

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O'RTA MAXSUS
TA'LIM VAZIRLIGI**

NAMANGAN MUHANDISLIK-TEXNOLGIYA INSTITUTI

Qo'lyozma huquqida

Muborakov Anasxon Avazxon o'g'li

**“Bozor iqtisodiyoti sharoitida raqobat mexanizmini
takomillashtirish”**

Mutaxassislik: 5340100 – “Iqtisodiyot”

Bakalavr akademik darajasini olish uchun

BITIRUV MALAKAVIY ISHI

Ilmiy raxbar:

I.f.n. dotsent I.Sobirov

Namangan-2015 yil

“Bozor iqtisodiyoti sharoitida raqobat mexanizmini takomillashtirish”

Kirish.....	3
I -bob. Raqobat – iqtisodiy kategoriya sifatida.....	

- 1.1. Raqobatning iqtisodiy mazmuni va ob`ektiv asoslari.....
- 1.2. Bozor iqtisodiyotiga o`tish sharoitida raqobatni rivojlantirish shart-sharoitlari.....
- 1.3. O`tish davri iqtisodiyotida raqobatning shakllari, usullari va amalga oshirish vositalari.....

II-bob. Iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida Namangan viloyati sanoat korxonalari faoliyati va raqobat muhiti tahlili.....

- 2.1. Namangan viloyati sanoat korxonalari faoliyati tahlili.....
- 2.2. Namangan viloyati sanoat korxonalari o`rtasida raqobat muhiti va uning tahlili.....

III- bob. Raqobatchilik mexanizmini takomillashtirishda davlatning monopoliyalarga qarshi siyosati va uning yo`nalishlari.....

- 3.1. o`zbekistonda davlatning monopoliyalarga qarshi qonunchiligi va uni ro`yobga chiqarish masalalari
- 3.2. Tabiiy monopoliyalarni davlat tomonidan tartibga solish va uning xususiyatlari.....

Xulosa.....

Foydalanilgan adabiyotlar ro`yxati.....

Ilovalar.....

KIRISH

Mavzuning dolzarbligi. O`zbekiston Respublikasi mustaqillikka erishgach, uning oldidagi eng muhim strategik masalalardan biri sifatida barqaror va sog`lom iqtisodiyotni shakllantirish vazifasi turar edi. Zero, barqaror

iqtisodiyotni shakllantirmay turib, aholi farovonligi va turmush darajasini yuksaltirib, barqaror iqtisodiy o`shish sur`atlariga erishib bo`lmaydi.

Shunga ko`ra, mamlakatimiz Prezidenti tomonidan ijtimoiy yo`naltirilgan bozor iqtisodiyotiga o`tishning har tomonlama asoslangan yo`li ishlab chiqildi va unga tayangan holda iqtisodiy islohotlar amalga oshirila boshlandi. Mazkur iqtisodiy islohotlarning ikkinchi bosqichida qo`lga kiritilishi lozim bo`lgan natijalardan biri – rag`batlantiruvchi raqobatchilik muhitini vujudga keltirishdan iboratligi ko`rsatib berildi. Chunki, «mulkchilik shakllari turlicha bo`lgan korxonalar o`rtasidagi raqobatchilik kurashi ularni ishlab chiqarishni boshqarishning ichki tashkiliy tizimlarini takomillashtirishga, texnika bilan qayta qurollantirishga, fan va texnika sohasidagi yangi yutuqlarni qo`llashga moyil bo`lishga, kam sarf-xarajat qilgan holda yanada yuqori sifatli va eng arzon narxda mahsulot ishlab chiqarishga undaydi. Pirovard natijada bu iqtisodiy va ilmiy-texnikaviy taraqqiyotning qudratli vositasi bo`lib xizmat qiladi».¹

Raqobat – bu murakkab ijtimoiy-iqtisodiy jarayon bo`lib, uning iqtisodiy mohiyatini va amal qilishining ob`ektiv asoslarini chuqur anglab yetish, bozor iqtisodiyotiga o`tish sharoitida raqobatni rivojlantirish shart-sharoitlarini aniqlash va ularni ta`minlash yo`llarini o`rganish mazkur mexanizmdan maqsadga muvofiq foydalanish, uning ijobiy ta`sirlari samarasini oshirish imkonini beradi. O`tish davri iqtisodiyotida raqobat kurashining namoyon bo`lish shakllari va usullari o`ziga xos xususiyat kasb etib, ulardan to`g`ri foydalanish iqtisodiyotda amalga oshirilayotgan mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish hamda iqtisodiyotni yanada erkinlashtirish jaryonlariga ahamiyatli ta`sir ko`rsatadi. O`z navbatida, raqobatchilik muhitining vujudga kelishi iqtisodiyotdagi tarkibiy o`zgarishlar mazmunini boyitib, ijtimoiy-iqtisodiy nuqtai nazardan samarali bo`lgan xo`jalik yuritish faoliyati, tarmoq va sohalarning keng va har tomonlama rivojlanishi uchun zamin yaratadi, ishlab chiqarish va iste`moldagi turli

¹ Karimov I.A. O`zbekiston buyuk kelajak sari. – T.: O`zbekiston, 1998, 339-b

yakkahukmronlik holatlariga barham beradi, xo`jalik mablag`lari va boshqa resurslarning samarali taqsimlanishi va harakatchanligiga turtki beradi.

Iqtisodiyotda raqobat muhitining shakllanishi o`ta murakkab jarayon hisoblanadi. Jahon amaliyoti ko`rsatishicha, ba`zi bir soha va tarmoqlar tabiatan raqobat muhitiga moyil bo`lsa, boshqa birlarida tabiiy va iqtisodiy monopoliyalarning vujudga kelishi uchun qulay shart-sharoit mavjud bo`ladi. Shuningdek, monopoliyalar turli iqtisodiy manfaatlar amal qilishining pirovard natijasi bo`lganligi uchun raqobat muhitini vujudga keltirish va rivojlantirish ko`plab to`siqlarga uchraydi. Mazkur jarayonda davlatning tartibga soluvchi kuchidan foydalanish muhimdir. Yuqoridagi sabablarga ko`ra raqobat muhiti shakllanishining o`ziga xos xususiyatlari va amal qilish mexanizmini takomillashtirish yo`nalishlarini o`rganish va nazariy asoslarini tadqiq etish dolzarb mavzu hisoblanadi.

**Muammoning o`rganilganlik darajasi.** Raqobatning iqtisodiy mohiyati, amal qilish mexanizmining ba`zi masalalari dastlab A.Smit, D.Rikardo, A.Marshall, Y.Shumpeter, J.Keyns, F.Xayek, E.Chemberlin, J.Robinson va boshqalarning ilmiy asarlarida tadqiq etilgan. Mazkur qoida va nazariyalarni rivojlantirishga MDX va xorijiy mamlakatlar iqtisodchi olimlari K.Verner, A.A.Kostusev, L.Melnik, M.E.Porter, A.Yu.Yudanov va boshqalar tomonidan sezilarli hissa qo`shilgan.

O`zbekiston Respublikasining bozor munosabatlariga o`tish davrida raqobat muhitini shakllantirishning dolzarb muammolari va ularni hal etish yo`llari Prezident I.A.Karimovning qator asarlarida bayon etilgan. Shuningdek, raqobat mexanizmining amal qilish xususiyatlari va uni yanada takomillashtirish muammolari qator iqtisodchi olim va mutaxassislar, jumladan, Yo.Abdullaev, X.P.Abulqosimov, A.Yu.Axmedov, A.U.Bahromov, E.T.Jumanov, T.T.Jumaqulov, T.T.Jo`raev, A.Islomov, G.Nodirxonova, D.S.Nosirxo`jaeva, G.K.Saidova, D.Tojiboeva, A.S.Usmonov, Ya.Sh.Fayzullaev, H.J.Xo`jaqulov, M.P.Eshov, A.Yuldashev va boshqalar tomonidan o`rganilgan. Biroq, bu

muammoga maxsus bag`ishlangan ilmiy ishlar hali xam yetarli emas, xususan, raqobat munosabatlarining nazariy jihatlarini tadqiq etishga qaratilgan ilmiy ishlar mamlakatda bozor munosabatlari shakllanishi bosqichida bajarilgan. Lekin bu tadqiqot ishida mamlakatda raqobat munosabatlari shakllanishi va rivojlanishining iqtisodiyotni erkinlashuv bosqichlaridagi muammolari tadqiq etilmagan. Iqtisodiyotning turli soha va tarmoqlari raqobatbardoshligini oshirishga bag`ishlangan qator tadqiqot ishlari ham amalga oshirilgan. Mazkur tadqiqotlar iqtisodiyotning muayyan tarmoq va sohasidagi raqobatbardoshlikni takomillashtirish muammolariga qaratilgan bo`lib, raqobatning iqtisodiy mazmuni va tabiatini ochib beruvchi nazariy masalalar e`tibordan chetda qolgan. Yuqoridagi sabablarga ko`ra, shakllanayotgan bozor iqtisodiyoti sharoitida raqobat mexanizmining amal qilish xususiyatlari, uning namoyon bo`lish shakl va tamoyillari, raqobat muhitini shakllanishi usul va vositalari, ularni takomillashtirish yo`nalishlarini yaxlit tizim sifatida tadqiq etish mavzuning dolzarbligini ko`rsatadi.

Bitiruv malakaviy ishining maqsad va vazifalari. bozor islohotlarini chuqurlashtirish sharoitida raqobat, uning amal qilish xususiyatlari, raqobat muhiti va mexanizmini shakllantirish va takomillashtirishning nazariy asoslarini o`rganish hamda ularni amaliyotga tatbiq etish yuzasidan ilmiy xulosa va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Ilmiy ishning maqsadidan kelib chiqqan holda, quyidagilardan iborat qilib belgilandi:

- raqobatning iqtisodiy mazmunini o`rganish va uning amal qilishining ob`ektiv asoslari mohiyatini yoritish;
- bozor iqtisodiyotiga o`tish sharoitida raqobatni rivojlantirish shart-sharoitlari va ularni shakllantirish yo`llarini aniqlash;
- o`tish davri iqtisodiyotida raqobat kurashining namoyon bo`lish shakllari, usullarini tahlil etish va uni amalga oshirish vositalarini takomillashtirish yuzasidan amaliy tavsiyalar ishlab chiqish;

- iqtisodiyotda raqobatchilik muhitini shakllantirishda mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish, erkinlashtirish jaryonlarining o`rnini ko`rsatib berish;

- iqtisodiyotdagi tarkibiy o`zgarishlar sharoitida raqobatchilik muhitining rivojlanish tamoyillari va ulardan samarali foydalanish yo`llarini aniqlash;

- O`zbekistonda davlatning monopoliyalarga qarshi qonunchiligini tahlil qilish va uni amalga oshirish mexanizmini takomillashtirish yo`llarini ishlab chiqish;

- respublikada tabiiy monopoliyalarni davlat tomonidan tartibga solishning o`ziga xos xususiyatlarini aniqlash;

- davlatning tovar va xizmat ishlab chiqaruvchilarga teng iqtisodiy sharoit yaratish vazifalarini samarali amalga oshirishning muhim chora-tadbirlarini belgilash.

Bitiruv malakaviy ishining predmeti bo`lib bozor munosabatlariga o`tish davrida raqobat va uni amal qilish mexanizmining nazariy asoslari hisoblanadi.

**Bitiruv malakaviy ishining ob`ekti.** bo`lib O`zbekistonda bozor iqtisodiyotiga o`tish davrida raqobat munosabatlarining amal qilish va rivojlanish xususiyatlari hisoblanadi.

Bitiruv malakaviy ishining nazariy va uslubiy asoslari sifatida O`zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning mamlakatni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yo`nalishlari belgilab berilgan asarlarida raqobat muhitini shakllantirish va monopol holatlarga barham berish bo`yicha bayon qilingan qoidalar, bozor iqtisodiyotiga o`tishda raqobat mexanizmining amal qilish muammolarini hal etish yuzasidan belgilab berilgan strategik asos va yo`nalishlar, yetakchi olim va mutaxassislarning raqobatning mohiyati va namoyon bo`lish shakllari, raqobat munosabatlarini yanada takomillashtirish muammolarini hal etishga qaratilgan ilmiy asarlaridan foydalanilgan. Shuningdek, ilmiy ishning ma`lumot bazasi tariqasida O`zbekiston Respublikasining raqobatni rivojlantirish va monopolistik faoliyatni cheklash bo`yicha qabul qilingan qonunlari va boshqa

meʼyoriy hujjatlari, Oʻzbekiston Respublikasi Iqtisodiyot vazirligi, Monopoliyadan chiqarish, raqobat va tadbirkorlikni qoʻllab-quvvatlash davlat qoʻmitasi, Statistika davlat qoʻmitasining maʼlumot va materiallari keng qoʻllanilgan. Asosiy ilmiy-nazariy qoidalarini ishlab chiqishda ilmiy mushohadalash, tahlil va sintez, induksiya va deduktsiya, statistik guruhlash, monografik tadqiq etish, taqqoslash kabi ilmiy tadqiqot usullaridan foydalanilgan.

Bitiruv malakaviy ishining ilmiy yangiligi quyidagilardan iborat:

- iqtisodiy adabiyotlarda raqobatga berilgan taʼriflarni tanqidiy tahlil qilish asosida malakaviy ishning mustaqil taʼrifi ishlab chiqilgan;

- raqobatbardoshlik darajasini aniqlashning nazariy masalalari chuqurlashtirilib, uning uslubiy asoslari takomillashtirilgan;

- tarmoqdagi iqtisodiy kontsentratsiyalashuv indeksi (Gerfindal indeksi)ni hisoblash usuli korxonalarning turli miqyoslariga tatbiqan takomillashtirilgan;

- iqtisodiyotdagi tarkibiy oʻzgarishlar asosida raqobat muhitining holatini ifodalovchi koʻrsatkichlar tizimi ishlab chiqilgan va ular asosida Oʻzbekistondagi raqobat muhitining rivojlanish jarayonlari tahlil qilingan;

- Oʻzbekistonda monopoliyaga qarshi qonunchilik tahlil qilinib, amaldagi qonunlarni yanada takomillashtirishga qaratilgan amaliy tavsiyalar berilgan;

- monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirish boʻyicha tarmoqlararo dasturni ishlab chiqish va amalga oshirish mexanizmini takomillashtirish boʻyicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Bitiruv malakaviy ishining ilmiy ilmiy va amaliy ahamiyati. Bitiruv malakaviy ishida ishlab chiqilgan ilmiy taklif va amaliy tavsiyalar Oʻzbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish, raqobatni va tadbirkorlikni qoʻllab-quvvatlash davlat qoʻmitasi tomonidan raqobatni rivojlantirish boʻyicha tarmoqlararo dasturlarni ishlab chiqishda, iqtisodiyotning turli tarmoqlaridagi raqobat muhitining rivojlanganlik darajasini tahlil qilishda, mamlakatda monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirishni tartibga soluvchi meʼyoriy hujjatlarni yanada takomillashtirishda qoʻllanilishi mumkin.

Tadqiqot ishi materiallaridan oliy o`quv yurtlari talabalariga iqtisodiy nazariya, makroiqtisodiyot fanlari, raqobat va monopoliyalarga oid maxsus kurslarni o`qitishda foydalanish mumkin.

Bitiruv malakaviy ishini tuzilishi va hajmi. Bitiruv malakaviy ishi tarkibi kirish, uch bob, xulosa, foydalanilgan adabiyotlar ro`yxati va ilovalardan iborat.

I-bob. Raqobat – iqtisodiy kategoriya sifatida.

1.1. Raqobatning iqtisodiy mazmuni va ob`ektiv asoslari.

Iqtisodiyot nazariyasi fanining kategoriyasi sifatida raqobat nisbatan uzoq vaqtlardan buyon mavjud bo`lgan tushuncha hisoblansada, iqtisodiy tabiatining murakkabligi bugungi kunda ham uning mohiyatini to`liq ochib berilgan, deyishga asos bo`la olmaydi. Chunki, raqobatning iqtisodiy mazmuni va ob`ektiv asoslarini ochib berish, uni ta`riflashdagi serqirralik, turfalilik va ziddiyatlar mazkur jarayon tadqiqoti mantiqiy jihatdan davom etayotganligini anglatadi.

«Raqobat» kategoriyasiga berilgan ko`plab ta`riflarning tahlili shuni ko`rsatadiki, aksariyat hollarda har bir ta`rif o`z muallifining muayyan fikr va qarashlarini tasdiqlash maqsadida shakllantirilgan bo`lib, ularda bu jarayon bilan bog`liq ko`plab jihatlarining alohida bir tomoni bo`rttirib ko`rsatilgan. Xolbuki, ilmiy kategoriyalar ta`rifining jarayon va hodisalar barcha jihatlarini qamrab olishi, ularning hamma tomonidan e`tirof etilishi, ixcham va qulay tuzilishga ega bo`lishi fanning samarasini yanada oshiradi. Shunga ko`ra, «raqobat» kategoriyasini tadqiq etishda mavjud ta`riflarning tanqidiy tahlili asosida ularning asosiy jihatlarini umumlashtirishga harakat qilamiz.

Shuningdek, «raqobat» tushunchasining bugungi kundagi mavjud ta`riflarining xilma-xilligi va ba`zi hollarda o`zaro ziddiyatli tomonlarga egaligi uni tahlil qilishning muayyan izchil va barqaror jihatlarini belgilab olishni taqozo etadi. Fikrimizcha, mazkur kategoriyaning mohiyatini to`liq aks ettiruvchi ta`rifga ega bo`lish uchun uni quyidagi jihatlarini nuqtai-nazaridan o`rganish maqsadga muvofiq hisoblanadi:

- 1) raqobatning predmeti, ya`ni maqsadi;

- 2) raqobat sub`ektlari, ya`ni uning ishtirokchilari;
- 3) raqobat motivi, ya`ni kelib chiqish sababi;
- 4) namoyon bo`lish shakllari.

Ta`kidlaganimizdek, hozirda raqobat tushunchasiga berilgan aksariyat ta`riflarda uning ba`zi bir jihatlariga to`xtalinib, to`liq mazmunini namoyon eta olmaydi. Jumladan, «Язык бизнеса» nomli iqtisodiy atamalar lug`atida: «Raqobat (lotincha concurrere – to`qnashuv; inglizcha competition, rivalry) – bozorda ishtirok etayotgan korxonalar o`rtasidagi o`z mahsulotlarini sotishning eng qulay imkoniyatlarini ta`minlash, xaridorlarning turli-tuman ehtiyojlarini qondirish maqsadidagi o`zaro ta`sir, o`zaro aloqa va kurash iqtisodiy jarayonidir»<sup>2</sup>, deb ifodalangan. Bundan ko`rinadiki, raqobatni nafaqat kurash, balki o`zaro ta`sir va aloqa jarayoni sifatida ham talqin etilgan. Biroq, raqobat ishtirokchilarini «bozorda ishtirok etayotgan korxonalar»dan iborat deb, ancha tor doirada belgilab berilgan. Xolbuki, raqobat ishtirokchisi sifatida nafaqat korxona, balki jismoniy shaxslar, umuman olganda, barcha iqtisodiy sub`ektlar hisoblanishi mumkin. Shu bilan bir qatorda, raqobat maqsadini «xaridorlarning turli-tuman ehtiyojlarini qondirish» sifatida belgilab, ma`lum noaniqlikka yo`l qo`yilgan. Chunki, bu o`rinda raqobatning asosiy maqsadi xaridorning emas, balki uning ishtirokchisi bo`lgan ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchining manfaatlarini to`laroq ro`yobga chiqarishdan iborat bo`lib, bu maqsadga erishish yo`lidagi harakatlar pirovardida xaridor yoki iste`molchilarning turli-tuman ehtiyojlarini qondirishga olib keladi. «Har bir tadbirkor erkin raqobat bozorida faqat o`zining shaxsiy maqsadlarini ro`yobga chiqarishga intiladi. Biroq, bozorning «ko`rinmas qo`l» qonunlari shunday ta`sir ko`rsatadiki, tadbirkor o`z manfaatlarini ro`yobga chiqarishga intilish orqali ayni paytda iste`molchilar keng ommasining manfaatlarini ro`yobga chiqaradi»³.

Raqobat predmeti va sababi nisbatan aniq va to`laroq ifodalangan ta`riflardan biri Sh.Shodmonov, R.Alimov, T.Jo`raevlar tomonidan tayyorlangan «Iqtisodiyot nazariyasi» o`quv qo`llanmasida uchraydi. Unda raqobat – bozor sub`ektlari

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

³ Горькова Т., Шаповалов Г. Стратегия конкурентной борьбы в предпринимательстве //Экономист, 2000, с.67.

iqtisodiy manfaatlarining to'qnashishidan iborat bo'lib, ular o'rtasidagi yuqori foyda va ko'proq nafililikka ega bo'lish uchun kurashni anglatadi, deb ta'riflanadi. Bundan ko'rinadiki, mualliflar bozor sub'ektlarining ikki tomon – ya'ni sotuvchi (ishlab chiqaruvchi) va xaridor (iste'molchi)lardan iboratligini nazarda tutib, raqobatning maqsadi ham ikkiga – yuqori foyda va nafililikka ega bo'lish uchun kurashdan iborat deb belgilaydilar. Bunda ishlab chiqaruvchilar o'rtasida sarflangan xarajatlarining har bir birligi evaziga ko'proq foyda olish uchun kurash boradi. O'z navbatida xaridorlar, ya'ni iste'molchilar sarflagan har bir so'm xarajati evaziga ko'proq nafililikka ega bo'lish uchun kurashadilar, ularning har biri arzon va sifatli tovar va xizmatlarga ega bo'lishga harakat qiladi.

Shu o'rinda ta'kidlash lozimki, fikrimizcha, bu ta'rif mualliflari ham raqobat ishtirokchilari sifatida bozor sub'ektlarini ko'rsatib, ma'lum noaniqlikka yo'l qo'yganlar. Chunki, tor ma'noda bozor – bu ayirboshlash jarayoni, uning sub'ektlari esa – sotuvchi va xaridorlardan iborat bo'ladi. Raqobat esa, turli iqtisodiy sub'ektlar o'rtasidagi munosabat sifatida nafaqat ayirboshlash jarayonini, balki ishlab chiqarish, taqsimot va iste'mol jarayonlarini ham qamrab oladi.

