
- ❖ Пул ўтказмасини олиш учун миждозга қуйидагилар керак бўлади:
- ❖ Шахсини тасдиқловчи ҳужжатни тақдим этиш;
- ❖ Операторга пул ўтказмасининг назорат кодини, суммаси ва валютасини билдириш;

Хулоса

Давлатнинг рақобатга нисбатан сиёсати унинг маърифатли, маданий кўринишлари ва қоидаларини та'минлашга йўналтирилади. Бундай сиёсат ишлаб чиқаришни такомиллаштириш, маҳсулотларни самарали тақсимлашга, техника ва иқтисодий тараққиётга ёрдам беради, исте'молчиларнинг манфаатларини ҳимоя қилишга хизмат қилади.

Ўзбекистонда бозор иқтисодиётига ўтиш даврида ҳукумат томонидан иқтисодиётда рақобат муҳитини яратиш масаласига алоҳида э'тибор берилди. Жаҳондаги барча ривожланган давлатларда бўлгани каби Ўзбекистонда ҳам рақобат бўйича давлат сиёсати амалга оширилади. Шу мақсадда 1996-йил 15-мартда Молия вазирлиги ҳузурида Монополиядан чиқариш ва рақобатни ривожлантириш қўмитаси ташкил этилди. Кейинчалик, у мустақил давлат қўмитасига айлантирилди. Ўзбекистонда рақобатчилик муҳитини вужудга келтиришда нарх билан рақобатлашув усули танланди ва нархлар эркин қўйиб юборилди.

"Монополистик фаолиятни чеклаш тўғрисида"ги (1992-йил 3-август) қонунга кўра, нархларни монополлаштириш, бозорда атайлаб тақчиллик яратиш, рақобатнинг ғирром усуллари қўллаш ман этилади. "Исте'молчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида"ги (1996-й. 26-апрел) қонунига асосан, ғирром рақобатга йўл қўймайдиган механизмни яратишга ҳам алоҳида э'тибор берилган. "Товар бозорларида монополистик фаолиятни чеклаш ва рақобат тўғрисида" (1996-й. 27-декабр) қонунига ҳам соғлом рақобат муҳитининг ҳуқуқий шарт-шароитлари та'минлаб берилган.

Фойдаланилган адабиётлар

1. “Иқтисодиётнинг реал сектори корхоналарини кўллаб-қувватлаш, уларни барқарор ишлашнинг таъминлаш ва экспорт салоҳиятини ошириш чора-тадбирлари дастури тўғрисида”. 2008-йил 28-ноябр, Ўзбекистон Республикаси Президентининг Қарори
2. Ўзбекистон Республикаси «Тадбиркорлик фаолияти эркинлигини кафолатлари тўғрисида»ги қонуни. -Т.: «Адолат», 2000 й.
3. “Монополияга қарши ишларни тартибга солиш ва рақобатни ривожлантириш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”:
4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2010-йил 26-февралдаги Фармони, 2010-йил 9-март.
5. Махсулот (ишлар, хизматлар)ни ишлаб чиқариш ва сотиш харажатларининг таркиби ҳамда молиявий натижаларни шакллантириш тартиби тўғрисида НИЗОМ. 1999-йил 5-феврал. Ўзбекистон
6. "Исте'молчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида"ги (1996-й. 26-апрел)
7. "Товар бозорларида монополистик фаолиятни чеклаш ва рақобат тўғрисида" (1996-й. 27-декабр)
8. "Монополистик фаолиятни чеклаш тўғрисида"ги (1992-йил 3-август)
9. Шарифхўжайев М, Абдуллайев Ё. Менежмент. Ўқитувчи.
10. Зайнутдинов Ш. Н. ва бошқалар. Менежмент асослари. Ўқув қўлланма
11. Рашидова Ш. Турсунов Ш. “Алоқа корхоналарини ташкил этиш ва режалаштириш” фанидан маърузалар матни. Ўқув қўлланма. ТАТУ
12. <http://www.google.co.uz>
13. <http://www.aloqabank.uz>
14. <http://www.wikipedia.com>
15. <http://www.testing.uz>