Shuningdek, iqtisodchi-olimlar A.O'lmasov va N.To'xlievlarning «Bozor iqtisodiyoti» qisqacha lug'at - ma'lumotnomasida: raqobat – mustaqil tovar ishlab chiqaruvchilar (korxonalar) o'rtasida tovarlarni qulay sharoitda ishlab chiqarish va yaxshi foyda keltiradigan narxda, katta hajmda sotish; umuman bozor iqtisodiyotida o'z mavqeini mustahkamlash uchun kurash. Raqobat asosi tovar ishlab chiqaruvchilarning mustaqil bo'lishi va o'z manfaati uchun kurash-intilishidan iborat, deb ta'kidlanadi.

Bundan ko'rinadiki, dastlab olimlarimiz raqobatga berilgan ta'rifda u faqat tovar ishlab chiqaruvchilar o'rtasida yuz beradi, deb ma'lum asossiz cheklashlarga yo'l qo'yadilar. Keyin esa, raqobat faqat tovarlarni sotuvchilar emas, balki xaridorlar o'rtasida ham yuz beradi; korxonalar kerakli vosita, xom ashyo, materiallar sotib olish, ishchi kuchini yollash uchun ham kurashadilar - deb qo'shimcha qiladilar.

Shu o`rinda raqobatning tovarlar o`rtasidagi o`zaro munosabat sifatida qaralishi ilmiy jihatdan noto`g`ri deb hisoblaymiz. Ma`lumki, iqtisodiyot nazariyasi fan sifatida kishilar o`rtasidagi iqtisodiy munosabatlarni o`rganadi. Raqobat kurashi ham, yuqorida qayd etilganidek, shunday munosabatlardan biri bo`lib hisoblanadi. Tovarlar esa, o`zida iste`mol va almashuv qiymatini mujassamlashtiruvchi mehnat mahsuli sifatida o`zaro munosabatga kirisha olmaydilar. Faqat kishilar o`rtasidagi raqobat munosabatlarini namoyon etishda vositachilik rolini o`ynaydilar.

Ma`lumki, kurash – bu yengib chiqish hamda g`olib bo`lish uchun harakat, turli vosita va usullarni ishga solish demakdir. Tovarlar esa raqobat jarayonida o`zlarining raqobatbardoshlik xususiyatlarini bevosita o`zgartira olmaydilar, ya`ni kurasha olmaydilar. Ularning bu jarayondagi ishtiroki passiv hisoblanadi. Tovarlarining raqobat kurashida yengib chiqishi ular ishlab chiqaruvchilarining xatti-harakati va salohiyatiga bog`liq bo`ladi.

Shundan kelib chiqqan holda firma va tarmoqlar, qolaversa mamlakatlar o`rtasidagi raqobat ham pirovardida ularning tarkib toptiruvchilari hisoblangan tovar ishlab chiqaruvchilar va iste`molchilar o`rtasidagi raqobat orqali namoyon bo`ladi.

Ba`zi bir manbalarda sotuvchilar yoki xaridorlar o`rtasidagi raqobat kurashining faqat o`zaro ravishda namoyon bo`lishi ta`kidlanadi: «Raqobat – bu sotuvchilar yoki xaridorlar o`rtasidagi munosabatlarning o`ziga xos xususiyatidir. Ayni vaqtda sotuvchi va xaridor o`zaro raqobatlashmaydilar, o`zaro bellashmaydilar, balki bitim uchun muvofiq keluvchi shart-sharoit izlaydilar»<sup>4</sup>. Bunga asoslangan holda, ba`zi bir mualliflar tomonidan «sotuvchilar (ishlab chiqaruvchilar) va xaridorlar (iste`molchilar) o`rtasida raqobat kurashi bo`lishi mumkin emas», degan qat`iy xulosa keltirib chiqariladi. Fikrimizcha, asossiz va shoshilinch ravishda chiqarilgan mazkur xulosa ma`lum munozara kasb etadi. Zero, raqobat – bu bozor munosabatlari ishtirokchilari o`rtasidagi eng yuqori

⁴ Бункина М.К. и др. Макроэкономика. – М.: Изд-во «Дело и Сервис», 2000, с.42.

samara olish, foydali bitim tuzish uchun kurash ekan, aynan shunday kurash sotuvchi va xaridorlar o`rtasida ham yuz beradi. Xususan, tovar ishlab chiqaruvchilari (sotuvchilari) imkon qadar ularni arzonroq ishlab chiqarish hamda ko`proq miqdorda va qimmatroq sotishga, yollanma ishchilar – kattaroq miqdorda ish haqi olishga; iste`molchilar – sifatliroq va arzonroq tovarlarni xarid qilishga harakat qiladilar. Bu kabi turli yo`nalishdagi manfaatlarning to`qnashuvi, o`zaro bir-biriga yon berish, sotuvchi va xaridorlarning erkin tanlovi, ba`zi birlarining bozordagi muvaffaqiyati, ba`zi birlarining muvaffaqiyatsizligi negizida raqobat paydo bo`ladi.

Ba`zi bir mutaxassislar raqobat va musobaqa tushunchalarini mazmunan bir xil deb hisoblaydilar: «Raqobat – tovar ishlab chiqaruvchilar (sotuvchilar) o`rtasidagi, umumiy holatda barcha bozor sub`ektlari o`rtasidagi musobaqa».⁵

Biroq, fikrimizcha, raqobat va musobaqa munosabatlari tavsifida ma`lum o`xshashlik va umumiylik mavjud bo`lsada, ular mazmun jihatidan bir xil bo`lgan tushunchalar emas. Musobaqa ham raqobat singari kurash jarayonini ifodalab, uning ishtirokchilari ham yetakchilikni qo`lga kiritish maqsadida o`zaro bellashadilar. Ammo bu bellashuv o`z mazmuni jihatidan raqobat ko`rinishidagi bellashuvdan farq qiladi. Agar musobaqa jarayoni uchun tomonlarning o`zaro hamkorligi, bir-birining ustun tomonlarini o`rganish va shu asosda umumiy natijani oshirishga intilish kabi belgilar xos bo`lsa, raqobat munosabatlari ko`proq ziddiyatli tavsif kasb etadi. Bu borada professor D.D.Moskvina musobaqalashuv mahsulot sifatining oshirilishiga, uni ishlab chiqarish xarajatlarining pasaytirilishiga, yangi mahsulot turlarining yaratilishiga, texnika va texnologiyaning takomillashuviga imkon yaratishini, ijodkorlikni, tashabbuskorlikni, malaka, kasbiy mahoratning oshirishini rag`batlantirishini, natijada jamiyat ishlab chiqaruvchi kuchlari rivojlanishining qudratli rag`bati sifatida maydonga tushirishini ta`kidlaydi. Biroq musobaqalashuvning turli shakllarda namoyon bo`lishi mumkinligini, raqobat esa o`z tavsifiga ko`ra boshqa

⁵ Райзберг Б.А. и др. Современный экономический словарь. – М.: ИНФРА-М, 1997, с.156.

shakllardan farq qilishini ko'rsatib beradi: «Raqobat – bu har bir tovar ishlab chiqaruvchi boshqa ishlab chiqaruvchilarning manfaati bilan hisoblashmasdan, o'z iqtisodiy manfaatini ko'zlovchi raqibchilik shaklidagi musobaqalashuv (bellashuv)dir. Buning natijasida raqobat ishlab chiqarish munosabati sifatida maydonga tushadi: iqtisodiy sub'ektning ijtimoiy ishlab chiqarish tizimidagi mavqeini saqlab qolish hamda uni takror ishlab chiqarishning qulay sharoitlariga erishish uchun antogonistik kurash. Shuning uchun ham raqobatning jamiyatning ijtimoiy tabaqalanishi, tengsizlik, qashshoqlik, ishlab chiqarish rivojlanishining beqarorligi va noaniqligi kabi ob'ektiv salbiy oqibatlari mavjud».

Bundan ko'rinadiki, «raqobatlashuv», «raqibchilik», «bellashuv», «musobaqalashuv» kabi tushunchalar bir-biridan farq qilib, ular iqtisodiy sub'ektlar o'rtasidagi munosabatlarning turli darajalarini ifodalash uchun qo'llaniladi. Mazkur tushunchalarning o'zaro nisbati va tafovutini ochib berishda E.Stepanova tomonidan urinishlar ahamiyatli o'rin tutib, ularni quyidagi jadval orqali ifodalash mumkin (1.1.1-jadval).

Yuqoridagi fikr-mulohazalarga tayangan holda «Tovar bozorlarida monopolistik faoliyatni cheklash va raqobat to'g'risida»gi qonunda keltirilgan, ya'ni: «Raqobat - xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning musobaqalashuvi bo'lib, bunda ularning mustaqil harakatlari har bir sub'ekt tomonidan tegishli tovar bozoridagi tovarlar muomalasining umumiy shart-sharoitlariga ta'sir ko'rsatish imkoniyatini cheklaydi»⁶ ta'rifining noaniqligini ta'kidlash mumkin.

1.1.1-jadval.

Raqobat bilan bog'liq tushunchalarning mohiyati va o'ziga xos xususiyatlari

<i>Kategoriyalarning nomi</i>	<i>O'ziga xos xususiyatlari</i>
Bellashuv	Yashash uchun kurash orqali namoyon bo'luvchi yetakchilikka, umuman g'alabaga intilish. Bellashuvning mavjud bo'lmasligi – inqiroz belgisidir. Musobaqa va raqobatga nisbatan umumiy tushuncha

⁶ O'zbekiston Respublikasi Qonuni. Tovar bozorlarida monopolistik faoliyatni cheklash va raqobat to'g'risida. 27 dekabr 1996 y., 3-moddasi.

	hisoblanadi.
Mehnatdagi raqibchilik	Mehnat sohasidagi bellashuv shakli, mehnatda o`zini ko`rsatish, yaxshi natijalarga erishish istagidir. U, xususan, mehnatdagi shaxsiy yutuqlarni ishlab chiqarish jarayoni boshqa ishtirokchilarining natijalari bilan o`lchash, taqqoslashni taqozo etadi. Mehnatdagi raqibchilik – umuman bellashuvga qaraganda nisbatan aniq tushunchadir.
Musobaqalashuv	Ijtimoiy ishlab chiqarish sohasidagi bellashuv shakli bo`lib, ishtirokchilar tomonidan erishilgan natijalarni ma`lum tarzda taqqoslash bilan bevosita bog`liq. Musobaqalashuv reytingni ko`tarish, maqomni oshirish tomon intilishni taqozo etadi. U mehnat jarayonining barcha ishtirokchilarini o`z o`rniga qo`yib, ularning tabaqalashuviga olib keladi.
Raqobat	Tovar munosabatlari sohasidagi bellashuv shakli, bozor raqibchiligidir. U xom ashyo va yarim tayyor mahsulotlarni xarid qilish va sotish, ishlab chiqarilgan mahsulotni sotishning nisbatan foydali sharoitlariga ega bo`lish, ko`proq foyda olish uchun kurashdir. Raqobat tovar ishlab chiqaruvchilarning tabaqalashuviga olib keladi, tovar ishlab chiqarishning regulyatori bo`lib maydonga tushadi.

Manba: Степанова Э. Соревнование или конкуренция? // Экономические науки, №9, 1991, с.140-142.

Chunki, birinchidan, yuqoridagi fikr-mulohazalarga binoan, raqobat xo`jalik yurituvchi sub`ektlarning o`zaro musobaqalashuvi emas, balki o`zaro kurashidir. Ikkinchidan esa, raqobat o`z ishtirokchilarining bozordagi tovarlar muomalasining umumiy shart-sharoitlariga ta`sir ko`rsatish imkoniyatini to`liq cheklay olmaydi. Bunday salohiyatga ega bo`lgan, ya`ni mukammal (sof) raqobat turi esa faqat nazariy jihatdan mavjud deb qabul qilinadi.

Ba`zi bir adabiyotlarda raqobatning nafaqat bozor iqtisodiyotiga, balki ma`muriy-buyruqbozlik tizimiga ham taalluqli ekanligi e`tirof etiladi. Jumladan, V.A.Chjen va boshqa mualliflar jamoasi tomonidan tayyorlangan «Bozor qonuniyati asoslari» kitobida hatto barcha moddiy resurslarga amalda ijtimoiy mulkchilikning bo`lishi, barcha asosiy qarorlarning markaziy davlat organlari tomonidan qabul qilinishi, ishlab chiqarishning rejalar asosida amalga oshirilishi

kabi vaziyatlarda ham xo`jalik sohasida raqobat kurashi faqat yashirin va buzilgan shakllarda mavjud bo`lganligi ta`kidlanadi. Bunda raqobat xo`jalik xodimlari o`rtasida – pastroq reja topshiriqlari olish uchun; davlat korxonalari o`rtasida – fondlar va limitlar uchun, foydali va ishonchli yetkazib beruvchilarga birkiritish uchun; tarmoqlar o`rtasida – resurslar olish uchun o`zaro kurash ko`rinishida namoyon bo`lishi ko`rsatiladi. Shuningdek, buyruqbozlik iqtisodiyoti sharoitlarida iste`molchilar o`rtasidagi raqobat nihoyatda kuchliligi, bunda raqobatning odat tusiga kirgan g`ayriqonuniy usullari tizimi, ya`ni ilg`or xodimlarni taqchil tovar xarid qilish huquqi bilan rag`batlantirish, tovarlarni davlat savdosidan olib yuqori narxlarda yashirin va jinoyatkorona sotish va h.k.lar yaratilganligi qayd etiladi.⁷

Fikrimizcha, ma`muriy-buyruqbozlik tizimining yuqorida ko`rsatib o`tilgan salbiy jihat va kamchiliklaridan kelib chiquvchi holatlarni raqobat kurashi sifatida belgilash to`g`ri bo`lmaydi. Shuningdek, shaklan turlicha, biroq mazmunan bir xil bo`lgan ijtimoiy mulkchilik sharoitida xo`jalik yurituvchi sub`ektlar o`rtasida sun`iy ravishda vujudga keltirilgan musobaqalar ham umuman raqobat tavsifiga mos kelmaydi.

Bu borada taniqli iqtisodchi-olim Yo.Abdullaevning fikrlarini keltirish o`rinlidir: bozor munosabatlari o`tmishdagi «sotsialistik musobaqani» mutlaqo tan olmaydi, u haqiqiy, ta`sirchan, rag`batlantiruvchi, erkin raqobatchilikni talab qiladi.

Ta`sirchan va rag`batlantiruvchi, erkin iqtisodiy raqobatni rivojlantirish evaziga ishlab chiqaruvchi va sotuvchilar ustidan xaridorlarning hukmronligi - o`rnatilib, bu bozor munosabatlarining mohiyatini belgilovchi sharoit hisoblanadi.<sup>8</sup> Raqobatning faqat erkin bozor iqtisodiyoti sharoitida to`laqonli amal qilishi hamda o`z mohiyatini to`liq namoyon eta olishini quyidagi jadval orqali kuzatish mumkin (1.1.2-jadval).

Professor Q.Abdurahmonov va boshqalar tahriri ostidagi iqtisodiyot nazariyasi darsligida raqobat tushunchasining serqirraligi uni aniq ta`riflash

⁷ Qaralsin: Bozor qonuniyati asoslari. V.A.Chjen tah. ost. –T., 1996, 138-139-b.

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

imkonini bermasligi, shunga ko'ra bu boradagi ba'zi bir nuqtai nazarlarga to'xtalib o'tish lozimligi ta'kidlanadi: A.Smit raqobatni bozordagi alohida sotuvchi va xaridorlarning nisbatan foydali sotish va xaridga erishish uchun bellashuvini ifodalovchi xulqiy kategoriya sifatida talqin etgan. Y.Shumpeter raqobat iqtisodiy o'sish nuqtai nazaridan yangi tovarlar, yangi texnologiyalar, ehtiyojlarni qondirishning yangi manbalari, tashkilotlar yangi turlarining eskilari bilan bellashuvini namoyon etadi, deb ta'kidlaydi.

Shundan kelib chiqqan holda, raqobatni maksimal foydani qo'lga kiritish, nisbatan qulay xo'jalik yuritish sharoitlariga ega bo'lish uchun tovar ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi kurash sifatida baholash mumkin.

Boshqa tomondan, raqobatni mahsulot ishlab chiqarish va sotish jarayonida, shuningdek kapital kiritish sohasida xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning o'zaro ta'sirini ta'minlovchi bozor mexanizmining elementi sifatida ko'rib chiqish mumkin. Raqobatning amal qilish shakli ijtimoiy ishlab chiqarishni tashkil etishning me'yor va qoidalari tizimi hisoblanib, uning asosida davlatning direktivalari, davlat va xususiy firmalardan iborat milliy xo'jalik amal qilishining bozor usullari yotadi.

Raqobatga ishlab chiqarishdagi bellashuvning ma'lum ijtimoiy-iqtisodiy shakli bilan bir qatorda bozor mexanizmining o'ziga xos unsuri sifatida qarashga asoslangan bunday yondashuv boshqa adabiyotlarda ham qo'llanilgan.

Jumladan, prof. D.Moskvinning ta'kidlashicha, «raqobat shuningdek ijtimoiy ishlab chiqarishni muvofiqlashtirishning murakkab mexanizmi hisoblanadi.

1.1.2-jadval.

«Raqobat»ning turli iqtisodiyot sharoitlaridagi qiyosiy tavsifnomasi

<i>Ma'muriy-buyruqbozlik iqtisodiyoti sharoitida</i>	<i>Erkin bozor iqtisodiyoti sharoitida</i>
- Raqobat «sotsialistik musobaqa» bilan almashtirilib kelindi. «Raqobat» so'zini ishlatish taqiqlanar edi. - Musobaqa kim o'zish, kim yaxshi	- Raqobat rag'batlantiruvchi iqtisodiyotni harakatga soluvchi kuchdir. Shu sababli u bozor iqtisodiyoti mexanizmida asosiy o'rin

natijalarga erishish uchun boʻlgan qalbaki bellashuv edi. Chunki erishilmagan yutuq va bajarilmagan koʻrsatkichlarga erishilishi «raqamlar»da taʼminlanardi. - Sotsialistik musobaqadagi majburiy safarbarlik usuli: -tashabbuskorlik ruhini soʻndirardi; -sifatini yaxshilash va ishlab chiqarish xarajatlarini pasaytirish imkonini bermas edi; -«yalpi mahsulot» mafkurasi hukmronligida musobaqa koʻrsatkichlari koʻpincha miqdoriy koʻrsatkichlarga qarab bajarilar edi.	oladi. - Raqobat rejalashtirilmaydi va qattiq nazorat ostiga olinmaydi. Raqobatchilikni bozordagi: -talab va taklif; -narx-navo; -oligopoliya va monopoliya darajasi; -davlatning antimonopol siyosati belgilaydi. - Raqobat majburiy safarbarlik boʻlmaydi. Bu yerda halol va erkin iqtisodiy raqobatni rivojlantirish evaziga ishlab chiqaruvchilar ustidan xaridorlarning hukmronligi oʻrnatiladi.
--	--

Manba: Abdullaev Yo. Bozor iqtisodiyoti asoslari: 100 savol va javob. – T.: «Mehnat», 1997, 58-b

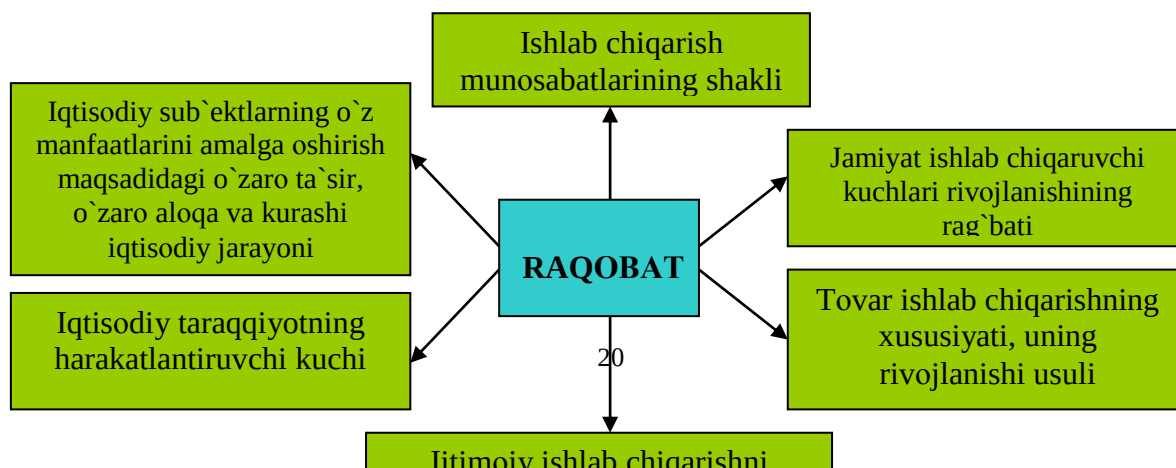
Raqobatga asoslangan tizim – bu narxlar va bozorlar tizimi, millionlab turli individuumlarning bilim va xatti-harakatlarini birlashtirishga xizmat qiluvchi aloqa mexanizmi orqali harakat qiluvchi gʻayriixtiyoriy muvofiqlashtirishning murakkab mexanizmidir. U oʻziga xos ichki tartibga ega boʻlib, oʻzining maxsus qonuniyatlariga boʻysunadi».

Umumiy tarzda, raqobatning mohiyatini ochib berishda muhim ahamiyat kasb etuvchi jihatlarni quyidagi chizma yordamida tasvirlash mumkin (1.1.1-chizma).

Har bir bozor oʻzining xususiyatlariga ega boʻlishiga qaramay, raqobatning mohiyati uning tabiati va intensivligini ochib berish va baholash imkonini beruvchi yagona kontsepsiya orqali ifodalanishi mumkin.

1.1.1-chizma.

Raqobatning mohiyatini belgilab beruvchi asosiy jihatlar



Chizma: muallif tomonidan tayyorlandi.

Taniqli amerikalik olim M.E.Porterning tadqiqotlariga ko`ra, alohida bozordagi raqobatning holatini beshta raqobat kuchi orqali tavsiflash mumkin:

1. Raqobatlashuvchi sotuvchilar o`rtasidagi bellashuv (har bir firma raqobat afzalliklaridan foyda olish va qulay mavqega ega bo`lish uchun o`zining shaxsiy raqobat strategiyasiga amal qiladi).

2. Bir-birini o`rnini bosuvchi va narx nuqtai nazaridan raqobatbardosh bo`lgan tovarlar o`rtasidagi raqobat (o`rnini bosuvchi tovarlar tomonidan yuzaga kelgan xavf tufayli vujudga kelgan raqobat kuchlari).

3. Yangi raqobatchilarning paydo bo`lish xavfi (yangi raqobatchilar paydo bo`lishi xavfi tufayli vujudga kelgan raqobat kuchlari).

4. Mol yetkazib beruvchilarning iqtisodiy imkoniyatlari va savdo qobiliyatlari (mol yetkazib beruvchilarning imkoniyatlari va savdo qobiliyatlari tufayli vujudga kelgan raqobat kuchlari).

5. Xaridorlarning iqtisodiy imkoniyatlari va savdo qobiliyatlari (xaridorlarning iqtisodiy imkoniyatlari va savdo qobiliyatlari tufayli vujudga kelgan raqobat kuchlari).

Shu o`rinda, yuqoridagi fikr-mulohazalarimizga asoslangan holda, M.Porter tomonidan ko`rsatilgan «bir-birini o`rnini bosuvchi va narx nuqtai nazaridan raqobatbardosh bo`lgan tovarlar o`rtasidagi raqobat» jumlasini ham noo`rin qo`llanganligini, uni «...raqobatbardosh bo`lgan tovarlar ishlab chiqaruvchilari o`rtasidagi raqobat» - deb ko`rsatilishi mantiqan to`g`riligini ta`kidlash maqsadga muvofiqdir.

Raqobatning iqtisodiy mohiyatini ochib berishda uning afzalliklariga to'xtalib o'tish lozim. Raqobatning afzalliklari umumiy holda quyidagi jihatlar orqali namoyon bo'ladi:

- mahsulot birligiga mehnat sarfini kamaytirishi, ilg'or texnologiyalarni ishlab chiqishi va joriy etishi, mahsulot sifatini yaxshilashi va narxini pasaytirishni rag'batlantirishi;

- iqtisodiy sub'ektlar orasidan eng yaxshi vosita va sharoitlarga ega bo'lgan hamda ulardan boshqalarga nisbatan mahorat bilan foydalana oladiganlarni tanlab olishi;

- ishlab chiqarishni kengaytirish va ratsionallashtirishga imkon yaratishi;

- raqobat ishtirokchilari faoliyati natijalarini taqqoslash, tekshirish va sinash asosida xo'jalik yechimlarining eng samarali yo'lini topishga yordam berishi;

- iste'molchilar talabini yuqori darajada qondirilishiga, iqtisodiyot umumiy samaradorligining oshishiga imkon yaratishi va h.k.

Barcha ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlar singari raqobatning iqtisodiy mazmuni bir qator tamoyillar orqali namoyon bo'ladi. Raqobat tamoyillari o'z tabiatiga ko'ra turli-tuman bo'lib, aksariyat hollarda iqtisodiy adabiyotlarda ularning ma'lum jihatlarini qamrab olish bilan cheklaniladi. Jumladan, M.Eshov raqobat tamoyillariga quyidagilarni kiritadi:

- qatnashchilar sonining cheklanmaganligi;
- bozorga kirish va bozordan chiqib ketishning erkinligi (bu xo'jalik faoliyatining erkinligini nazarda tutadi);
- turli mulk shakllarining mavjudligi;
- iste'molchilarga nisbatan hech qanday cheklashning mavjud bo'lmasligi;
- moddiy, mehnat, moliyaviy va boshqa resurslarning harakatchanligi (bu mazkur resurslarning eng samarali kombinatsiyasini qo'llash asosida ishlab chiqarishning kengayishi va xizmat ko'rsatish hajmining o'sishini rag'batlantiradi);

- raqobat kurashi qatnashchilarining talab va taklif, narx, foyda normasi to'g'risidagi axborotlar bilan ta'minlanganligi;
- bozor qatnashchilaridan birining boshqalar tomonidan qabul qilingan narx to'g'risidagi qarorlariga ta'sir o'tkaza olmasligi va boshqalar.

Yuqoridagilardan ko'rinadiki, sanab o'tilgan tamoyillar umumiy tavsif kasb etadi, ya'ni ular sof, ideal raqobat holati uchun xos bo'lgan belgilarni namoyon etadi. Holbuki, raqobatning amal qilish darajasiga ko'ra turli holatlari (masalan, nomukammal raqobat shakllari) mavjud bo'lib, har bir muayyan holatdagi tamoyillarning mazmuni ham bir-biridan farqlanadi. Shunga ko'ra, raqobat tamoyillarini belgilashda ularning turlari nuqtai nazaridan yondashish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Ko'rib chiqilgan fikr va mulohazalar shundan dalolat beradiki, iqtisodiy munosabat sifatidagi raqobatning mazmuni juda serqirradir. Shundan kelib chiqqan holda, iqtisodiy adabiyotlarda unga berilgan ta'riflar ham turli-tuman bo'lib, ba'zi o'zaro zid keluvchi holatlar ham uchraydi. Aksariyat ta'riflar raqobat jarayonining ayrim jihatlarini ifodalab, uning umumiy mohiyatini ifodalay olmaydi.

«Raqobat» kategoriyasiga berilgan ta'riflar tahlili asosida unda quyidagi asosiy jihatlarining aks ettirilishi lozim deb hisoblaymiz:

- raqobatlashuv maqsadining umumiy (ijtimoiy-iqtisodiy hayotda mustahkam mavqeni egallash) va alohida (ishlab chiqaruvchi va sotuvchilar uchun – olinayotgan foydani yuqori darajaga yetkazish; iste'molchi va xaridorlar uchun – olinayotgan nafililikni yuqori darajaga yetkazish) tomonlarining mavjudligi;
- raqobat jarayonida turli iqtisodiy sub'ektlar (ishlab chiqaruvchilar, iste'molchilar, sotuvchilar, xaridorlar va h.k.lar)ning ishtirok etishi;
- raqobatning turli iqtisodiy jarayon va faoliyatlarni (iqtisodiyotning turli soha va tarmoqlaridagi ishlab chiqarish, taqsimot, ayirboshlash va iste'mol jarayonlarini) qamrab olishi;
- raqobatning asosini iqtisodiy manfaatlarning ro'yobga chiqarilishi tashkil etishi;

- raqobatning o`zaro kurash shaklidagi iqtisodiy munosabat ekanligi.

Shunga ko`ra, yuqoridagi tahlil va xulosalar asosida raqobatga quyidagicha ta`rif berish maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz: raqobat – bu iqtisodiy sub`ektlarning turli iqtisodiy jarayon va faoliyatlardan olinuvchi foyda va naflilikni yuqori darajaga yetkazish orqali ijtimoiy-iqtisodiy hayotda mustahkam mavqeni egallashdan iborat iqtisodiy manfaatlarini ro`yobga chiqarish uchun o`zaro kurash shaklida maydonga tushuvchi iqtisodiy munosabatdir.

Raqobatning iqtisodiy mazmuni va ob`ektiv asoslari uning rivojlanish shart-sharoitlarini o`rganish orqali yanada to`laroq ochib beriladi.

1.2. Bozor iqtisodiyotiga o`tish sharoitida raqobatni rivojlantirish shart-sharoitlari.

Bozor iqtisodiyotiga o`tish davri o`z ichiga eski, samarasiz xo`jalik yuritish mexanizmi o`rniga bozor munosabatlarini shakllantirishga qaratilgan maxsus chora-tadbirlar tizimini oladi. Bu chora-tadbirlar orasida sog`lom raqobat muhitini yaratish masalasi alohida o`rin tutadi. Bozor iqtisodiyotiga o`tish jarayonini nisbatan ilgari boshidan kechirgan mamlakatlar tajribasining ko`rsatishicha, raqobat munosabatlarini rivojlantirish ancha murakkab va uzoq davrni oluvchi jarayon hisoblanadi.

Sog`lom raqobatni rivojlantirishda aksariyat hollarda o`tish davri iqtisodiyoti uchun xos bo`lgan quyidagi muammolarni bartaraf etish bo`yicha chora-tadbirlar tizimi ishlab chiqilishi muhim ahamiyat kasb etadi:

- davlatni iqtisodiyotga aralashuvining kuchliligi;
- tarmoqlar tuzilishidagi nomuvofiqliklar va ishlab chiqarishda yuqori texnologiyalarning yetishmasligi;
- soha va tarmoqlar miqyosidagi raqobatda adolat mezonlarining buzilishi;
- mansabdor shaxslar tomonidan tadbirkorlik faoliyati borasida suiiste`mollik holatlariga yo`l qo`yilishi;

- narx belgilashda monopol mavqening saqlanib qolishi, xususan iqtisodiyotning agrar va industrial sektorida narxlarning keskin farqlanishi;
- mamlakatga tovarlarning kontrabanda yo`li bilan kirib kelishi;
- faoliyat turini va daromadlarni yashirish holatlarining mavjudligi;
- sog`lom pul muomalasi uchun hozirgi sharoitdan kelib chiqadigan bozor infratuzilmasining yetarli emasligi;
- milliy valyutani xorij valyutalariga erkin almashtirish imkoniyatlarining cheklanganligi;
- sub`ektlarning bozor iqtisodiyoti qoidalarini chuqur tushunib yetmasliklari;
- iqtisodiy jinoyatchilik holatlarining mavjudligi.

Rivojlangan mamlakatlar iqtisodiyotida raqobat bozor xo`jaligining ajralmas qismi yoki xususiyati sifatida tabiiy ravishda paydo bo`lib, iqtisodiy taraqqiyotning yuksalishi bilan rivojlanib borgan. Uzoq yillar davomida ma`muriy buyruqbozlik tartibi hukmron bo`lgan, bozor munosabatlari tan olinmagan mamlakatlarda raqobat mexanizmini turli vositalar orqali shakllantirishga to`g`ri keladi. Shunga ko`ra iqtisodiyotning o`tish davri sharoitida raqobat munosabatlarini rivojlantirishning mavjud real imkoniyatlarini hisobga olish muhim rol o`ynaydi.

Hozirda sobiq ma`muriy-buyruqbozlik tizimi amal qilgan mamlakatlarda ham raqobat munosabatlarining shakllanishi borasida muhim o`zgarishlar yuz berdi. Eng avvalo, yaqin vaqtlargacha hukmron mavqega ega bo`lgan ma`muriy-buyruqbozlik tizimining g`oyaviy qarashlari yemirilib, raqobatsiz iqtisodiyotning samarali amal qila olmasligiga ishonch shakllandi. Ikkinchidan, mazkur mamlakatlarda raqobatni davlat tomonidan qo`llab-quvvatlash va tartibga solish chora-tadbirlari ishlab chiqilib, amalga oshirilmoqda. Va nihoyat, uchinchidan, raqobatni hali keng joriy qilish imkoni mavjud bo`lmagan jabhalarda ham bozor munosabatlarini chuqurlashtirishga harakat qilinmoqda.

Bozor iqtisodiyotiga o`tish davrida raqobatning amal qilishi uchun taqozo etiladigan shart-sharoitlar sifatida, eng birinchi navbatda, bozor munosabatlarining qaror toptirilishini ajratib ko`rsatish mumkin. Chunki, bozor munosabatlarining

qaror topishi va rivojlanishi ayni paytda raqobatchilik muhitining ham shakllanib borishini anglatadi.

Rivojlangan bozor iqtisodiyotiga ega mamlakatlarda raqobatchilik muhiti uzoq davr davomida tabiiy-evolyutsion yo'l bilan vujudga kelgan. Natijada samarali bozor mexanizmining shakllanishi erkin raqobat muhitini keltirib chiqargan.

Raqobatning to'laqonli amal qilishi iqtisodiy jarayonlarning erkinligini taqozo etadi. Iqtisodiyotdagi faoliyat va jarayonlarning erkinligining har qanday ko'rinishdagi cheklanishi o'z navbatida raqobatning ham cheklanishi holatlariga olib keladi. Bugungi kunda ma'muriy-buyruqbozlik tizimidan bozor iqtisodiyotiga o'tayotgan ko'plab mamlakatlar uchun erkinlashtirish jarayonlarini amalga oshirish xos bo'lib, bu jarayon orqali quyidagi holatlarga erishish ko'zda tutiladi:

- mulkchilik va xo'jalik yuritishning turli shakllarini rivojlantirish orqali ko'p ukladli iqtisodiyotni shakllantirish;

- mulkchilik sohasidagi davlat monopolizmiga barham berib, xususiy sektorni rivojlantirish;

- iqtisodiyotda raqobat muhitini yaratish, monopoliya holatlarini bartaraf etish va tartiblashni takomillashtirish;

- xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning iqtisodiy va moliyaviy mas'uliyatlarini oshirish, ular faoliyatiga davlatning aralashuvini cheklash;

- bozor infratuzilmasini rivojlantirish, moliya va bank tizimini takomillashtirish, bank islohotlarini jadallashtirish;

- tashqi iqtisodiy faoliyat hamda valyutani tartibga solishni erkinlashtirish va boshqalar.

Ko'rib chiqilgan holatlar iqtisodiy sub'ektlar faoliyat erkinligini ta'minlab, ularning tanlash imkoniyatiga ega bo'lishiga hamda raqobat muhitining rivojlanishiga asos yaratadi.

Bozor iqtisodiyotiga o'tish sharoitida raqobatni rivojlantirish shart-sharoitlardan yana biri – sog'lom raqobatni ta'minlashga yo'naltirilgan me'yoriy-

huquqiy asosning yaratilishi hisoblanadi. Har bir ijtimoiy-iqtisodiy jarayonning huquqiy asosi va kafolatlarini ta'minlamay turib, uning ijobiy samarasi to'g'risida o'ylash aslo mumkin emas. Shunga ko'ra, respublikamizda asosan iqtisodiyotdagi monopol holatlarning oldini olish borasidagi («Monopolistik faoliyatni cheklash to'g'risida», «Tovarlar bozorlarida monopolistik faoliyatni cheklash va raqobat to'g'risida», «Tabiiy monopoliyalar to'g'risida»gi) hamda iste'molchilarning huquqlarini himoya qilish borasidagi («Iste'molchilar huquqlarini himoya qilish to'g'risida», «Reklama to'g'risida»gi) qonunlari ishlab chiqildi va qabul qilindi.

Mutaxassislarning ta'kidlashicha, o'tish davri iqtisodiyotida raqobatni rivojlantirish uchun raqobatning qonuniy va me'yoriy-huquqiy bazasini quyidagi yo'nalishlarda takomillashtirib borish zarur:

- monopoliyaga qarshi tartibga solish sohasida progressiv xalqaro tajribalarni joriy etish;
- shakllangan raqobat muhiti himoyalash;
- boshqaruv organlari tomonidan raqobatga qarshi harakatlarni amalga oshirmaslik yuzasidan doimiy nazorat darajasini kuchaytirish;
- moliya bozorlari sub'ektlarining raqobatini cheklashi mumkin bo'lgan turli xil harakatlari ustidan nazoratni o'rnatish bo'yicha qonuniy chora-tadbirlarni ko'rish;
- monopolist-korxonalar tomonidan belgilanadigan narxlarni deklaratsiya qilish usulidan ularni kuzatish usuliga o'tish va boshqalar.

Iqtisodiyotda monopollashuv jarayonlarining kuchayishi raqobat munosabatlarini cheklab, iqtisodiy taraqqiyotga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Shu sababli davlat raqobatchilik muhitini qo'llab-quvvatlash vazifasini ham bajarib, bu boradagi chora-tadbirlar tizimi uning monopoliyaga qarshi siyosatida o'z aksini topadi. Monopoliyaga qarshi siyosat har bir mamlakatdagi aniq vaziyat, ya'ni iqtisodiyotning monopollashuv darajasi, uning miqyosi va tavsifidan kelib chiqqan holda quyidagi yo'nalishlarga qaratiladi:

- iqtisodiyotda erkin raqobat muhitini shakllantirish;

- mavjud raqobat muhitini muhofaza qilish, saqlash, zarur hollarda qaytadan tiklash;

- raqobatning samarali usullarini qaror toptirish;

- monopol tuzilmalarning paydo bo'lishiga olib keluvchi holatlarning oldini olish va hokazo.

Shunga ko'ra, bozor iqtisodiyotiga o'tish sharoitida raqobat shart-sharoitlarini shakllantirishning muhim yo'nalishi – xo'jalik yurituvchi sub'ektlar o'rtasida kelishgan holda amalga oshiriluvchi noqonuniy harakatlar va bitimlar ustidan davlat nazoratini olib borish hisoblanadi. Bu ko'rinishdagi harakatlar kartel bitimlari deb atalib, ular tovarlar bozoriga sezilarli ta'sir ko'rsatuvchi salbiy oqibatlarni keltirib chiqarishi, raqobatga to'sqinlik qilish orqali narxlarni sun'iy ravishda oshirishi, pirovardida ishlab chiqarishni takomillashtirish jarayonining susaytirishi mumkin.

Bozorda bir qancha raqobatlashuvchi sub'ektlar o'rniga yagona, yuqori darajada bozor hukumronligiga ega bo'lgan va mavjud shart-sharoitlarga ta'sir ko'rsata oladigan xo'jalik yurituvchi sub'ektning paydo bo'lishi mazkur sohani tartibga solishni taqozo etadi. Chunki, iqtisodiy kontsentratsiyalar natijasida bozorda yangi monopolist korxonalarning paydo bo'lish imkoniyati oshadi.

Monopol holatlarni keltirib chiqaruvchi turli bitimlar ustidan nazorat barcha mamlakatlarda maxsus idoralar tomonidan olib boriladi. Masalan, O'zbekistonda bu vazifani Monopoliyadan chiqarish, raqobat va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash Davlat qo'mitasi amalga oshirsa, AQShda Federal savdo komissiyasi va Adliya Departamentining trestlarga qarshi boshqarmasi, Rossiya Federatsiyasida Monopoliyaga qarshi siyosat va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash vazirligi, Yevropa Ittifoqida Raqobat bo'yicha komissiya bajaradi. Bu idoralar faoliyatida ham iqtisodiy kontsentratsiyalar, ya'ni xo'jalik sub'ektlarining qo'shilishi, qayta tashkil etilishi, boshqa sub'ektlarning aktsiyalari nazorat paketini sotib olish, xolding kompaniyalari va moliya-sanoat guruhlarini tashkil qilish ustidan nazorat olib borish asosiy yo'nalishlardan hisoblanadi.

Bugungi kunda raqobatni rivojlantirish shartlaridan biri – iqtisodiyotda korxonalarning sun'iy ravishda ustunlik mavqeiga ega bo'lishi uchun imkon yaratmaslikdir. Bu boradagi eng samarali chora-tadbirlar sifatida monopolist-korxonalarning tovar bozoridagi egallab turgan ustunlik mavqeini suiste'mol qilishning oldini olish va unga yo'l qo'ymaslik bo'yicha nazorat olib borish maydonga tushadi.

Ustunlik mavqeiga ega bo'lgan korxona tovar bozorlarida yuzaga kelgan munosabatlarga o'z ta'sirini ko'rsatish imkoniyatiga ega bo'ladilar. Ba'zida iste'molchilar monopolistik korxonalar tomonidan ishlab chiqariladigan ma'lum bir tovarlarga ehtiyojining yuqori bo'lganligi sababli, ularning turli xil noqonuniy shartlariga ko'nishga majbur bo'ladilar.

Monopolistik korxonalarning bozordagi ustunlik mavqeini suiste'mol qilish o'z-o'zidan tovarlar va xizmatlar narxining asossiz ravishda o'sish va sifatining pasayishiga olib keladi. Bundan tashqari, ustunlik mavqeini suiste'mol qilishning salbiy oqibatlardan biri – tovar bozorlarida iste'molchilar o'rtasida notenglik holatlarini yuzaga keltirish, ya'ni ayrim iste'molchilarga mahsulot yetkazib berish yoki xizmatlar ko'rsatishdan asossiz ravishda bosh tortish, monopol qimmat narxlarda sotish va boshqalarga olib keladi.

Bozor munosabatlarida sog'lom raqobat muhitini shakllantirish asoslaridan yana biri monopoliyaga qarshi qonunchilikning ishlab chiqilishi va unga amal qilishning ta'minlanishi hisoblanadi. Monopoliyaga qarshi qonunchilik amaliyotida tez-tez sodir bo'ladigan qonunbuzarliklardan biri bu – nohalol (g'irrom) raqobatdir. Bunday raqobat ko'rinishlari sifatida raqobatdosh korxonalarning tovar belgilaridan foydalanish, ularning mahsulotlarini qalbakilashtirish, raqobatchilarning tijorat sirlarini oshkor etish, ularning mahsulotlari to'g'risida yolg'on va noaniq ma'lumotlarni tarqatish kabilarni keltirish mumkin.

Bozor munosabatlarining shakllanishi davrida raqobat muhitini vujudga keltirish tabiiy monopoliyalar borasidagi maxsus siyosatning ishlab chiqilishini

taqozo etadi. Chunki, iqtisodiyotning ba'zi soha va tarmoqlarida raqobat muhitini shakllantirish iqtisodiy jihatdan maqsadga muvofiq bo'lmay, ular tarkibidagi korxonalarni «tabiiy monopoliya sub'ektlari» deb ataladi. Ularning faoliyatlarida tabiiy, texnologik va iqtisodiy tavsifdagi yakkahukmronlik unsurlari mavjud bo'ladi. Odatda tabiiy monopoliya sub'ektlari tarkibiga neft, gaz, ko'mir qazib chiqarish, elektr va issiqlik energiyasi ishlab chiqarish va uzatish, elektr va pochta aloqasi, suv quvurlari va kanalizatsiya, aeroportlar, temir yo'lda yuk tashish xizmatlari va boshqa soha va tarmoqlar kiritiladi.

O'tish davri iqtisodiyoti mamlakatlari tajribalaridan kuzatilishicha, bozor munosabatlarining shakllanishi sharoitida raqobat muhitining vujudga kelishida quyidagi salbiy omillar ta'sir ko'rsatadi:

- mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish jarayonlari mexanizmlarining samarali amalga qilmasligi oqibatida yangi monopol tuzilmalarning paydo bo'lishi;

- xo'jalik yuritish turli sub'ektlarining (miqyosi, mulkchilik va tashkiliy-huquqiy shakli jihatidan) ishlab chiqarish sharoitlari va imkoniyatlarining teng emasligi;

- iqtisodiyotga, xususan tadbirkorlik faoliyatiga davlat organlari aralashuvining kuchliligi;

- kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning rivojlanishida turli ko'rinishdagi to'sqinliklarning mavjudligi;

- monopol tuzilmalarning tashkil topishi, narxning shakllanishi, tashqi iqtisodiy faoliyat va boshqa sohalarda turli suiiste'molchiliklarning ro'y berishi.

Shunga ko'ra, o'tish davri iqtisodiyotida raqobatni rivojlantirishga qaratilgan quyidagi choralarning amalga oshirilishi maqsadga muvofiqdir:

- mulkni qayta taqsimlash natijasida yangi monopol tuzilmalar paydo bo'lishiga yo'l qo'ymaslik, tarmoqlarda iqtisodiy markazlashuv, jumladan, davlat korxonalarini xususiylashtirish va mulk oldi-sotdilarini amalga oshirish ustidan nazoratni kuchaytirish;

- tovar bozorlarida xo`jalik yuritish (xom ashyo, kredit va valyuta resurslari olish) uchun teng imkoniyat va imtiyozlar yaratib berish;
- xo`jalik yurituvchi sub`ektlar faoliyatiga davlat boshqaruvi va hokimiyati organlari ta`siriga barham berish;
- kichik va o`rta biznes hamda tadbirkorlikning rivojlanishiga ko`maklashish (konsalting, marketing xizmati va bank-kredit vositalarini takomillashtirish, o`zaro munosabatlarni mumkin qadar soddalashtirish);
- shartnomaviy (erkin) narxlar shakllanishining huquqiy asosini takomillashtirish, bozordagi suiiste`molchiliklarni nazorat qilish va ularga barham berish maqsadida monopoliyaga qarshi kurash va boshqaruv uslublarini yanada takomillashtirish.

Bozor munosabatlari sharoitida raqobat muhitini rivojlantirish shart-sharoitlarining to`liq ta`minlanishi pirovardida milliy iqtisodiyotning, unda faoliyat yuritayotgan tovar ishlab chiqaruvchilarning raqobatbardoshlik darajasini oshiradi.

Boshqa yondashuvlarga ko`ra, «raqobatbardoshlik – bu tovar hamda shunga muvofiq ravishda tovar ishlab chiqaruvchining shunday ko`rinishdagi boshqa tovarlar va ularning ishlab chiqaruvchilari bilan raqobatlashuv chog`ida muayyan bozorda (bozorlarda) o`z mavqeini egallash va ushlab tura olish qobiliyati»,⁹ - demakdir.

Raqobatbardoshlik darajasini aniqlashda turlicha yondashuvlar mavjud. Jumladan, E.Jumanovning fikricha, tahlil qilinayotgan ob`ektning raqobatbardoshligini miqdor jihatdan ham o`lchash maqsadga muvofiqdir, chunki bu holat raqobatbardoshlik darajasini boshqarishga imkon beradi. Tahlil qilinayotgan ob`ektning raqobatbardoshligini o`lchash uchun sifatli axborot zarur. Bu axborot mazkur ob`ekt va raqobatchilar ob`ektlarining ularning me`yordagi xizmat muddati davomidagi foydali samarasini hamda ob`ektlarning hayot tsikli davomidagi jami xarajatlarini tavsiflashi lozim...

⁹ Печенкин А., Фомин В. Об оценке конкурентоспособности товаров и товаропроизводителей // Маркетинг, №2, 2000, с.23.

Bir o'ldhamli ob'ektlar (masalan, uskunalar)ning raqobatbardoshligini miqdoriy baholash quyidagi formula asosida amalga oshirilishi mumkin:

$$K_{a.o.} = E_{a.o.} / E_{l.o.} \times K'_1 \times K'_2 \times K'_n, \quad (1.2.1)$$

bu yerda:

$K_{a.o.}$ – muayyan bozordagi ob'ekt tahlil qilinayotgan namunasining raqobatbardoshligi, birlik ulushi;

$E_{a.o.}$ – muayyan bozordagi ob'ekt tahlil qilinayotgan namunasining samaradorligi, foydali samara birligiG'valyuta birligi;

$E_{l.o.}$ – mazkur bozorda foydalanilayotgan eng yaxshi raqobatdosh namunaning samaradorligi;

$K'_1 \times K'_2 \times K'_n$ – raqobat usutunliklarini hisobga olgan holda tuzatish kirituvchi koefitsientlar.

Fikrimizcha, raqobatbardoshlik darajasini aniqlashning mazkur usuli quyidagi sabablarga ko'ra mushkullik tug'diradi, ya'ni:

- raqobat usutunliklarini hisobga olgan holda tuzatish kirituvchi koefitsientlarning aniq emasligi, ularning har bir alohida holda sub'ektiv tavsif kasb etishi;

- doimo ham raqobatlashuvchi ob'ektlarning foydali samarasi va jami xarajatlari to'g'risidagi aniq va to'g'ri ma'lumotlarni olishning imkoni bo'lmasligi;

- ba'zi bir ob'ektlar bo'yicha foydali samara yoki jami xarajatlarni o'lchash mumkin emasligi va h.k. Bunday holatni tadqiqotchining o'zi ham e'tirof etib, hayot tsikli davomida foydali samara yoki jami xarajatlarni o'lchash mumkin bo'lmagan ob'ektlarning raqobatbardoshligini iste'molning muayyan sharoitlarida ularni eksperimental tekshirish, tajriba sifatida sotib ko'rish natijalari bo'yicha yoki ekspert va boshqa usullarni qo'llash asosida aniqlash mumkin.

Tovarning raqobatbardoshligini baholashning nisbatan sodda va oddiy usuli uni «muayyan bozordagi raqobatchi-tovardan afzal ko'rish darajasi bilan bog'liq. Bu holda raqobatbardoshlik ko'rsatkichi bo'lib, mutaxassislarning fikricha, bozorda mavjud bo'lgan mahsulotning ulushi yoki xaridor baholanayotgan tovarni

bozorda mavjud bo'lgan o'xshash tovardan afzal ko'rish ehtimolini ekspert yo'li bilan aniqlash hisoblanadi.

Birinchi ko'rsatkich, ya'ni bozorda mavjud bo'lgan mahsulotning ulushini baholash nisbatan yengil vazifa hisoblanib, quyidagi formula orqali namoyon etish mumkin:

$$RD_{BT} = BMX_{BT} / BMX_{JO'T} \times 100, \quad (1.2.2)$$

bu yerda:

RD_{bt} – baholanayotgan tovarning raqobatbardoshlik darajasi;

BMX_{BT} – baholanayotgan tovarning bozordagi mavjud hajmi;

$BMX_{JO'T}$ – jami o'xshash tovarlarning bozordagi mavjud hajmi.

Lekin, shuni ta'kidlash joizki, bozordagi ulushning nisbatan ko'proq bo'lishi raqobatbardoshlikning yuqori darajasini anglatmaydi. Chunki bu holat vaqtinchalik tavsif kasb etishi mumkin. Bundan tashqari, bozordagi tovarlarning barchasi ham sotilmasligi mumkin. Shunga ko'ra, raqobatbardoshlik darajasini baholashda sotilgan tovarlar ulushini e'tiborga olish maqsadga muvofiq hisoblanadi. Bu holda qayd etilgan formula quyidagi ko'rinishda bo'ladi:

$$RD_{BT} = SX_{BT} / SX_{JO'T} \times 100, \quad (1.2.3)$$

bu yerda:

SX_{BT} – baholanayotgan tovarlarning sotilgan hajmi;

$SX_{JO'T}$ – jami o'xshash tovarlarning sotilgan hajmi.

Ikkinchi ko'rsatkichni hisoblash bir muncha murakkabroq hisoblanadi. Chunki birinchi ko'rsatkichni baholashda sotish hajmidan foydalanilib, u, bir tomondan, yuz bergan jarayon hisoblansa, ikkinchi tomondan ma'lum mutlaq ko'rsatkichlar orqali ifodalanadi.

Baholanayotgan tovarni bozorda mavjud bo'lgan o'xshash tovardan afzal ko'rish ehtimolini ekspert yo'li bilan aniqlashning murakkabligi shundaki, «afzal ko'rish»ni belgilab beruvchi omillar turlicha bo'lib, ular har bir alohida holatda, har bir iste'molchi uchun farq qilishi mumkin. Masalan, ikkita o'zaro raqobatlashuvchi tovarni bir-biridan farqlashda X iste'molchi uchun faqat 2 ta omil

– sifat va narx kifoya qilishi mumkin. Y iste'molchi uchun esa sifat va narxdan tashqari yana boshqa omillar, masalan: tovarni yetkazib berish bo'yicha qo'shimcha xizmatlar ko'rsatish, to'lov shakli bo'yicha erkinliklar, tovar turgan manzilning transport jihatdan qulayligi va boshqalar ham muhim rol o'ynashi mumkin. Shu o'rinda ta'kidlash kerakki, bu ko'rsatkich ham pirovardida birinchi ko'rsatkich, ya'ni sotish hajmi orqali ifodalanishi mumkin. Chunki, iste'molchilar tomonidan muayyan tovarlarning afzal ko'rilishi pirovardida ularning sotib olinishi orqali ro'yobga chiqadi, bu esa afzal ko'rilgan tovarning sotish hajmini ko'paytiradi.

Yuqoridagi fikr-mulohazalarga asoslangan holda raqobatbardoshlik darajasini baholashning ko'p omilli usulini ishlab chiqish maqsadga muvofiqdir. Bunday usulning afzalligi tovarning turli ko'rsatkichlarini jamlangan holda baholash imkonini beradi. Shuningdek, har bir alohida holda raqobat darajasiga ta'sir ko'rsatishi mumkin bo'lgan omillarni ham hisobga olish mumkin bo'ladi.

Fikrimizcha, raqobatbardoshlik darajasini baholashda har bir omil va uni tarkib toptiruvchi ko'rsatkichlarning ular bo'yicha optimal holat yoki talab darajasiga muvofiqlik koeffitsientidan foydalanish samarali hisoblanadi:

$$RD_{BT} = (MK_1 + MK_2 + MK_3 + \dots + MK_n) / n, \quad (1.2.4)$$

bu yerda:

RD_{bt} – baholanayotgan tovarning raqobatbardoshlik darajasi koeffitsienti ($0 \leq RD_{bt} \leq 1$);

$MK_1 + MK_2 + MK_3 + \dots + MK_n$ – raqobatbardoshlikni baholashda qo'llanilayotgan omillarning muvofiqlik koeffitsienti;

n - raqobatbardoshlikni baholashda qo'llanilayotgan omillar soni.

Bizning fikrimizcha, andoza va me'yorlarga muvofiq kelish yoki kelmaslikning ham darajasi bo'lishi kerak. Chunki andoza yoki me'yordan ozgina chetlanish hamda ahamiyatli darajada chetlanishning bir xildagi nomuvofiqlikka olib kelishi ham asosli emas. Shunga ko'ra, turli ko'rsatkichlar

bo'yicha muvofiqlik darajasini o'lchashning koeffitsient shaklidan foydalanish o'rinli, deb hisoblaymiz.

Shuni ham qayd etib o'tish lozimki, tovarlar raqobatbardoshlik darajasini turli omillarni ular bo'yicha optimal holat yoki talab darajasiga muvofiqlik koeffitsientidan foydalangan holda baholashning ham bir qator kamchiliklari mavjud. Jumladan:

1) baholanayotgan tovarga ta'sir etuvchi omillar miqdori va turlarini aniqlash ma'lum darajada mushkullik tug'diradi;

2) raqobatbardoshlik ko'rsatkichi bo'yicha optimal holatga ega bo'lgan tovarni belgilashda ham sub'ektivlik mavjud bo'ladi;

3) optimal holatga nisbatan muvofiqlik darajasini aniqlashda ba'zi bir natijalar taxminiy tavsif kasb etadi va h.k.

Biroq, ushbu usul bir o'lchamli ob'ektlarning raqobatbardoshligini miqdoriy baholash usuliga nisbatan qulay va samarali hisoblanadi.

Shunday qilib, bozor munosabatlari sharoitida raqobatni rivojlantirishning barcha shart-sharoitlarini chuqur o'rganish hamda ularni vujudga keltirish borasidagi tadbirlarning amalga oshirilishi iqtisodiyotda monopol holatlarning kamayishi va sog'lom raqobat muhitining shakllanishiga zamin yaratadi.

1.3. O'tish davri iqtisodiyotida raqobatning shakllari, usullari va amalga oshirish vositalari.

Raqobat kurashi bozor xo'jaligining ob'ektiv qonuniyati hisoblanib, iqtisodiy sub'ektlarni mehnat unumdorligini oshirish, jamg'arish hamda ishlab chiqarish miqyoslarini kengaytirish, ilmiy-texnikaviy taraqqiyot yutuqlarini ishlab chiqarishga joriy etish, iqtisodiyotdagi tarkibiy o'zgarishlar sur'atlarini jadallashtirishga undovchi tashqi majburiy kuch sifatida namoyon bo'ladi. Raqobatning shakl va vositalari to'g'risida so'z yuritilganda, eng avvalo uning tarixan to'rt bosqichi hamda bu bosqichlarga xos vositalarni ko'rsatib o'tish muhimdir.

Raqobatning birinchi bosqichi narx bo'yicha raqobatlashuvga asoslangan bo'lib, bu holat boshqa sharoitlarning tengligida xaridorning nisbatan arzon tovarlarni afzal ko'rishi bilan izohlanadi.

Raqobat rivojlanishining birinchi bosqichidan so'ng (ya'ni, bir turdagi tovarlar asosiy massasining narxi muayyan sharoitdagi so'nggi mumkin bo'lgan chegarasiga yaqinlashib bo'lgach), hal qiluvchi rolni tovarning boshqa ko'rsatkichi – uning sifati o'ynay boshladi. Tovarning sifatini maksimal darajada yaxshilashga urinish ishlab chiqaruvchilarni muntazam ravishda fanning so'nggi yutuqlari, yangi texnologiya va materiallardan foydalanish, turli ixtirolarni maqsadga yo'naltirilgan holda yaratish va tatbiq etish, shuningdek tovar tannarxini pasaytirish hamda sifatini oshirishning boshqa imkoniyatlarini qidirishga undaydi.

Uchinchi bosqichda hal qiluvchi omil bo'lib reklama maydonga tushadi. Bozordagi tovarlarning asosiy massasi narx va sifat jihatdan baravarlashgandan so'ng, iste'molchilar ko'proq axborotga ega bo'lgan tovarlarni ustun ravishda sotib ola boshlaydilar.

Raqobat rivojlanishining to'rtinchi bosqichida ham tovarlar bir-birlari bilan ilgarigiday narxi, sifati va reklama tadbirlari bo'yicha raqobatlashadilar. Biroq, asosiy omil bo'lib insonning yangi ehtiyojlarini qondirishga yo'naltirilgan tovarning yangi vazifalarining bajarilishi maydonga tushadi. Tuzilishi jihatidan tovar ahamiyatsiz darajada o'zgaradi, asosiy o'zgarishlar uning intellektual jihat (komponent)lariga taalluqli bo'ladi.

Tovarning intellektual jihatini uning an'anaviy tarzda mavjud bo'lib kelayotgan moddiy jihatini (unga sarflangan xom ashyo, material tarkibi, uning ko'rinishi)dan farq qilib, tovarni yanada takomillashtirish yuzasidan kiritilgan o'zgartirishlar majmuini ifodalaydi. Masalan, bugungi kunda avtomobillarning asosiy ko'rinishi, vazifasi va moddiy asosi o'zgarmagani holda uning salonining kengligi, o'rindiqlarning qulayligi, uzatish mexanizmining avtomatlashtirilganligi kabi ko'plab intellektual jihatlari raqobatbardoshlikda hal qiluvchi ahamiyat kasb etmoqda.

Raqobat kurashining mazmuni to'g'risida to'laroq tushunchaga ega bo'lish uchun uning asosiy shakllari va belgilarini har tomonlama, chuqur ko'rib chiqish zarur. Bu boradagi tadqiqotlar davomida aniq bo'ldiki, mavjud iqtisodiy adabiyotlarda raqobat shakllari juda keng va turlicha bayon etilgan. Shu bilan birga, raqobatning shakllari, usul va vositalarini belgilab berishda ma'lum noaniqliklar, chalkashliklarga yo'l qo'yilgan.

Fikrimizcha, bu o'rinda raqobatning mulk egalari turlarining farqlanishiga ko'ra (mayda tovar ishlab chiqaruvchilar, xaridorlar o'rtasidagi raqobat; katta bo'lmagan korxona egalari o'rtasidagi raqobat; yirik xo'jalik birlashmalari egalari o'rtasidagi raqobat; shuningdek, bu bozor ishtirokchilarining barchasi o'rtasidagi raqobat) turkumlanishi o'z mohiyatiga ko'ra sezilarli ahamiyat kasb etmaydi. Chunki, ajratib ko'rsatilgan iqtisodiy sub'ektlar o'rtasidagi raqobat kurashi aniq chegaraga, bir-biridan ahamiyatli jihatdan farq qiluvchi xususiyatlarga ega emas.

Funktsional raqobat har qanday ehtiyojni turli vositalar orqali qondirish mumkinligi natijasida kelib chiqadi. Shunga ko'ra, bunda ehtiyojni qondirishni ta'minlovchi barcha tovarlar ishlab chiqaruvchisi funktsional raqobatlashuvchi hisoblanadi. Ko'rinishi bo'yicha raqobatlashuv – bu bir maqsadga mo'ljallangan, biroq, qandaydir ahamiyatli parametri bo'yicha farqlanuvchi tovarlarning mavjudligidan kelib chiqadi. Predmet bo'yicha raqobatlashuv – bu firmalar tomonidan faqat tayyorlanish sifati jihatidan farqlanuvchi bir xildagi tovarlarning ishlab chiqarilishi natijasida vujudga keladi. Shuningdek, predmet bo'yicha raqobatlashuvni yana firmalararo raqobatlashuv deb ham ataladi.

Professor Q.Abdurahmonov va boshqalar tahriri ostida tayyorlangan iqtisodiyot nazariyasi darsligida raqobat holatining tahlilini quyidagi to'rtta asosiy mezondan kelib chiqqan holda amalga oshirish mumkinligi ta'kidlangan:

«1) sotuvchining xulq-atvori tavsifiga ko'ra:

- a) polisiyosiy raqobat;
- b) oligosiyosiy raqobat.

2) tovarning tabaqalashuvi darajasiga ko'ra:

- a) bir turdagi raqobat;
 - b) har xil turdagi va gomogen (tovarning tabaqalashuvisiz) raqobat;
 - v) geterogen (tovarning tabaqalashuvi asosidagi) raqobat.
- 3) tarmoqqa kirishning erkinlik darajasiga ko`ra:
- a) ochiq raqobat;
 - b) yopiq raqobat.
- 4) qo`llanilayotgan xatti-harakatlarga ko`ra:
- a) narx bo`yicha raqobatlashuv;
 - b) narxsiz raqobatlashuv».¹⁰

Biroq, darslikda bu raqobat shakllarining mohiyati, ularning namoyon bo`lish xususiyatlari va ahamiyati to`g`risida tushuncha berilmagan.

O`z miqyosiga ko`ra raqobat eng avvalo ikki turga – tarmoq ichidagi raqobatga va tarmoqlararo raqobatga bo`linadi.

Tarmoqlar ichidagi raqobat ishlab chiqarish va sotishning qulayroq sharoitiga ega bo`lish, qo`shimcha foyda olish uchun bir tarmoq korxonalari o`rtasida boradi. Har bir tarmoqda texnika bilan ta`minlanish darajasi va mehnat unumdorligi darajasi turlicha bo`lgan korxonalar borligi sababli shu korxonalarda ishlab chiqarilgan tovarlarning individual (alohida) qiymati bir xil bo`lmaydi.

Tarmoq ichidagi raqobat tovarlarning ijtimoiy qiymatini, boshqacha aytganda, bozor qiymatini aniqlaydi va belgilaydi. Bu qiymat, odatda, o`rtacha sharoitda ishlab chiqarilgan va muayyan tarmoq tovarlarining anchagina qismini tashkil etadigan tovarlarning qiymatiga mos keladi.

Tarmoqlar ichidagi raqobat natijasida texnika bilan qurollanganlik darajasi va mehnat unumdorligi yuqori bo`lgan korxonalar qo`shimcha foyda oladilar hamda ishlab chiqarishni yanada takomillashtirish imkoniyatiga ega bo`ladilar. Fan-texnika taraqqiyoti yutuqlaridan foydalanmagan, samarali ishlab chiqarishni tashkil etmagan korxonalar esa ishlab chiqargan tovarlari qiymatining bir qismini

¹⁰ Экономическая теория: Учебник для вузов // Колл. авт.: К.Абдурахманов и др./ Т.: «Шарк», 1999, с.109.

yo`qotadilar va zarar ko`radilar. Oqibatda, korxonaning istiqboldagi rivojlanishi uchun zarur bo`lgan manbadan ayrilib, xonavayron bo`ladilar.

Tarmoqlararo raqobat turli tarmoqlar korxonalari o`rtasida eng yuqori foyda normasi olish uchun olib boriladigan kurashdan iborat. Bunday raqobat foyda normasi kam bo`lgan tarmoqlardan foyda normasi yuqori tarmoqlarga kapitallarning oqib o`tishiga sabab bo`ladi. Yangi kapitallar ko`proq foyda keltiruvchi sohalarga intilib, ishlab chiqarishning kengayishiga, taklifning ko`payishiga olib keladi. Natijada, dastlab narxlar, so`ngra foyda normasi ham pasaya boshlaydi. Kam foyda keltiruvchi tarmoqlardan kapitalning chiqib ketishi esa teskari natijaga olib keladi (1.3.1- chizma).

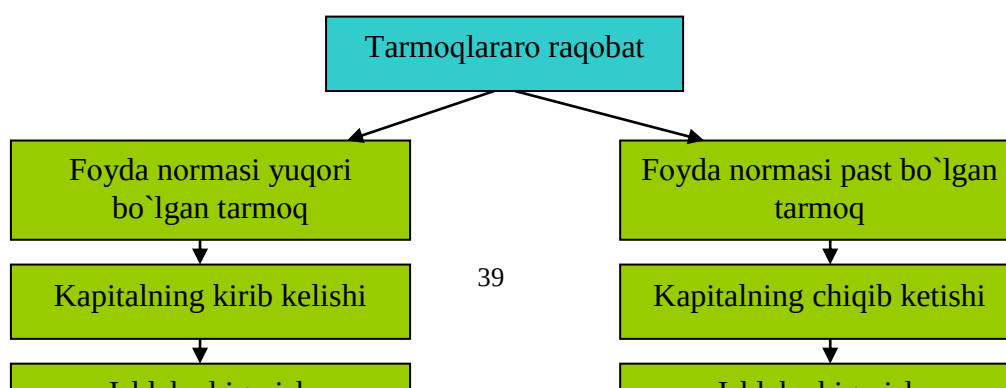
Bundan ko`rinadiki, tarmoqlararo raqobat qaysi soha yoki tarmoqqa sarflanganligidan qat`iy nazar, teng kapital uchun teng foyda olishni ta`minlaydi, turli tarmoqlardagi foyda normalarini o`rtacha foyda normasiga tenglashtiradi.

Shu o`rinda tarmoq ichidagi va tarmoqlararo raqobatni tavsiflashda ham ba`zi bir noaniqliklar mavjudligini, jumladan, D.Tojiboevaning tarmoq ichidagi raqobatni milliy xo`jalik miqyosida, tarmoqlararo raqobatni esa jahon miqyosida ro`y beruvchi raqobat shakli sifatida tasvirlashi mazmunan to`g`ri emasligini ta`kidlash lozim.

G`irrom raqobat esa qonunchilik tomonidan taqib etiluvchi, umuminsoniyat tomonidan qoralanuvchi xatti-harakatlar (masalan, sanoat josusligi, raqibni xom ashyo, transport va boshqa resurs manbalaridan mahrum etish, zo`ravonlik yo`li bilan tazyiq o`tkazish, raqibni turli yo`llar bilan obro`sizlantirish va boshqalar)dan iborat.

1.3.1-chizma.

Tarmoqlararo raqobat natijasida tarmoqlardagi o`rtacha foyda normasining baravarlashuvi.



Manba: Tojiboeva D. Iqtisodiyot nazariyasi: Oliy o`quv yurtlari talabalari uchun o`quv qo`llanmasi asosida tayyorlandi. – T.: «O`qituvchi», 2002

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

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

- bozor ishtirokchilari (ham sotuvchilar, ham xaridorlar) sonining ahamiyatli darajada ko`p bo`lishi;
- iqtisodiy resurslarning harakatchanligi, ulardan foydalanishda hech qanday cheklov yoki to`siqlarning mavjud bo`lmasligi;
- bozorga kirish va undan chiqishning erkinligi;
- sotuvchilarning o`zaro mustaqilligi, ular xatti-harakatining bir-biriga bog`liq bo`lmasligi;
- ishlab chiqarilgan mahsulotning bir xil ko`rinishda ekanligi;

- ishlab chiqarilgan va sotilgan mahsulot hajmida ishlab chiqaruvchilar ulushining ahamiyatli jihatdan farq qilmasligi;

- xo'jalik yuritishda qo'l keluvchi axborotlar (masalan, tovarlar narxi, ularning o'zgarish ehtimoli, hajmi, sifati va boshqalar) to'g'risida to'liq ma'lumotga ega bo'lish imkoniyati.

Mukammal raqobatning yagona ko'rinishi – sof yoki erkin raqobatdir. Sof raqobat bir turdagi mahsulotning savdo-sotig'i bilan shug'ullanuvchi ko'plab sotuvchi va xaridorlarning mavjudligi bilan tavsiflanadi. Mazkur bozorda har bir tovar ishlab chiqaruvchining umumiy ishlab chiqarish hajmidagi ulushi katta bo'lmasligi sababli narx ustidan nazorat mavjud bo'lmaydi. Shunga ko'ra, alohida sub'ekt tomonidan ishlab chiqarish hajmining ko'paytirilishi yoki kamaytirilishi umumiy taklif hajmiga va tovar narxiga sezilarli ta'sir ko'rsatmaydi.

Sof raqobat, umuman olganda, raqobatning har bir shakli ham real iqtisodiyotda sof holda mavjud bo'lmaydi. Shu sababli sof raqobatli bozorning o'ziga xos belgilari bilan «nomukammal» raqobat, ya'ni sof monopoliya, monopolistik raqobat va oligopoliyaning xususiyatlari o'rtasidagi farqlarni ko'rib chiqish maqsadga muvofiq.

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

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

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

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

Oligopoliya sharoitidagi raqobat o'zaro bog'liq bo'lib, bunday tarmoqdagi hech bir firma o'zining narx siyosatini mustaqil o'zgartirishga botina olmaydi. Chunki, oligopoliya bozorida narx vositasidagi raqobatlashuv uning ishtirokchilariga naf keltirmaydi. Agar raqiblardan biri, boshqalarni bozordan siqib chiqarish maqsadida, narxni pasaytirsam, qolgan ishlab chiqaruvchilar ham o'z xaridorlarini yo'qotmaslik uchun o'z tovarlari narxlarini pasaytiradilar. Natijada mazkur tovarning umumiy narxi pasayib, oligopolistlarning foydasi kamayadi, bozordagi ulushlar esa avvalgi holatida saqlanib qoladi. Boshqa firmalar tovarlarining narxi o'zgarmagani holda, biron-bir firmaning o'z tovarlari narxini oshirishi esa, uning bozordagi sotish hajmining qisqarishiga yoki bozordan siqib chiqarilishiga olib keladi.

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

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

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

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

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

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

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

Bundan ko`rinadiki, raqobat shakllarining bozordagi ayrim, xususiyl holatlardan hamda uning ishtirokchilari soni va mavqeidan kelib chiqqan holda maxsus hollarda qo`llaniluvchi boshqa atamalarini ham keltirib chiqarish mumkin bo`lib, bunday holat xorij adabiyotlarida ko`plab kuzatiladi. Yuqorida bildirilgan fikr-mulohazalarga asoslangan holda, raqobatning turlarini 2-ilovada maxsus

tizimga solingan chizma shaklida ifodalashni maqsadga muvofiq, deb hisoblaymiz. Shu bilan birga ta'kidlash joizki, raqobat turlarining bunday shaklda turkumlanishi o'zining mantiqiy yakunini topgan, deb bo'lmaydi. Mazkur jarayonning turli qirralarini tahlil qilish darajasini yanada kengaytirib borish bilan uning o'ziga xos xususiyatlarini ochib beruvchi yangi turlarining kelib chiqishi shubhasizdir.

Raqobatning mohiyatini ochib berishda uning amalga oshirilish usul va vositalarini ko'rib chiqish muhim o'rin tutadi. Raqobatning asosan ikki usuli mavjud: 1) narx vositasida raqobatlashuv; 2) narxsiz raqobatlashuv. Shuningdek, ba'zi adabiyotlarda yashirin narx asosidagi raqobatlashuv usulining mavjudligi ham ta'kidlanadi.

Narx vositasida raqobatlashuvning asosiy va eng ko'p qo'llaniladigan ko'rinishi «narxlar jangi» deb ataladi. Bu yirik ishlab chiqaruvchilar tomonidan o'z raqiblarini bozordan siqib chiqarish uchun narxni vaqti-vaqti bilan yoki uzoq muddat pasaytirib turishidir. «Narxlar jangi» usulini qo'llash uchun ishlab chiqaruvchi boshqa raqiblariga qaraganda arzon va sifatli xom ashyo manbai, samarali texnologiya, malakali ishchi kuchiga ega bo'lishi hamda ishlab chiqarishni yuqori darajada tashkil qilishi kerak bo'ladi. Bunday shart-sharoitlar unga tovarning individual qiymatini bozor qiymatidan ahamiyatli darajada past bo'lishiga va tovar narxini pasaytirishga imkoniyat yaratadi.

Narx vositasida raqobatlashish usullaridan biri - demping narxlarni qo'llash bo'lib, u milliy ishlab chiqaruvchilar o'zlarining tovarlarini boshqa mamlakatlarga ichki bozordagi narxlardan, ayrim xollarda tannarxidan ham past bo'lgan narxlar bo'yicha chiqarishini anglatadi. Bu orqali yirik ishlab chiqaruvchilar ichki bozorda narxlarning barqarorligiga erishish, mamlakatdagi ortiqcha mahsulotlarni yo'qotish, yangi bozorlarga kirib olish va unda o'zlarining iqtisodiy mavqeini mustahkamlashga harakat qiladi.

Shuningdek, narx vositasida raqobatlashishning belgilangan narxlardan chegirma qilish, asosiy xarid qilingan tovarlarga boshqa tovarlarini qo'shib berish,

muayyan hollarda imtiyozli narxlarni belgilash kabi vositalaridan ham foydalaniladi.

Bozor munosabatlarining rivojlanib borishi bilan narx vositasida raqobatlashuvning miqyosi kamayib boradi. Chunki, birinchidan, xom ashyo va material resurslarining taqsimlanishi, texnikaviy va texnologik darajaning nisbatan baravarlashib borishi tovarlar individul qiymatidagi tafovutlarning tobora pasayib borishiga olib keladi. Ikkinchidan esa, ishlab chiqaruvchilardan birining o'z mahsuloti narxini pasaytirishi raqobatchilarning ham shunday harakat qilishiga va pirovardida ularning bozordagi sotish hajmi o'zgarmay, tarmoq bo'yicha umumiy foydaning kamayishiga olib keladi.

Narxsiz raqobat asosan quyidagi yo'nalishlar bo'yicha amalga oshiriladi: 1) tovarning texnik jihatlarini takomillashtirish; 2) tovarning iste'molchi ehtiyojlariga moslashuvini yaxshilash.

Narxsiz raqobat vositalarini tadqiq etish natijasida iqtisodiy adabiyotlarda bayon etilgan quyidagi ko'rinishlari mavjudligi aniqlandi:

- tovar sifatini tabaqalashtirish. Bunda tovarlar bir xildagi ehtiyojni qondirishi va bir turga mansub bo'lishi, lekin turli-tuman iste'mol xossalariga ega bo'lishi mumkin;

- tovarlarga nisbatan iste'mol kreditini qo'llash. Bu tovarlarning talabga nisbatan ortiqcha bo'lgan sharoitda qo'llanib, raqiblarga nisbatan o'z tovariga ko'proq iste'molchilarni jalb qilishga qaratilgan;

- texnika va texnologiyaning eng yangi yutuqlari ustidan nazorat o'rnatish. Fan-texnika taraqqiyotining hozirgi sharoitida bu raqobatning asosiy usullaridan biri hisoblanib, ilmiy yangilik, kashfiyot va ixtirolarni patentlash, mualliflik huquqiga ega bo'lish orqali ustunlikni qo'lga kiritishga intilishdan iborat;

- kafolat va kafolatdan keyingi davrda xizmat ko'rsatish. Ishlab chiqaruvchi korxonalarning o'z mahsulotlariga talabni oshirish maqsadida uzoq muddat foydalaniladigan iste'mol tovarlariga qo'llaydilar. Bu xizmatlar jihozlarni o'rnatib berish, ulardan foydalanish o'rgatish, kafolatlangan muddatda va undan keyingi

davrda ta'mir ishlarini bajarish, muntazam texnikaviy xizmatni amalga oshirish, mahsulotlari o'lchamlarini buyurtmachi ehtiyojlariga moslashtirish kabilarni o'z ichiga oladi;

- marketing usullarini qo'llash. Marketing mahsulot ishlab chiqarish va sotish jarayonini talabga moslashtiruvchi tadbirlar tizimidan iborat bo'lib, talabni yaxshi o'rgangan va iste'molchilar ehtiyojlarini to'laroq qondira oladigan korxonalar raqobat kurashida yutib chiqadi;

- reklama. Bir xil yo'nalishdagi ehtiyojlarni qondiruvchi mahsulot turlarining ko'payib borishi ularni sotishni rag'batlantiruvchi reklama va tovar belgilari foydalanishni kengaytirmoqda. Ayniqsa, monopolistik raqobat sharoitida reklama raqobat kurashining eng keng tarqalgan usuli hisoblanadi.

Shunday qilib, monopoliyalar hukmron bo'lgan sharoitda narxsiz raqobat muhim o'rin tutadi. Chunki, monopoliyalarda mahsulotini yangilash, ishlab chiqarishni qayta jihozlash va reklamaga zarur bo'lgan mablag'larni sarflash, tovar sifatini oshirish, iste'molchilarga xizmat ko'rsatishni yaxshilash yo'li bilan sotiladigan tovar hajmini ko'paytirish imkoniyatlari ahamiyatli bo'ladi.

Yashirin narx yordamidagi raqobat asosan narx vositasidagi va narxsiz raqobat usullari belgilarining aralashmasi sifatida namoyon bo'ladi. Bu kurashda mahsulotning sifat belgilari ham, narxi ham ishtirok etadi. Yangi tovarlar narxlarining oshishiga nisbatan ular sifatining oshishi va iste'mol xususiyatlarining ahamiyatli darajada yaxshilanishi bunday raqobat usulining mazmunini ifodalaydi.

Raqobatning asosiy usul va vositalarini ham maxsus tizimga solingan chizma sifatida ifodalash mumkin (3-ilova).

Yuqoridagi fikr – mulohazalardan ko'rinadiki, ijtimoiy – Iqtisodiy taraqqiyotning yuksalib borishi bilan raqobat shakllari ham ko'payib, usul va vositalari takomillashib boradi. Bu esa, iqtisodiy sub'ektlar o'rtasidagi o'zaro iqtisodiy kurash, munosabat sifatida raqobatning o'zi ham rivojlanib borayotganligini bildiradi.

II – bob. Iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida Namangan viloyati sanoat korxonalari faoliyati va raqobat muhiti tahlili.

2.1. Namangan viloyati sanoat korxonalari faoliyati tahlili.

Namangan viloyati mamlakatimiz iqtisodiyotida o'zining o'rni va salohiyati bilan alohida ajralib turadi. Viloyatimizning qulay geografik o'rni, oltinga teng tuprog'i hamda azaldan mehnatkash va mehmondo'stligi, tadbirkorligi yurtboshimiz tomonidan ko'p e'tirof etilganligi ham bejiz emas albatta.

Namangan viloyatning umumiy yer maydoni 7,4 ming km² bo'lib, aholisining soni 2014 yilning 1-oktyabr holatiga – 2541,1 ming kishi, yoki respublikamiz aholisining 8,5 % ini tashkil etadi.

2014 yilning 1-oktyabr holatiga ishga layoqatlilar soni 1498,5 ming kishi, shundan iqtisodiyotda band aholi – 923,4 ming kishidan iborat.

So`nggi 5 yilda yalpi hududiy mahsulot hajmining sur`ati o`rtacha 110,7 foizni tashkil etgan. Jumladan, 2010 yilda 2390,3 mlrd so`m (12,4%), 2011 yilda 2944,4 mlrd so`m (10,0%), 2013 yilda 4969,4 mlrd so`m (111,2%)ni tashkil etgan. Hisobot davrida YaHM hajmi 3658,6 mlrd so`mni tashkil etib, o`tgan yilning mos davriga nisbatan 107,9 foizga o`sib, belgilangan prognoz (109,6%) bajarildi.

2014 yil yanvar - iyun oylaridagi iqtisodiy ko`rsatkichlari esa yalpi hududiy mahsulot, 2214,3 mlrd so`m, 2013 yilning yanvar - iyun oylariga nisbatan foizda 109,8 foizga o`sgan (2.1.1 – jadval). Sanoat mahsuloti, 943,1 mlrd so`m, 113,0 foizga, qishloq xo`jaligi mahsuloti 1028,0 mlrd so`m, 107,6 foizga o`sgan.

Joriy yilning 9 oy yakuni bilan aholi jon boshiga yalpi hududiy mahsulot hajmi 1450,3 ming so`mni (o`tgan yilning mos davriga nisbatan 197,6%), sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish hajmi 558,9 ming so`mni (116,8%), xalq iste`moli mollari ishlab chiqarish 348,3 ming so`mni (127,4%), qishloq xo`jaligi mahsulotlari ishlab chiqarish hajmi 616,3 ming so`mni (105,1%), chakana savdo aylanmasi hajmi 993,1 ming so`mni (104,7%), pullik xizmat ko`rsatish hajmi 391,5 ming so`mni (115,6%) va jami xizmatlar hajmi 1017,2 ming so`mni (120,4%) tashkil etdi.

2.1.1 - jadval

**Namangan viloyatining 2014 yil yanvar - iyun oylaridagi iqtisodiy
ko`rsatkichlari (dastlabki ma`lumot)**

	Mrld.so`m	2013 yilning yanvar - iyun oylariga nisbatan foizda
Yalpi xududiy mahsulot	2214,3	109,8
Sanoat mahsuloti	943,1	113,0
Qishloq xo`jaligi mahsuloti	1028,0	107,6

	Mrd.so`m	2013 yilning yanvar - iyun oylariga nisbatan foizda
<i>Asosiy kapitalga kiritilgan investitsiyalar</i>	658,3	128,5
Qurilish ishlari	439,4	105,7
Chakana tovar aylanmasi	1607,4	113,6
Xizmatlar, jami	1635,0	122,0
Tashqi savdo aylanmasi, mln AQSh doll.	149,1	109,4
Eksport	54,1	98,9
Import	95,0	116,3
Qoldiq	-40,9	x

Manba: Namangan viloyati statistika boshqarmasi ma`lumotnomasi

O'tgan yilning mos davriga nisbatan viloyat iqtisodiyoti tarkibida qishloq xo'jaligining ulushi 24,0 foizdan 23,0 foizga pasaygan, sanoatning ulushi 12,6 foizdan 12,7 foizga, xizmat ko'rsatishning ulushi 49,6 foizdan 50,2 foizga ortgan.

Sanoat-moddiy ishlab chiqarishning eng yirik yetakchi tarmog'idir. Unda mehnat qurollari (vositalari), mehnat buyumlari va xalq iste'moli tovarlarining ko'pchilik qismi yaratiladi: mashina va mexanizmlarning barcha turlari, bino va inshootlarning konstruktiv elementlari ishlab chiqariladi, yer osti boyliklari qazib olinadi, mineral, o'simlik va hayvon xom ashyosiga ishlov beriladi, keng iste'mol mollari tayyorlanadi.

Shuningdek, sanoat halq xo'jaligining barcha tarmoqlarini ishlab chiqarish vositalari, mehnat qurollari bilan ta'minlaydi. Milliy iqtisodiyot, fan, maorif, madaniyat, sog'liqni saqlash, sport, turizm va boshqa sohalar rivoji sanoat korxonalarining taraqqiyot va rivojlanish darajasiga bog'liq.

Mamlakatimiz iqtisodiyotini rivojlantirishda hamda bozor munosabatlarini chuqurlashtirishda to'qimachilik va yengil sanoat korxonalari o'ziga xos muhim ahamiyat kasb etadi. Milliy iqtisodiyotning ushbu sohalarida amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlar korxonalarining raqobatbardoshligi va samarali faoliyat olib borishiga ijobiy ta'sir etmoqda. Respublika yengil sanoat korxonalari bugungi kunda bozor talablaridan kelib chiqqan holda xalq xo'jaligi ehtiyojlarini qondirish maqsadida sifatli mahsulotlar ishlab chiqarishga harakat qilayotgan yirik sanoat tarmoqlaridan biridir. Chunki sanoatimizda band bo'lgan ishchilarning uchdan bir qismi yengil sanoat hissasiga to'g'ri keladi. Ishlab chiqarilayotgan iste'mol tovarlari hissasida yengil sanoatning ulushi 50 foizdan ko'prog'ini tashkil etadi. Sanoat sohasida ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarining 20 foizi yengil sanoatda ishlab chiqarilmoqda.

2014 yilning yanvar oyida viloyat ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishining asosiy ko'rsatkichlarini tahlil qiladigan bo'lsak, (2.1.2-jadval) viloyatimiz bo'yicha qishloq xo'jaligining ulushi yalpi qishloq xo'jaligi mahsuloti 2429177,4 mln.so'mni, solishtirma narxdagi foizi 108,1 % ni, sanoat esa 1629558,9 mln.so'mni, solishtirma narxdagi foizi 112,5 % ni, xalq iste'moli mollari ishlab chiqarish 1013946,2 mln.so'mni 113,9 % ni, chakana savdo 2898569,7 mln.so'mni, 117,1 % ni, xizmatlar esa 122,9 % ni tashkil etgani holda ijobiy ko'rsatkichga erishilgan. Pullik xizmat 1076437,5 mln.so'mni, 119,3 % ni, maishiy xizmat 138898,6 mln.so'mni, 115,3 % ni, investitsiyalar 1016733,1 mln.so'mni, 121,7 % ni, qurilish ishlari 726715,4 mln.so'mni, 116,1% ni tashkil etganligi ham jadval ma'lumotida o'z ifodasini topgan.

Namangan viloyatida raqobat mexanizmlarini takomillashtirishda yana bir jihat bu sarflangan yoki iqtisodiyotning barcha tarmoqlariga kiritilgan investisiyalar ko'lamiga ham bevosita tarzda bog'liq bo'ladi. Ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish sohalarida ayniqsa bu jarayon yaqqol namoyon bo'ladi.

2014 yil 9 oy yakuni bilan 1080,2 mlrd. so`m miqdorida investitsiyalar o`zlashtirilib, o`tgan yilning shu davriga nisbatan o`sinh sur`ati 129, 5 foizni tashkil etdi.

Joriy yilning yanvar-sentyabr oylarida 262 ta (engil sanoatda 80 ta, oziq-ovqat sanoatida 47 ta, qurilish materiallari sanoatida 75 ta, mashinasozlikda 4 ta va 56 ta boshqa sohalarda) ishlab chiqarish ob`ektlari foydalanishga topshirildi.

Ushbu loyihalarda jami 57,5 mlrd. So`m (19,4 mlrd.so`m bank krediti, 37,9 mlrd.so`m o`z mablag`i va 200,0 mln. so`m xorijiy investitsiya) miqdorida investitsiyalar o`zlashtirilib, 4117 ta yangi ish o`rinlari hamda yiliga 126,5 mlrd.so`mlik mahsulot ishlab chiqarish quvvatlari yaratildi.

Hududiy investitsiya dasturiga asosan 3 – chorak yakuni bilan 270,0 mlrd.so`m investitsiyalar o`zlashtirildi. Bu esa belgilangan prognozga nisbatan 0,1 mlrd.so`m ortig`i bilan bajarilishi ta`minlanganini ko`rsatadi.

Barcha manbalar hisobidan yil davomida 834,4 ming kv.m. turar joy, 171,0 km ichimlik suvi va 60,0 km tabiiy gaz tarmoqlari qurib foydalanishga topshirish rejalashtirilib, 2014 yil 3 – chorak yakuni bilan barcha manbalar hisobidan 839,5 ming kv.m. turar - joy, 152,2 km ichimlik suvi va 32, 5 km tabiiy gaz tarmoqlari qurib foydalanishga topshirildi.

Qishloq xo`jaligi bo`yicha hisobot davrida viloyatda yaratilgan yalpi qishloq xo`jaligi mahsuloti hajmi 1554,6 mlrd.so`mni tashkil etib, o`sinh sur`ati 107,2 foizga ta`minlandi. Yalpi mahsulot ishlab chiqarish fermer xo`jaliklarida 102,8 foizga, dehqon xo`jaliklarida esa 108,9 foizga o`sdi.

Bog`dorchilikda 2014 yil 9 oy yakuni bilan 444,3 ming tonna don (o`tgan yilning shu davriga nisbatan 104,4%), 393,6 ming sabzavot (111,7%), 152,5 ming tonna kartoshka (112,9%), 46,4 ming tonna poliz (108,9%). 140,9 ming tonna meva (108,3%), 67,9 ming tonna uzum (108,5%) ishlab chiqarilib, belgilangan prognoz parametrlari ta`minlangan.

Chorvachilikda esa hisobot davrida chorvachilik mahsulotlaridan 83,9 ming tonna go`sht (107,7%), 339,6 ming tonna sut (107,9%), 184,2 mln. dona tuxum

(124,6%), 2814,9 tonna pilla (106,0%), 1261 tonna jun (122,3%) va 735,7 tonna baliq (138,8%) ishlab chiqarildi.

Shu davrda qoramol bosh sonlari 568,1 ming boshni (101,6%) shu jumladan, sigirlar 201,5 ming boshni (102,2%), qo'y – echkilar 670,3 ming boshni (102,7%), parrandalar 2853,5 ming boshni (114,6%) va otlar 6,5 ming boshni (100,9%) tashkil etdi.

Xizmat ko'rsatish sohasining viloyat yalpi hududiy mahsulotdagi ulushi joriy yilning 9 oy yakuni bilan esa 50,2 foizni tashkil etdi.

Amalga oshirilayotgan tadbirlar hisobiga 2014 yilning yanvar-sentyabr oylarida viloyatda jami xizmatlar hajmi 2565,9 mlrd.so'mni tashkil etib. 2013 yilning mos davriga nisbatan 121,5 foiz o'sishga erishildi (prognoz 122,4%) (aholi jon boshiga 1017,2 ming so'm, o'sish 129,2%).

Xususan, aloqa va axborotlashtirish xizmatlari 126,9 foiz (prognoz 128,8%), kompyuterli programmashtirish xizmatlari konsul tatsion xizmatlar bilan birga 125,7 foiz (125,3%), transport xizmati 126,2 foiz (127,9%), moliya va bank xizmatlari 123,7 foiz (134,8%), qurilish xizmatlari 124,8 foiz (110,8%), qishloq xo'jaligi texnikalarini ta'mirlash va texnik xizmat ko'rsatish xizmati 116,1 foiz (116,6%), turizm xizmati (mehmonxona xizmati bilan birgalikda) 111,6 foiz (107,1%), savdo xizmati 125,2 foiz (122,5%), maishiy xizmatlar 120,1 foiz (120,5%), ta'lim xizmatlari 120,5 foiz (110,3%), sog'liqni saqlash xizmatlari 123,1 foiz (127,9%), qishloq xo'jaligi sohasidagi xizmatlar 116,2 foiz (117,2%) va boshqa xizmatlar 112,7 foiz (114,9%)ga bajarildi.

Jumladan, 2014 yil yanvar-sentyabr oylarida xizmat dasturiga asosan 455 ta xizmat ko'rsatish va servis shoxobchalarini tashkil etish belgilangan bo'lib, amalda 497 ta shoxobchalar foydalanishga topshirilgan. Tashkil etilgan shoxobchalarning 454 tasi qishloq joylariga to'g'ri kelib, ular hisobiga 1498 ta yangi ish o'rinlari yaratilgan.

Ushbu maqsadlarga 2014 yil yanvar-sentyabr oylari davomida "Mikrokredit" bank tomonidan 1747,7 mln.so'm kredit mablag'lari yo'naltirilgan.

Viloyatimizda raqobatchilik muhitining keng tarqalgan shakllari ayni paytda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohalarda yaqqol ko`zga tashlanadi. Shu xususida Namangan viloyatida kichik biznesni rivojlantirish va tadbirkorlikni qo`llab – quvvatlash borasida amalga oshirilayotgan chora-tadbirlar natijasida iqtisodiyotdagi kichik biznes sub`ektlarining o`rni va ulushini yildan - yilga ortib borishiga erishilmoqda. Joriy yilning yanvar – sentyabr oylarida kichik biznes sub`ektlarining viloyat yalpi hududiy mahsulotdagi ulushi 77,1 foizni tashkil etdi.

Iqtisodiyot tarmoqlari bo'yicha kichik tadbirkorlik (biznes) sub`ektlarining ulushi 2014 yil 1 yanvar holatiga Sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish 48,8 foizni, qishloq xo'jalik yalpi mahsuloti 99,2 foizni, asosiy kapitalga kiritilgan investitsiyalar 52,4 foizni, qurilish ishlari 92,5 foizni, chakana savdo aylanmasi 45,5 foizni, aholiga pullik xizmat ko'rsatish 53,9 foizni, jami xizmatlar 62,4 foizni, yuk tashish 79,6 foizni, yo'lovchi tashish 84,8 foizni tashkil etganligini jadval ma'lumotidan ko'rishimiz mumkin.(2.1.3 – jadval)

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishda moliyaviy qo`llab-quvvatlash maqsadida joriy yilning yanvar – sentyabr oylarida jami 327,6 mlrd so`mlik kredit mablag`lari ajratildi, shundan, 229,3 mlrd so`mi yoki 70 foizi uzoq muddatli kreditlardir.

2.1.3-jadval

Iqtisodiyot tarmoqlari bo'yicha kichik tadbirkorlik (biznes) sub'ektlarining ulushi

2014 yil 1 yanvar holatiga

№		Sanoat mahsulotlari	Qishloq xo'jalik yalpi mahsuloti	Asosiy kapitalga kiritilgan investitsiyalar	Qurilish ishlari	Chakana savdo aylanmasi	Aholiga pullik xizmat ko'rsatish	Jami xizmatlar	Yuk tashish	Yo'lovchi tashish
Viloyat bo'yicha		48,8	99,2	52,4	92,5	45,5	53,9	62,4	79,6	84,8
1	Namangan sh.	62,8	99,2	29,5	85,6	52,5	47,8	62,8	79,7	71,8
2	Mingbuloq	12,8	99,3	59,2	79,0	31,4	55,1	55,8	100,0	89,8
3	Kosonsoy	67,0	97,5	59,3	95,0	55,7	61,8	65,4	100,0	95,9
4	Namangan	69,8	98,3	60,5	99,5	58,9	71,6	63,7	98,0	100,0
5	Norin	60,0	98,9	60,6	99,1	36,3	71,0	67,2	100,0	100,0
6	Pop	15,3	99,1	56,8	87,1	50,5	63,9	62,9	68,1	99,7
7	To'raqo'rg'on	22,8	99,5	63,0	98,3	25,5	64,7	56,7	63,9	85,8
8	Uychi	62,2	98,0	70,2	94,4	48,8	66,2	69,3	72,1	100,0
9	Uchqo'rg'on	20,4	97,6	59,7	95,0	38,8	52,6	58,8	54,3	86,0
10	Chortoq	91,6	99,3	64,9	96,0	66,6	54,1	60,9	89,7	69,5
11	Chust	48,7	99,8	67,6	94,0	24,2	71,4	57,8	65,3	85,4
12	Yangiqo'rg'on	60,2	99,7	63,9	92,2	46,2	58,4	63,9	93,6	97,5

Manba: Namangan viloyati statistika boshqarmasi ma'lumotnomasi

Viloyatimizda 2014 yilning 1 oktyabr holatiga jami 15136 ta kichik biznes sub`ektlari (fermer xo`jaliklarisiz) ro`yxatga olingan bo`lib, bu ko`rsatkich 2013 yilning mos davriga nisbatan 101,3 foizni tashkil etdi.

2013 yilning yanvar - sentyabr oylarida kichik biznes sub`ektlari tomonidan 455,5 mlrd.so`mlik sanoat mahsulotlari ishlab chiqarilgan bo`lsa, joriy yilning 9 oy yakuni bilan ushbu ko`rsatkich 493,2 mlrd.so`mni tashkil etdi. Kichik biznesning sanoat mahsulotlari ishlab chiqarishdagi ulushi mos ravishda 42,3 foizdan 42,5 foizga ortishi ta`minlandi.

Viloyatdagi kichik biznes sub`ektlarining 12716 tasi faoliyat ko`rsatayotgan bo`lib, 2420 tasi faoliyat ko`rsatmayapti. Bu jamiga nisbatan 16,0 foizni tashkil qildi.

Faoliyatsiz kichik biznes sub`ektlarining faoliyatini tiklash yoki tugatish bo`yicha viloyatda bir qator chora - tadbirlar amalga oshirilayotgan bo`lib, hisobot davrida 47 ta sub`ektlar faoliyati tiklanib, ularda 190 ta yangi o`rinlar yaratildi. Shuningdek, 151 ta sub`ektlar faoliyati tugatildi.

Kichik biznesning iqtisodiyot tarmoqlaridagi ulushini tahlil qilinganda sohaning qishloq xo`jaligidagi ulushi 99,6% (o`tgan yilning mos davriga nisbatan +0,1 punkt ko`p), qurilish ishlarida 93,3% (+0,22), chakana savdoda 44,9% (+0,3), jami xizmatda 63,5% (+0,3) ni tashkil etdi.

2014 yilning 9 oyi yakuni bilan kichik korxonalar tomonidan eksportga chiqarilgan mahsulotlar hajmi o`tgan yilning shu davriga nisbatan 119,5 foizga oshib, 56,2 mln. dollarni tashkil etdi. Buning natijasida viloyat eksportidagi kichik biznes sub`ektlarining ulushi mos ravishda 60,2 foizdan 64,4 foizga ko`paydi.

So`nggi 5 yilda yalpi hududiy mahsulot hajmining sur`ati o`rtacha 110,7 foizni tashkil etgan. Jumladan, 2010 yilda 2390,3 mlrd so`m (12,4%), 2011 yilda 2944,4 mlrd so`m (10,0%), 2013 yilda 4969,4 mlrd so`m (111,2%)ni tashkil etgan. Hisobot davrida YaHM hajmi 3658,6 mlrd so`mni tashkil etib, o`tgan yilning mos davriga nisbatan 107,9 foizga o`sib, belgilangan prognoz (109,6%) bajarildi.

Raqobatchilik muhitini shakllantirishda 2013 yilning yanvar-dekabr oylarida iste`mol mollari ishlab chiqarish hajmlari o`zgarib borishi (2.1.4-jadval)

Viloyatimiz bo'yicha iste'mol mollari ishlab chiqarish hajmlari 2013 yilda lami sohalarda 1013946,2 mlrd so'm bo'lgani holda 2012 yilning shu davriga nisbatan 113,9 foizga, yirik korxonalarning ishlab chiqarish hajmi esa 395795,7 mlrd so'm bo'lgani holda 2012 yilning shu davriga nisbatan pasayish holati kuzatilgan, ya'ni 95,0 foizni tashkil etadi. Mikrofirmalar faoliyatida esa 138046,6 mlrd so'm yoki 131,3 foizga o'sgan. Shuningdek, kichik korxonalarning bu boradagi ulushi 232106,8 mlrd so'm bo'lgani holda, mikrofirmalar bilan bir qatorda 154,6 foizga o'sishga erishilgan. Jadval ma'lumotining davomida esa yordamchi sanoat korxonalari 31830,9 mlrd so'm 2012 yil shu davriga nisbatan 28701,0 mlrd so'mni, 110,9 foizga o'sishga erishilgan, yakka tartibdagi mehnat faoliyati 127236,5 mlrd so'mni, 115,3 foiz, uy xo'jaliklari bo'yicha iste'mol mollari ishlab chiqarish hajmlari esa, 88929,7 mlrd so'mni, 112,2 foiz o'sish ko'rsatkichiga erishilgan.

Agar mazkur holatni tuman va sharlar kesimida ko'radigan bo'lsak, bu borada raqobatchilik mexanizmi yaqqol Namangan shahrida va nisbatan sanoat hamda boshqa tarmoqlarning ham iste'mol mollari ishlab chiqarish hajmini o'ta yuqoriligi aniqlandi, yani 2013 yilda 496466,4 mlrd so'mni, 2012 yilda 451367,8 mlrd so'mni, 110,0 foizga o'sganligini kuzatishimiz mumkindir.

Tumanlar kesimida o'sish sur'ati deyarli kuzatilgan bo'lsada bu raqobatchilik muhini yuqori darajada rivojlanganligi degani emas albatta. Chunki, tahlil ko'p hollarda viloyatimizning iqtisodiy tarmoqlarida mavjud muammolarni hal etish daralarida namoyon bo'lib turibdi. Shuningdek, qishloq joylarida sanoat korxonalarini va infratuzilmalarini faoliyatini rivojlantirish zarurligi oddiy tahliliy manbalarda ham o'z ifodsini topmoqda.

Viloyatdagi yirik sanoat korxonalarida ishlab chiqilgan qo'shimcha tadbirlarga asosan joriy yil yakuni bilan elektr energiya, xom-ashyo va materiallar sarfi normalarini tushirish, transport xarajatlarini qisqartirish, boshqaruv apparati xarajatlarini kamaytirish, maxalliylashtirish dasturiga kirish orqali soliq to'lovlaridan bo'lgan imtiyozlar, ishlab chiqarish jarayonlarini uzluksizligini ta'minlash va yo'qotishlarni kamaytirish hisobiga ushbu korxonalar tomonidan 15,4 mlrd.so'm iqtisod qilindi.

2.2.Namangan viloyati sanoat korxonalari o`rtasida raqobat muhiti va uning tahlili.

Iqtisodiyotning tarkibiy tuzilishini takomillashtirish vazifasi iqtisodiy islohotlarni amalga oshirishda doimo diqqatimiz markazida bo`lib, iqtisodiy rivojlanish borasida erishgan yutuqlarimizning muhim omili hisoblanadi. Jahon iqtisodiyotida kechayotgan murakkab jarayonlar iqtisodiyotni barqaror rivojlantirish, raqobatbardoshligini oshirish uchun uning tarkibiy tuzilishini muttasil takomillashtirib borish zaruratini yanada kuchaytirdi. Mamlakatning raqobatbardoshligi eng avvalo uning iqtisodiyoti raqobatbardoshligi orqali ifodalanadi.

Ichki va tashqi bozordagi raqobatbardoshlik o`zaro jiddiy farq qilishi mumkin. Bu bozorlarda ichki va tashqi muhitni tashkil etuvchi omillarning turlicha ekanligi, ya`ni to`lovga qodir talab hajmi, ichki va tashqi bozordagi narxlar o`rtasidagi farq, olib borilayotgan tashqi savdo siyosati va h.k.lar bilan belgilanadi.

Milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshlik darajasi uning tabiiy resurs salohiyati, mehnat resurslarining soni va sifati (malaka darajasi), ishlab chiqarishning texnik-texnologik modernizatsiyalashganlik darajasi, iqtisodiyot tarkibiy tuzilishining takomillashganligi, davlatning iqtisodiy rivojlanish hamda islohotlar strategiyasi qay darajada ilmiy asoslanganligi va o`zgarishlar jarayonlarini hisobga olganligi hamda boshqa bir qancha omillarga bog`liq.

Raqobat-bozor sub`ektlari iqtisodiy manfaatlarining to`qnashishidan iborat bo`lib, ular o`rtasidagi yuqori foyda va ko`proq nafililikka ega bo`lish uchun kurashni anglatadi. Bunda ishlab chiqaruvchilar o`rtasida sarflangan xarajatlarining har bir birligi evaziga ko`proq foyda olish uchun kurash boradi. Mana shu foyda orqasidan quvish natijasida tovarlarni sotish doiralari, ya`ni qulay bozorlar uchun, arzon xom ashyo, energiya va arzon ishchi kuchi manbaalari uchun ular orasida kurash boradi.

O`z navbatida xaridorlar, ya`ni iste`molchilar sarflagan har bir so`m xarajati evaziga ko`proq nafililikka ega bo`lish uchun kurashadi, ularning har biri arzon va sifatli tovar va xizmatlarga ega bo`lishga harakat qiladi.

Ishlab chiqaruvchilarning faoliyat ko'rsatuvchi tadbirkor va mulk egasi sifatida erkin va mustaqil bo'lishi raqobatning asosini tashkil etadi. Chunki har bir mulk egasining o'z manfaati bo'lib, ular shu manfaatga erishish uchun intiladi.

Raqobatning asosiy sohasi bozor, chunki unda erkin iqtisodiy sub'ektlar alohidalashgan manfaatlari to'qnashadi.

O'zbekistonda davlat korxonalarni xususiylashtirildi, ular hissadorlik jamiyatlariga aylantirildi, yangidan xususiy korxonalar ochilishiga ruxsat berildi, fermer xo'jaliklari tashkil etildi. Buning natijasida raqobatchilar soni ko'paydi. Raqobatga yo'l ochish uchun 1995 yildan e'tiboran monopol davlat narxlaridan erkin bozor narxlariga o'tildi, bu narxdan raqobatlashuv vositasi sifatida foydalanishga imon berdi.

Shunday qilib, O'zbekistonda raqobatchilik muhitini vujudga keltirishning asosiy yo'li, bu raqobatni inkor qiluvchi davlat monopoliyasidan nodavlat, turli xo'jalik shakllarining mavjudligiga asoslangan va iloji boricha erkin raqobatni taqozo etuvchi bozor tizimiga o'tishdir. Bu yerda raqobatchilik munosabatlarini shakllantirish, avvalo, mustaqil erkin tovar ishlab chiqaruvchilarning paydo bo'lishini taqozo qiladi, chunki raqobatning asosiy sharti alohidalashgan, mulkiy mas'uliyat asosida o'z manfaatiga ega bo'lgan va tadbirkorlik tahlikasini zimmasiga oluvchi erkin xo'jalik sub'ektlarining mavjudligi, ularning bozor orqali aloqa qilishidir.

Namangan viloyati sanoat korxonalari o'rtasidagi raqobat muhitini tahlil qilish uchun sanoan ishlab chiqarish korxonalari o'rtasidagi raqobatni rivojlanishini o'rgandik.

Viloyatda 2013 yil yakuni bilan foydalanishga topshirilgan ishlab chiqarish ob'ektlari to'g'risidagi ma'lumotga e'tibor qaratadigan bo'lsak (2.2.1-jadval), ishga tushirilgan ishlab chiqarish ob'ektlari soni yillik reja amalida rejaga nisbatan, 102,3 %ga bajarilgan. Ya'ni 393 tani o'rniga 402 tani tashkil etgan holda ularga Sarflangan mablag' 107806,7 mln. so'mni, Yaratilgan ish o'rinlari soni 7743 ta tashkil etgan. Bu o'z navbatida ish o'rinlari o'rtasidagi raqobatni ham yuzaga keltiruvchi omillardan biridir.

2.2.1-jadval

**Viloyatda 2013 yil yakuni bilan foydalanishga topshirilgan ishlab chiqarish
ob`ektlari to`g`risida ma`lumot**

№	Shahar, tumanlar	Ishga tushirilgan ishlab chiqarish ob`ektlari soni			Sarflangan mablag` mln. so`m	Yaratilgan ish o`rinlari soni
		yillik rejasi	amalda	rejaga nisbatan, %		
	Viloyat bo`yicha	393	402	102,3	107806,7	7743
1	Namangan sh.	68	68	100,0	24659,3	1190
2	Mingbuloq	19	21	110,5	2540,2	252
3	Kosonsoy	27	29	107,4	5242,1	358
4	Namangan	25	26	104,0	12536,3	673
5	Norin	23	23	100,0	6812,7	505
6	Pop	29	31	106,9	7826,1	700
7	To`raqo`rg`on	35	35	100,0	4978,1	854
8	Uychi	35	36	102,9	19763,7	719
9	Uchqo`rg`on	47	48	102,1	8111,1	769
10	Chortoq	31	31	100,0	6627,5	586
11	Chust	29	29	100,0	3611,0	623
12	Yangiqo`rg`on	25	25	100,0	5098,6	514

Manba: Namangan viloyati statistika boshqarmasi ma`lumotnomasi

Namangan viloyatida Iqtisodiy islohotlarning hozirgi bosqichida tarkibiy o'zgarishlar siyosati orqali raqobatchilik muhitini yuzaga kelishi:

- iqtisodiyotning diversifikatsiyalashuv darajasini ko'tarish, ya'ni ishlab chiqarilayotgan tovarlar va xizmatlar nomenklaturasini kengaytirish, YaIM, eksport kabi ko'rsatkichlarda alohida tarmoq mahsuloti yoki mahsulot guruhining ustunlik qilishiga barham berish;

- tashqi bozorlardagi kon'yunktura o'zgarishlariga kam ta'sirchan bo'lgan tarmoqlar va sohalarning YaIM va bandlikdagi ulushining yuqori bo'lishini ta'minlash;

- tayyor mahsulot ishlab chiqaruvchi, shuningdek eksport qiluvchi korxona va tarmoqlarning xom ashyo va butlovchi qismlar bilan ta'minlanishida mahalliy korxonalar ulushining ustunligiga erishish;

- yuqori texnologiyalar va zamonaviy texnika bilan bilan qurollangan, arzon va sifatli, tashqi bozorda bimalol raqobatga kirisha oladigan sanoat tarmoqlarining sanoat ishlab chiqarishi ko'rsatkichlaridagi ulushini oshirish;

- kon'yunktura o'zgarishlariga tez moslashuvchan, kapital sig'imi past bo'lgan soha va tarmoqlarning yalpi iqtisodiy ko'rsatkichlardagi salmog'ini oshirishga erishish yo'nalishlarida olib borilmoqda.

Iqtisodiyotning tarkibiy tuzilishini takomillashtirib borish, chuqur qayta ishlangan, tayyor, qo'shilgan qiymat hissasi yuqori bo'lgan mahsulot ishlab chiqaruvchi tarmoqlarni jadal rivojlantirish va ularning YaIM hamda mamlakat eksportidagi ulushini ko'paytirish muhim ahamiyatga ega.

Shuningdek, transport va aloqa tarmoqlarining YaIM dagi ulushi shu davrda 8 foizdan 12 foizgacha ko'tarildi. Sanoat, transport va aloqa tarmoqlarining YaIM dagi ulushi ortishi soliq yukining kamaytirilishi, bu tarmoqlarga investitsiyalar ustuvor tarzda jalb qilinishi, yirik investitsiya loyihalarining muvaffaqiyatli amalga oshirilishi natijasida ro'y berdi.

Tashqi savdo aylanmasi viloyatimizda 2014 yil yanvar - sentyabr yakuni bilan 192,9 mln. dollarlik (2013 yilning mos davriga nisbatan 106,5%) tashqi savdo amallari bajarilib, shundan eksport 87,1 mln.dollarni (11,6%), import 105,8 mln. dollarni (102,6%) tashkil etdi.

Hududiy eksport dasturiga asosan eksportyor korxonalar tomonidan o'tgan davr mobaynida 33,5 mln.dollar qiymatida mahsulot eksport qilinib, o'sish sur'ati 2013 yilning mos davriga nisbatan 162,0 foizga, belgilangan prognozga nisbatan esa 102,1 foizga bajarilishi ta'minlandi.

Viloyatda eksport faoliyatini yurituvchi korxonalarning safi barqaror o'sib bormoqda. 2013 yilning 9 oyida eksport amallarini bajaruvchi korxonalar soni 86 tani tashkil etgan bo'lsa, 2014 yil yanvar-sentyabr oylarida ularning soni 23 taga ortib, 109 tani tashkil etdi.

Eksport geografiyasi tahlili shuni ko'rsatmoqdaki, bugungi kunda viloyatdagi yirik va kichik korxonalar tomonidan dunyoning 65 ta davlatiga tovar va xizmatlarni eksportga chiqarish yo'lga qo'yilgan bo'lib, birgina shu yilning o'zida Braziliya, Indoneziya, Malayziya, Misr, Finlandiya, Shvetsiya kabi 6 ta yangi davlatlarga mahsulotlarni eksport qilish yo'lga qo'yildi.

Viloyatda 2013 yil yakuni bilan foydalanishga topshirilgan ishlab chiqarish ob'ektlarni sohalar kesimi bo'yicha ma'lumotga e'tibor qaratsak, (2.2.2-jadval) bunda yengil sanoatda ishga tushirilgan ishlab chiqarish ob'ektlar soni 127 tani

2.2.2-jadval

Viloyatda 2013 yil yakuni bilan foydalanishga topshirilgan ishlab chiqarish ob'ektlarni sohalar kesimi bo'yicha ma'lumot

		Ishga tushiril- gan ishlab chiqarish ob'ekt- lar soni	Sarflangan mablag` mln. so`m	Yaratilgan ish o`rinlari soni
	<i>Sohalar bo'yicha</i>	402 ta	107806,7	7743
	Jumladan:			
-	Yengil sanoatda	127	45643,8	3623
-	Oziq-ovqat sanoatida	124	22764,9	1335
-	Qurilish materiallari sanoatida	103	21552,7	1950

Manba: Namangan viloyati statistika boshqarmasi ma'lumotnomasi

tashkil etgani holda, 45643,8 mln. so`m mablag` ajratilgan bo`lib 3623 ta yangi ish o`rinlari yaratilgan. Oziq-ovqat sanoatida esa 124 ishlab chiqarish ob`ektlari soni 22764,9 mln. so`m mablag` sarflangan 1335 yaratilgan ish o`rinlari ahamiyatga ega, Qurilish materiallari sanoatida 103 ishga tushirilgan ishlab chiqarish ob`ektlar soni 21552,7 mln. so`m mablag` sarflangani holda, 1950 nafar kishi ish bilan ta`minlangan.

Raqobatchilik muhitini takomillashtirish nuqtai – nazaridan Namangan viloyatida so`nggi yillarda xizmatlar sohasida yaratilgan ish o`rinlariga e`tibor qaratadigan bo`lsak, (2.2.3-jadval) bu borada ancha samarali natijalar qayd etilganligini kuzatishimiz mumkin.

2.2.3-jadval

Namangan viloyatida xizmatlar sohasida yaratilgan ish o`rinlari

Yillar	Jami	shu jumladan, qishloq joylarida
2006 yil	8807	7072
2010 yil	24726	20009
2013 yil	24300	20965

Manba: Namangan viloyati statistika boshqarmasi ma`lumotnomasi

Jadval ma`lumotidan ma`lum-ki, 2006 yilda jami 8807 ish o`rinlari yaratilgan bo`lib, 7072 tasi qishloq joylarida ekanligi quvonarli holatdir. 2010 yilga kelib bu jarayon 24726 ish o`rinlari yaratilgani holda, shu jumladan, qishloq joylaridagi 20009 nafadni tashkil etadi. 2013 yilda bu raqamlar quyidagicha ko`rinish oldi, ya`ni jami 24300 qishloq joylarida 20965 taga yetganligi qishloq joylarida yangi ish o`rinlarini yaratilganligi hamda shu hududlardagi yoshlarni bandligini ta`minlash chora-tadbirlarini amalga oshirilishini bildiradi. Shu o`rinda mazkur hududdagi oilalarni daromadlarini ortishi, qishloq turmushi farovonligini ortib borishliligi ham alohida e`tiborga molik masalalar tarkibidan joy olgan.

Namangan viloyatida sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish hajmlarini doimiy o'sishi barobarida kamaytirgan asosiy korxonalar ham raqobatchilik mexanizmiga o'z ta'sirini ko'rsatadi. Bunday asosiy korxonalarda mahsulot ishlab chiqarish hajmini kamayib borishiga e'tibor qaratsak, (2.2.4-jadval) "Koka Kola" QK si 2012 yil yanvar – dekabr holatiga ishlab chiqarish hajmi, 44522,2 mln.so`mga, o'sish sur`ati 112,8 %ni tashkil etgan holda, 2013 yil yanvar – dekabr holatiga ishlab chiqarish hajm 25418,0 mln.so`mga, o'sish sur`ati, 57,1 % ni, kamaygan hajmi, -19104,2 mln.so`mni tashkil etdi. Mazkur korxona faoliyatini o`rganilganda yil davomida tabiiy gaz bosimi past bo`lganligi va ayrim uskuna va texnologiyalarni qayta jihozlash amalga oshirilganligi sababli mahsulot ishlab chiqarish hajmlari kamayganligi ma`lum bo`ldi. Bundan tashqari Nestle O'zbekiston" QK si ham shunday korxonalar safidan o`rin egallagan holda, 2012 yil yanvar – dekabr holatiga Ishlab chiqarish hajmi, 128726,5 mln.so`mni, o'sish sur`ati, 95,2 %ni, 2013 yil yanvar – dekabr holatiga esa 119185,9 mln.so`mni, yoki, 92,6 %ni, kamaygan hajmi esa, -9540,7 mln.so`mga belgilangan. Ushbu holat yuzasidan korxona faoliyatini tahlil qilinganda korxonada qadoqlangan bolalar ovqatini ishlab chiqarish kamayganligi sababli (19,4 foiz) mahsulot ishlab chiqarish hajmi o'tgan yilga nisbatan kamaygan. Bu borada raqobatchi korxonalarning ta'siri sezilarli ahamiyatga egaligi bilan izohlanadi deb xulosa qilishimiz mumkin. Yana bir asosiy korxonalardan biri bu - "Rau Tom" QKsi bo`lib, mazkur qo'shma korxonada ham yuqoridagi holatlar ko`zga tashlanadi. Jumladan, 2012 yil yanvar – dekabr holatiga Ishlab chiqarish hajmi, 627,5 mln.so`mni, o'sish sur`ati, 55,9 %ni, 2013 yil yanvar – dekabr holatiga esa ishlab chiqarish hajmi 287,2 mln.so`mni, yoki, 45,8 %ni, kamaygan hajmi esa, -340,2 mln.so`mga belgilangan. Ushbu holat yuzasidan korxona faoliyatini tahlil qilinganda esa korxonaning xorijiy investorlari (Rossiya va Afg'oniston) kelishmovchiliklar yuzaga kelganligi sababli xom ashyo ta'minotida uzulishlar paydo bo`lgan. Natijada korxonada 2013 yil mart oyidan hozirga qadar mahsulot ishlab chiqarilmagan holatlari aniqlangan.

2.2.4-jadval

Namangan viloyatida sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish hajmlarini kamaytirgan asosiy korxonalar to'g'risida ma'lumot

Korxona va tashkilotlar nomi	2012 yil yanvar-dekabr		2013 yil yanvar-dekabr			Kamaytirish sabablari
	Ishlab chiqarish hajmi, mln.so'm	O'sish sur'ati, %	Ishlab chiqarish hajmi, mln.so'm	O'sish sur'ati, %	Kamaygan hajm, mln.so'm	
"Koka Kola" QK	44522,2	112,8	25418,0	57,1	-19104,2	Yil davomida tabiiy gaz bosimi past bo'lganligi va ayrim uskuna va texnologiyalarni qayta jihozlash amalga oshirilganligi sababli mahsulot ishlab chiqarish hajmlari kamaygan.
"Nestle O'zbekiston" QK	128726,5	95,2	119185,9	92,6	-9540,7	Korxonada qadoqlangan bolalar ovqatini ishlab chiqarish kamayganligi sababli (19,4 foiz) mahsulot ishlab chiqarish hajmi o'tgan yilga nisbatan kamaygan.
"Rau Tom" QK	627,5	55,9	287,2	45,8	-340,2	Korxonaning xorijiy investorlari (Rossiya va Afg'oniston) kelishmovchiliklar yuzaga kelganligi sababli xom ashyo ta'minotida uzulishlar paydo bo'lgan. Natijada korxonada 2013 yil mart oyidan hozirga qadar mahsulot ishlab chiqarilmagan.

Manba: Namangan viloyati statistika boshqarmasi ma'lumotnomasi

Yuqoridagi jadval ma`lumotidan ko`rinib turibdi-ki, viloyatimizdagi asosiy ishlab chiqarish sanoat korxonalarining raqobatchilik mexanizmlarini takomillashtirish masalalarida o`ziga xos kamchiliklarni uchrab turishi viloyatimiz iqtisodiyotini ortga tortishi bilan nihoyalanmoqda. Shunisi achinarli-ki, mazkur kamchiliklarni bartaraf etish ko`p jihatdan o`zimizga, qolaversa, bunda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub`ektlarini qo`llab-quvvatlash orqali raqobatchilik mexanizmini takomillashtirish mumkin degan xulosani keltirib chiqaramiz.

Tadbirkor uchun kurashdagi eng muhim narsa zarur tovarni, xizmatni o`z vaqtida ko`proq ishlab chiqarish va xaridorga tezroq yetkazishdir. Bu jarayonda boshqalarga nisbatan oldinroq ulgursa, albatta u bu kurashda g`olib chiqish imkoniyatini qo`lga kiritgan bo`ladi. Bu, birinchi navbatda, bir xil tovar ishlab chiqaruvchilar va bir xil xaridorlar o`rtasidagi kurashdir. Shuning uchun ham raqobatdagi harakatning keng hajmlisi bozor uchun, tovarni muvaffaqiyatli sotish uchun bo`lgan kurashdir.

Raqobat kurashi iqtisodiy faoliyatning boshqa tarmoq va sohalarida ham yuz beradi. Masalan, xomashyo uchun kurashni olaylik. Ma`lumki, bu ishlab chiqarishda katta ahamiyat kasb etadi. Kerakli xom ashyodan o`z vaqtida, kerakli miqdor va xissa olish uchun harakat qilish umumiy muvaffaqiyat uchun zarur shartdir. Yuqori samarali xomashyo joylarini qo`lga kiritish, arzon energiya uchun kurash katta o`rin egallaydi.

Bulardan yana biri ish kuchi ta`minotidir. Yuqori malakali, tajribali ishchi, xizmatchilarga ega bo`lish, ayniqsa tadbirkor, savdogar uchun juda kerak. yetarli miqdorda ularga ega bo`lish, kasaba uyushmalariga ta`sir etish uchun kurash raqobatda o`rinlidir. Demak, sotuvchilar, tadbirkorlar o`rtasidagi raqobat asosan xaridorlar, ish kuchi, xomashyo, material, ma`qul energiya xili uchun olib boriladi.

III–bob. Raqobatchilik mexanizmini takomillashtirishda davlatning monopoliyalarga qarshi siyosati va uning yo`nalishlari.

3.1. O`zbekistonda davlatning monopoliyalarga qarshi qonunchiligi va uni ro`yobga chiqarish masalalari.

Jahon mamlakatlarining rivojlanish tajribasi shuni ko`rsatadiki, iqtisodiyotdagi monopolistik holat uning barqaror rivojlanishiga, sog`lom raqobat muhitining shakllanishiga to`squinlik qiladi. Bu boradagi tadqiqotlar monopoliyalar keltirib chiqaradigan salbiy oqibatlardan asosiylarini ko`rib chiqishni taqozo etadi.

Eng avvalo monopoliyalar tovar va xizmatlarning alohida turlarini ishlab chiqarishni sun`iy ravishda cheklashga imkon yaratadi. Bozordagi ishlab chiqarish hajmini cheklash orqali narxni nazorat qilishga urinish o`z navbatida turli tarmoqlar o`rtasida resurslarning samarasiz taqsimlanishiga, ulardan yetarli darajada foydalanmaslikka olib keladi.

Monopoliyalar hukmronligi sharoitida shakllangan narxlar raqobatli bozor sharoitidagiga nisbatan yuqori bo`ladi. Chunki, bir tomondan, monopoliya sharoitida mahsulot tannarxini pasaytirishga undovchi rag`batlar kuchsiz bo`ladi yoki bo`lmaydi; ikkinchi tomondan, bozorda shu ko`rinishdagi boshqa tovarlarning mavjud bo`lmasligi iste`molchilarni tanlash imkoniyatidan mahrum etib, ular tovarlarni nisbatan yuqori narxlarda ham sotib olishga majbur bo`ladilar.

Monopoliya sharoitida raqobat muhitining bo`lmasligi ishlab chiqaruvchining mahsulot sifatini oshirish chora-tadbirlari uchun qo`shimcha sarf-xarajatlar qilishini ma`nosiz qilib qo`yadi. Natijada mahsulot sifatining pasayishi ro`y beradi.

Monopol holat orqali yuqori foyda me`yorining ta`minlanishi ishlab chiqaruvchining moddiy-texnika bazasini takomillashtirish, ilmiy-texnikaviy yangiliklardan foydalanishga bo`lgan intilishini yo`qotadi. Bu esa, pirovardida ishlab chiqarishning texnik jihatdan rivojlanmay qolishiga olib keladi.

Shunga ko`ra, bozor munosabatlarining shakllanishi jarayonida milliy iqtisodiyotda samarali raqobat muhitini yaratish uchun quyidagilar bo`yicha chora-tadbirlarning amalga oshirilishi taqozo etiladi:

- iqtisodiyotda davlat monopolizmining har qanday namoyon bo`lishini bartaraf etish;
- kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni har tomonlama rivojlantirish;
- iqtisodiyotni davlat tomonidan boshqarish tizimini takomillashtirish, bu borada chuqur institutsional islohotlarni amalga oshirish;
- monopoliyalarning bozordagi o`z ustunlik mavqelarini suiste`mol qilish imkoniyatlarining oldini olish;
- sog`lom raqobatning rivojlanishini ta`minlashda davlat muassasalari ishtirokini faollashtirish va h.k.

Monopoliyaga qarshi tadbirlarning muvaffaqiyatli amalga oshishi uchun eng avvalo ularning me`yoriy-huquqiy asoslari ta`minlanishi lozim. Shunga ko`ra, mustaqillikning dastlabki davridan boshlab O`zbekistonda monopoliyaga qarshi va raqobat siyosatining huquqiy-me`yoriy bazasini yaratish vazifasi belgilab olindi. Bu boradagi birinchi me`yoriy hujjat bo`lib 1992 yil 2 iyulda qabul qilingan O`zbekiston Respublikasining «Monopolistik faoliyatni cheklash to`g`risida»gi qonuni hisoblanadi.

Hozirda mamlakatimizda O`zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1997 yil 31 martdagi «Tovar bozorlarida monopolistik faoliyatni cheklash va raqobat to`g`risida»gi O`zbekiston Respublikasi qonunini amalga oshirish chora-tadbirlari haqida»gi qaroriga muvofiq moliyaviy idoralarga erkin narxlarning yuqori chegarasi yoki rentabellik darajasi borasida deklaratsiya topshirish orqali barcha monopolist-korxonalarning mahsulot (tovar, xizmat)lari narxlarini davlat tomonidan tartibga solish amaliyoti qo`llanilmoqda.

Biroq, bunday amaliyotning qo`llanishi quyidagi sabablarga ko`ra samarali hisoblanmaydi:

- narx tashkil topishining bozor tamoyillariga muvofiq emasligi, uning oldindan ko`zda tutilgan xarajat mexanizmiga asoslanishi;

- mazkur korxonalarning bozorda tarkib topgan narxlar bo`yicha yo`nalish olish imkoniyatiga ega bo`lmasligi;

- xo`jalik qarorlarini erkin va mustaqil qabul qilishda ma`lum to`siqlar paydo bo`lishi;

- bunday holatda raqobatchilar mahsuloti narxlarining hisobga olinmaganligi va boshqalar.

Shunga ko`ra, bozorda monopol mavqega ega bo`lgan xo`jalik sub`ektlarining mahsulot va xizmatlariga narx belgilashda faqat ma`muriy jihatdan yondashmay, unga bozor dastak va mexanizmlarining tatbiq etilishi lozim deb hisoblaymiz.

Umuman olganda, mutaxassislar tomonidan mamlakatimizdagi monopoliyaga qarshi qonunchiligining quyidagi asosiy kamchiliklari belgilab berilgan:

- O`zbekistonning monopoliyaga qarshi qonunchiligida o`z monopol mavqeini sui`stemol qilmagan korxonalarga nisbatan monopoliyaga qarshi tartibga solish chora-tadbirlarini qo`llash imkonini berish holatining mavjudligi. Xorij qonunchiligida bozor ulushi monopoliyaga qarshi majburiy choralar va jazolar to`g`risida qaror qabul qilishda xulosa chiqaruvchi, qat`iy omil bo`lib hisoblanmay, faqat ustunlik mavqei to`g`risida qarash uchun asos bo`lib xizmat qiladi. Xal qiluvchi mezon bo`lib esa, bozorda hukmron mavqega ega bo`lgan korxona o`zining hatti-harakatlari bilan yetkazgan amaldagi ziyon hisoblanadi. Bizning qonunchilikda esa bozor ulushining o`zi monopoliyaga qarshi chora-tadbirlarni belgilash ob`ektini aniqlash mezoni bo`lib hisoblanadi;

- monopoliyaga qarshi davlat organiga qonunchilikni buzganlik uchun iqtisodiy sanksiya qo`llash huquqining berilishi. Xalqaro amaliyotda bu kabi masalalar sud ajrimlari orqali hal etiladi;

- qonun me'yorlarining ko'pincha umumiy qoidalardan iborat bo'lib, tartibga solishning muhim masalalarini to'liq qamrab olmaganligi;

- raqobatni ta'minlashning ko'plab tomonlari qonundan tashqari me'yoriy-huquqiy hujjatlar bilan tartibga solinishi. Zero, qonunga qo'shimcha hujjatlarning qo'llanishi raqobat masalalarini boshqarish tartibiga o'zgarish va to'ldirishlar kiritish, shuningdek, qonun me'yorlarini idoraviy manfaatlardan kelib chiqqan holda talqin etish imkonini beradi.

3.2. Tabiiy monopoliyalarni davlat tomonidan tartibga solish va uning xususiyatlari.

Iqtisodiyotda raqobat muhitini rivojlantirish muammolari tabiiy monopoliyalarning paydo bo'lishi va amal qilishi xususiyatlarini ham tadqiq qilinishini taqozo etadi. Chunki, oldingi boblarda ta'kidlanganidek, raqobatni barcha tarmoq va sohalarda ham bir xilda rivojlantirib bo'lmaydi. Iqtisodiyotda shunday tarmoqlar mavjudki, ushbu tarmoqlarda ma'lum bir davr mobaynida raqobat muhitini shakllantirish iqtisodiy jihatdan maqsadga muvofiq emas. Bunday korxonalarni odatda «tabiiy monopoliya sub'ektlari» deb ataladi.

Iqtisodiyot nazariyasida «tabiiy monopoliya» atamasi turlicha ta'riflanib, uni umumiy holda quyidagicha ifodalash mumkin: «tabiiy monopoliya deganda, korxonaning texnologik xususiyatidan kelib chiqqan holda, mahsulotga bo'lgan talabni raqobat mavjud bo'lmagan sharoitida samaraliroq qondiriluvchi tovar bozorining holati tushuniladi».¹¹

O'zbekistonda tabiiy monopoliya sub'ektlarining faoliyati bilan bog'liq bo'lgan munosabatlarni tartibga solish, shuningdek, iste'molchilar, davlat va tabiiy monopoliya sub'ektlari manfaatlarining muvofiq kelishini ta'minlash maqsadida 1997 yil 24 aprelda o'zbekiston Respublikasining «Tabiiy monopoliyalar to'g'risida»gi qonuni qabul qilindi. Mamlakatimiz iqtisodiy rivojlanishidagi o'ziga xos xususiyatlar, tabiiy monopoliya sub'ektlarini tartibga solishdagi e'tiborli

¹¹ Борисов Е.Ф. Экономическая теория: учеб. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, изд-во Проспект, 2005, с.209-210.

jihatlarni nazarda tutgan holda 1999 yil 19 avgustda ushbu qonunning yangi tahriri ishlab chiqildi.

Tabiiy monopoliyalar sharoitida raqobat samara keltirmasligi sababli «Tabiiy monopoliyalar to`g`risida»gi qonun tegishli tarmoq va sohalardagi monopolistik faoliyatni cheklash hamda raqobatni rivojlantirishga emas, balki ularni davlat tomonidan tartibga solishga yo`naltirilgan.

Mamlakatimizdagi tabiiy monopoliya sub`ektlarini mazkur qonunning 4-moddasida «quyidagi sohalarda tabiiy monopoliya sub`ektlarining faoliyati davlat tomonidan tartibga solinadi:

- neft , gaz kondensati, tabiiy gaz va ko`mir qazib chiqarish;
- neft , neft mahsulotlari va gazni quvurlar orqali transportirovka qilish;
- elektr va issiqlik energiyasini ishlab chiqarish va uzatish;
- temir yo`llarda tashish;
- umumiy erkin foydalaniladigan elektr va pochta aloqasi xizmatlari;
- suv quvurlari va kanalizatsiya xizmatlari.

Portlar va aeroportlarning xizmatlari ham davlat tomonidan tartibga solinishi shart»¹², deb belgilab berilgan.

Bu tarmoq va sohalar ishlab chiqaruvchilari tomonidan o`z mahsulotlari va xizmatlari taklifini raqobat mavjud bo`lmagan sharoitlarda amalga oshiriladi. Bunday holat mazkur tarmoq korxonalarining o`z ishlab chiqarish-tashkiliy tuzilmalarini keng miqyosda qayta tashkil etish, yangi texnologiyalarni joriy etishdan manfaatdorligini pasaytiradi. Shunga ko`ra, tabiiy monopoliya sharoitida resurslardan foydalanish raqobatli bozor sharoitiga nisbatan samarasiz bo`ladi.

Tabiiy monopoliyalar amal qilishining ob`ektiv tavsifi hamda ularga qarshi kurashish mumkin emasligi ular faoliyatini davlat tomonidan maxsus tartibga solishning zarurligini taqozo etadi. Bu zaruriyat quyidagi holatlar orqali yaqqolroq namoyon bo`ladi.

¹² O`zbekiston Respublikasi Qonuni. Tabiiy monopoliyalar to`g`risida. 1999 yil 19 avgust.- T.: "Adolat", 1999.

Birinchidan, davlat tabiiy monopoliyalar faoliyati bo'yicha o'zaro munosabatda bo'lgan tomonlar manfaatining muvozanatini topishi lozim. Ya'ni u, bir tomondan, jamiyat manfaati yo'lida monopollashgan tarmoqlarning rivojlanishiga imkon yaratishi, boshqa tomondan esa – tabiiy monopoliyalar yo'l qo'yishi mumkin bo'lgan suiiste'mol holatlaridan iste'molchilarni himoya qilishi lozim. Masalan, monopolist-korxonaning yuqori moliyaviy natijaga erishishi uchun narxlar darajasining yuqori bo'lishi manfaatlidir, biroq bunday narxlar aholining kam ta'minlangan qismini mushkul ahvolga solib qo'yishi mumkin.

Ikkinchidan, tabiiy monopolist raqobatchisining mavjud emasligi, u ishlab chiqarayotgan mahsulot yoki xizmat iste'molini boshqa mahsulot yoki xizmatlar bilan almashtirib bo'lmazligi turli toifadagi iste'molchilar guruhining mavjud bo'lishiga olib keladi. Shunga ko'ra, davlat iste'molchilarning barcha tabaqasi imkoniyatlarini hisobga olgan holda adolatli narx darajasini belgilashi lozim bo'ladi.

Uchinchidan, monopol mahsulot va xizmatlar narxini pasaytirish mazkur korxonalardagi o'rinsiz sarf-xarajatlar va ortiqcha bandlikni qisqartirish, xizmat ko'rsatishni yaxshilash, investitsiyalarning samaradorligini oshirish tadbirlarini taqozo etadi. Biroq, tabiiy monopoliya sharoitida bunday tadbirlarni amalga oshirish uchun rag'bat mavjud emas. Shunga ko'ra, davlat turli iqtisodiy va ma'muriy dastaklar orqali tabiiy monopoliya sub'ektlarini mazkur tadbirlarni amalga oshirishga undaydi, tegishli rag'batlar yaratadi.

To'rtinchidan, fan-texnika taraqqiyoti yutuqlarining ishlab chiqarishga tatbiq etilishi, zamonaviy texnologiyalar va boshqarish yangi usullarining rivojlanishi bilan tabiiy monopoliyalarning ayrim sohalarida raqobat muhiti yaratish imkoniyati paydo bo'lib boradi. Shu sababli, davlat xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning tabiiy monopoliya tarkibiga asosli ravishda kiritilishini ta'minlash ustidan muntazam ravishda nazorat olib borishi lozim. Shu bilan birga, endilikda raqobat sharoitida faoliyat yuritishi mumkin bo'lgan tarmoq va sohalarda iqtisodiy islohotlar va tarkibiy o'zgarishlarni amalga oshirishi zarur.

Xulosa va takliflar

Mamlakatimiz iqtisodiyotini mutanosib rivojlantirish, uning samarali tarkibiy tuzilmasiga ega bo'lish va shu orqali barqaror iqtisodiy o'sish sur'atlariga erishish Vatanimiz taraqqiyoti va xalq farovonligini ta'minlashning muhim shartlaridan hisoblanadi. Ushbu maqsadga erishish uchun esa eng avvalo iqtisodiyotning real sektorini jadal rivojlantirish zarur bo'ldi.

O'tgan yillarda erishilgan o'sish sur'atlari va yuksak makroiqtisodiy ko'rsatkichlar jamiyatimizning barcha sohalarini tubdan isloh qilish va yangilash bo'yicha amalga oshirilgan ko'p yillik mashaqqatli va murakkab ishlarning mantiqiy natijasi, mamlakatimiz iqtisodiyotini izchil va barqaror rivojlantirishning amaliy namoyoni bo'ldi.

Shunday sohalaridan biri hisoblangan yengil sanoat respublikamiz iqtisodiyotining yetakchi tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Mamlakatimiz iqtisodiyotining real sektorini modernizatsiya qilish, texnik va texnologik qayta jihozlash hamda ishlab chiqarishni diversifikatsiya qilish borasida amalga oshirilayotgan ishlar natijasida to'qimachilik sanoatining mamlakat yalpi ichki mahsulotidagi ulushi yildan - yilga oshib bormoqda. Albatta, bu kabi ulkan maqsadlarga erishishda yengil sanoat korxonalari faoliyatini rivojlantirish, ular o'rtasidagi sog'lom raqobat muhitini vujudga keltirishi va takomillashtirish kabi masalalari bugungi kunda dolzarb masalalardan hisoblanadi.

Jahon tajribasi shundan dalolat beradiki, rivojlangan mamlakatlarda iqtisodiyotda raqobat muhitini saqlab qolish va raqobat mexanizmining samarali faoliyatini ta'minlash maqsadida sanoat korxonalari uchun qulay makroiqtisodiy muhit yaratilishi bilan birga unga davlat tomonidan turli xil yordamlar ko'rsatiladi. Tadbirkorlikni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash va raqobat muhitini shakllantirish bo'yicha jahon tajribasi boy va xilma xil bo'lsada, ular bir-birlaridan ushbu jarayonni amalga oshirish mexanizmi, usullari va vositalari jihatidan farq qiladi. Mazkur tajribani o'rganish, uning ijobiy tomonlaridan mamlakatimizning

o`ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqqan holda samarali foydalanish iqtisodiyotda tarkibiy o`zgarishlar amalga oshirilayotgan bugungi kunda eng dolzarb vazifalardan hisoblanadi.

Raqobat muhitini shakllantirishni davlat tomonidan tartibga solishni ikki yo`nalishda ko`rib chiqish mumkin:

- ishlab chiqarish sub`ektlari faoliyati uchun umumiy shart-sharoitlarni barpo etish;
- ishlab chiqarish sub`ektlari xo`jalik sharoitlariga moslashishni ta`minlash maqsadida ularni qo`llab-quvvatlash va imtiyozlar taqdim etish.

Raqobat muhitini shakllantirish va tadbirkorlikni davlat tomonidan ko`llab-quvvatlash bo`yicha jahon tajribasini umumlashtirish natijalarini o`rganib chiqib, bizningcha, ulardan O`zbekistonda quyidagi yo`nalishlarda foydalanish mumkin:

- monopoliyalarga qarshi qonunchilikning amaliy ahamiyatini oshirish, monopolistik tuzilmalarni kamaytirish hamda «Tabiiy monopoliyalar to`grisidagi» qonunni ijro etish bo`yicha amaliy chora-tadbirlarni ishlab chiqishda;
- ishlab chiqarish sub`ektlari va sanoat korxonalariga ko`llaniladigan soliq stavkalarini tartibga solish va soliq bo`yicha imtiyozlar tizimini takomillashtirishda;
- korxonalar faoliyatini moliyalashtirish bo`yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqishda;
- korxonalarga boshqaruv, texnik va axborot yordamlarini ko`rsatish mexanizmini takomillashtirish va rivojlantirishda va boshqalar.

Umuman olganda, sanoat korxonalari o`rtasidagi raqobatni rivojlantirish uchun quyidagi ishlarni amalga oshirish zarur deb hisoblaymiz:

- xususiy va davlat monopoliyasini cheklash, savdo qoidasini asossiz buzishlarni ta`qiqlash, iqtisodiy kuchlarni haddan tashqari markazlashuvini va ishlab chiqarish, sotish, narx, texnologiya rivojlanishini asossiz cheklashni oldini olish, sanoat korxonalari erkinliklarini oshirish vositasida qulay raqobat sharoitlarini vujudga keltirish;

- korxonalarni soliqqa tortishda soliqqa tortish bazasini qisqartirish amaliyotidan foydalanish va shu asosda tavakkalchilikni pasaytirish hamda korxonalar faoliyatining barqarorligini ta'minlashga yordam berish;

- soliq qonunchiligining barqarorligini ta'minlash va soliq sohasida kutilayotgan o'zgarishlar to'g'risida ishlab chiqarish sub'ektlarini oldindan xabardor qilish amaliyotini yo'lga qo'yish;

- ishlab chiqarish faoliyatini moliyalashtirishda turli xil byudjetdan tashqari fondlar faoliyatini rivojlantirish hamda kredit ittifoqlarini tashkil qilish;

- tarmoq korxonalarining davlat buyurtmalarini bajarish ishlariga kengroq jalb etish va bu sohada ularga imtiyozlar taqdim etish;

- tarmoq korxonalarga boshqaruv, texnik axborot va maslahat xizmatlari ko'rsatishning aniq mexanizmini ishlab chiqish va shu maqsadda oliy o'quv yurtlari va ilmiy tadqiqot institutlari qoshida turli xil kurslar, axborot markazlari tashkil etish va boshqalar.

Istiqbolda sanoat korxonalaridagi mavjud muammolarni yechish uchun quyidagi chora-tadbirlarni amalga oshirish maqsadga muvofiqdir:

1. Sanoat korxonalarida ishlatiladigan dastgohlarni va qo'shimcha qismlar ishlab chiqarishni mamlakatimizda yo'lga qo'yish va ularni ishlab chiqarishni jaxon standarti darajasiga ko'tarish, shu orqali raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishni yanada rivojlantirish.

2. Sanoat mahsulotlarini ishlab chiqaradigan yangi korxonalarni barpo etish va ularda ilg'or texnologiyalarni qo'llash orqali eksportbop mahsulotlar ishlab chiqarish hajmini oshirish hamda shu orqali sanoat korxonalar o'rtasida raqobat muhitini rivojlantirish.

3. Mamlakatimizdagi sanoat korxonalarining jaxon bozoridagi mavqeini ko'tarish. Buning uchun yuqorida aytilgandek, korxonalar o'rtasida raqobatni yanada rivojlantirish darkor.

4. Sanoat korxonalarida jadal sur'atda modernizatsiya ishlarini boshlab yuborish, ularni yangi texnika va texnologiyalar bilan jihozlash.

5. Sanoat korxonalari rivoji uchun investitsiyalarni qidirib topib va ularni ishlab chiqarishda qo'llash, investitsiya mablag'larining samaradorligini oshirish, ular hisobiga sanoat korxonalarida mehnat unumdorligini oshirish.
6. Sanoat korxonalariga kapital qo'yilmalar yo'naltirishni rag'batlantirish.
7. Eksport va import o'rnini bosuvchi eksportbop mahsulotlarni ishlab chiqarish yo'lidagi har handay harakatni rag'batlantirish. Sanoat korxonalarining tashqi bozorga chiqishlari uchun zarur axborot va marketing bo'yicha ma'lumotlar bazasini yaratish va takomillashtirish.. Kichik korxonalarga va eksport sohasida tajribasi yetishmagan korxonalarga mahsulotlar va xizmatlarni eksport qilishda ko'mak berish.
8. Tashkil etilayotgan kichik korxonalar tarmog'iga har tomonlama yordam berish, qo'llab quvvatlash va shu orqali ularga ham xuddi yirik sanoat korxonalari uchun yaratilgan imkoniyatlardek yangidan-yangi imkoniyatlarni ochish.

Sanoat korxonalarida ishlab chiqarish samaradorligini oshirishning yo'llari va yo'nalishlarini ishlab chiqishda ushbu tadbirlarni amalga oshirish lozim:

1. Ishlab chiqarish strukturasini takomillashtirish.
2. Korxonada ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning sifatini oshirishga olib boradigan tadbirlar tizimini ishlab chiqish.
3. Ishlab chiqarishdagi mehnat qurollari, buyumlari va ishlab chiqarish texnologiyasini takomillashtirish.
4. Ishlab chiqarishni tashkil etish va boshqarishni takomillashtirish.
5. Ishlab chiqarishning ixtisoslashuv darajasini oshirish.

Bulardan tashqari hozirgi vaqtda respublikamiz sanoatida xalqaro iqtisodiy aloqalarni yanada takomillashtirish maqsadida eksport-import bitimlarini amalga oshirish mexanizmi bo'yicha muammo va qiyinchiliklarni bartaraf etishda quyidagi choralarni amalga oshirish maqsadga muvofiq bo'lar edi:

1. Sanoat korxonalari uchun eksport-importni amalga oshirish jarayonini soddalashtirish, ya'ni tashqi iqtisodiy operatsiyalarni amalga oshirishda hisob-kitoblarni yanada erkinlashtirish, tashqi savdo shartnomalarini ro'yxatdan o'tkazayotganda turli davlat organlari tomonidan qonunda ko'zda tutilmagan talablarni qo'yish amaliyotidan voz kechish.

2. Eksport-import operatsiyalarini amalga oshirish bo'yicha xujjatlarni namunaviy to'ldirish va tushuntirish ishlarini olib borishni keng yo'lga qo'yish.

3. Savdo vositachilik faoliyati bilan shug'ullanayotgan korxona va tashkilotlarning eksportdan tushgan tushumining 50 foizini majburiy sotishdan asta-sekinlik bilan ozod etish.

4. Ochiq bozor iqtisodiyotiga o'tish uchun O'zbekistonning xalqaro va hududiy iqtisodiy va savdo hamda bojxona uyushmalariga integratsiyalashuvini ta'minlash.

5. Tashqi savdoni samarali tarzda amalga oshirayotgan korxonalarni rag'batlantirish tizimi Nizomini ishlab chiqish.

6. Jahonning turli mamlakatlarida mamlakatimizning milliy xunarmandchiligi mahsulotlarini namoyish etish, reklama qilish va internet orqali turli mamlakatlarga ma'lum qilish tizimini ishlab yaratish.

Mamlakatimiz uchun jahon hamjamiyati bilan iqtisodiy hamkorlik munosabatlarininshg barqaror va samarali ravishda rivojlantirilib borilishi mamlakatimizning iqtisodiy taraqqiyotida muhim ahamiyat kasb etishi shubhasizdir.

Yuqoridagi taklif va tavsiyalarga amal qilinsa, o'ylaymizki sanoat korxonalari o'rtasidagi raqobat muhitining rivojlanishiga olib keladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi prezidenti I.A. Karimovning O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi qabul qilinganining 21 yilligiga bag'ishlangan tantanali marosimdagi "Amalga oshirilayotgan islohotlarimizni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyati qurish – yorug` kelajagimizning asosiy omillari" nomli ma'ruzasini o'rganish bo'yicha O'quv qo'llanma, T., 2013 yil.
2. "Tarixiy, madaniy va ma'rifiy merosimiz, urf-odat va qadriyatlarimiz – intellektual kelajagimizning mustahkam poydevori" mavzusidagi xalqaro konferentsiyasidagi nutqi. 2014 yil 14-15 may.
3. Prezident I.A. Karimovning "O'zbekistonda oziq – ovqat dasturini amalga oshirishning muhim zahiralari" mavzusidagi xalqaro konferensiyaning ochilish marosimidagi nutqi. 2014 yil.
4. I.Karimov "2015 yilda iqtisodiyotimizda tub tarkibiy o'zgarishlarni amalga oshirish, modernizatsiya va diversifikatsiya jarayonlarini izchil davom ettirish xisobidan xususiy mulk va xususiy tadbirkorlikka keng yo'l ochib berish – ustuvor vazifamizdir." "Xalq so'zi" gazetasi 2015 yil 18 yanvar
5. I.A. Karimov "Bosh maqsadimiz – keng ko'lamli islohot va modernizatsiya yo'lini qat'iyyat bilan davom ettirish" T. "O'zbekiston" 2013 yil.
6. I.A. Karimov 2014 yil yuqori o'sish sur'atlari bilan rivojlanish, barcha mavjud imkoniyatlarni safarbar etish, o'zini oqlagan islohotlar strategiyasini izchil davom ettirish yili bo'ladi. "Xalq so'zi" - 2014 yil.
7. O'zbekiston Respublikasi prezidenti I.A. Karimovning O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasining 20 yilligiga bag'ishlangan tantanali marosimdagi "Inson manfaati, huquq va erkinliklarini ta'minlash, hayotimizning yanada erkin va obod bo'lishiga erishish – bizning bosh maqsadimizdir" nomli ma'ruzasini o'rganish bo'yicha O'quv qo'llanma, T., 2013 yil.
8. Asosiy vazifamiz – Vatanimiz taraqqiyoti va xalqimiz farovonligini yanada yuksaltirishdir. – Prezident Islom Karimovning 2013 yilning asosiy yakunlari va 2014 – yilda O'zbekistonni ijtimoiy - iqtisodiy rivojlantirishning eng muhim

- ustuvor yo`nalishlariga bag`ishlangan Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma`ruzasi “Xalq so`zi”, 2014 yil 28 yanvar.
9. Karimov I.A. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O`zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo`llari va choralari I.A.Karimov. – T: O`zbekiston, 2009. – 56 b.
 10. Mamlakatimizni modernizatsiya qilish va yangilashni izchil davom ettirish – davr talabi. Prezident Islom Karimovning 2008 yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2009 yilga mo`ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo`nalishlariga bag`ishlangan Vazirlar Mahkamasi majlisidagi ma`ruzasi “Xalq so`zi”, 2009 - yil 14 fevral.
 11. Karimov I.A. Eng asosiy mezon – hayot haqiqatini aks ettirish. – T.: O`zbekiston, 2009. – 24 b.
 12. O`zbekiston Respublikasining Qonuni. Chet ellik investitsiyalari to`g`risida. 1998 yil 30 aprel.
 13. O`zbekiston Respublikasining Qonuni. Chet ellik investorlar huquqlarining kafolatlari va himoya choralari to`g`risida. 1998 yil 30 aprel.
 14. O`zbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori. O`zbekiston Respublikasining 2010 yilgi Investitsiya dasturi to`g`risida. 2009 yil 28 oktyabr.
 15. O`zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi majlisining Qarori. 2008 yilda Respublikani ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2009 yilda iqtisodiyotni barqaror rivojlantirishning eng muhim ustuvor vazifalari to`g`risida. 2009 yil 13 fevral.
 16. O`zbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori. Ishlab chiqarish va ijtimoiy infratuzilmani yanada rivojlantirish yuzasidan qo`shimcha chora-tadbirlar to`g`risida. 2009 yil 20 yanvar , PQ-1041-son.
 17. O`zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoyishi. Iqtisodiy nochor korxonalarni tijorat banklariga sotish tartibni tasdiqlash to`g`risida. 2008 yil 19 noyabr , F-4010-son.
 18. O`zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. Iqtisodiyot real sektori korxonalarining moliyaviy barqarorligini yanada oshirish chora-tadbirlari to`g`risida. 2008 yil 18 noyabr , PF-4053-son.

19. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimovning «Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O'zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo'llari va choralari» nomli asarini o'rganish bo'yicha o'quv qo'llanma. – T.: Iqtisodiyot, 2009. – 120 b.
20. I.A.Karimov “O'zbekiston mustaqillikka erishish ostonasida” T–2011 yil.
21. O'zbekiston – iqtisodiyotni modernizatsiyalash hamda islohotlarni chuqurlashtirishning yangi va yuksak bosqichi yo'lida. (Bekmurodov A.Sh., G'afurov U.V.) T.: Iqtisodiyot, 2008. – 126 b. (elektron versiyasi bilan).
22. Ommabop iqtisodiyot: mohiyati va asosiy tushunchalari (o'zbek va rus tillarida). Ilmiy-ommabop qo'llanma. (Bekmurodov A.Sh., Gimranova O.B., Shamshieva N.N.) T.: Iqtisodiyot, 2009. – 92 b. (elektron versiyasi bilan).
23. O'zbekiston iqtisodiyotni liberallashtirish va modernizatsiyalash yo'lida. Ekspress-prospekt. (Bekmurodov A.Sh., Berkinov B.B., Usmonov B.B., Hamidov O.M., G'afurov U.V. va Ne'matov I.U.) T.: Iqtisodiyot, 2009. – 5 b. (elektron versiyasi bilan).
24. N.N.Rasulov.Stimulirovanie privilecheniya inostranno'x investitsii v ekonomiku Uzbekistana.-T.: «FAN», 2003.-165 s.
25. O'zbekiston iqtisodiyotini liberallashtirish yillarida 1-qism. Bekmurodov A., Boltabaev M., G'oyibnazarov B., Amanbaev M., Toshxo'jaev M. Makroiqtisodiy siyosat va iqtisodiy islohotlar. – T.: TDIU, 2005.
26. O'zbekiston iqtisodiyotini liberallashtirish yillarida 2-qism. Bekmurodov A., Hakimov R., Safarov B., Zaxidov G. Qishloq xo'jaligida iqtisodiy islohotlar va fermerlik harakati. – T.: TDIU, 2005.
27. O'zbekiston iqtisodiyotini liberallashtirish yillarida 3–qism. Bekmurodov A.Sh., Sattorov S., To'raev J., Soliev K., Ro'ziev S. Kichik biznes va tadbirkorlik rivoji – davr talabi. - T.: TDIU, 2005.
28. O'zbekiston iqtisodiyotini liberallashtirish yillarida 4-qism Bekmurodov A., Tojiev R., Qurbonov X., Alimardonov M. Moliya va bank tizimidagi islohotlar samarasi. – T.: TDIU, 2005.
29. O'zbekiston iqtisodiyotini liberallashtirish yillarida 5-qism. Bekmurodov A., Tairov Sh., Maxmudov E., Isakov M., To'raev N. Tashqi iqtisodiy siyosat:

- savdo va investitsiyalar oqimlari. – T.: TDIU, 2005.
30. “Qo`shma korxonalarni tashkil etishga investitsiyalarni kiritishning ustuvor yo`nalishlari va vazifalari” mavzusidagi Respublika ilmiy-amaliy anjuman materiallari. – T.: TDIU, 2008.
 31. O`zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo`mitasining tegishli yillar bo`yicha statistik to`plamlari
 32. Namangan viloyatining ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishining asosiy ko`rsatkichlari. (Namangan viloyati statistika boshqarmasi ma`lumotlari), Namangan – 2014 y.
 33. Namangan viloyatining ijtimoiy – iqtisodiy rivojlanishining asosiy ko`rsatkichlari. (Namangan viloyati statistika boshqarmasi ma`lumotlari), Namangan - 2015 y.
 34. X.Nabiev. “Mulkdorlik va ma`naviy kamolot”. Namangan-2006 yil.
 35. www.mfer.uz – O`zbekiston Respublikasi Tashqi iqtisodiy aloqalar, investitsiyalar va savdo Vazirligining rasmiy sayti
 36. www.uzinfoinvest.uz - «O`zaxborotinvest» agentligining rasmiy sayti.