

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ**  
**ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**  
**ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ**



**“ИҚТИСОДИЁТ НАЗАРИЯСИ” КАФЕДРАСИ**

**ЯХШИЕВА М.Т.**

**ҲОЗИРГИ ЗАМОН РАҚОБАТ**  
**НАЗАРИЯСИ**

**ЎҚУВ-УСЛУБИЙ МАЖМУА**

**Билим соҳаси:** 200000 – Ижтимоий соҳа, иқтисод ва ҳуқуқ  
**Таълим соҳаси:** 230000 – Иқтисод  
**Магистратура мутахассислиги:** 5A230101 – Иқтисодий назария

**Тошкент – 2019**

Ўқув-услугий мажмуа Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги \_\_\_\_ йил \_\_\_\_\_ даги \_\_\_\_\_ - сонли буйруғи билан (буйруқнинг \_\_\_\_ -илоvasи) тасдиқланган “Ҳозирги замон рақобат назарияси” фани дастури асосида тайёрланган.

### **Тузувчи:**

М.Т.Яхшиева –ТДИУ, “Иқтисодиёт назарияси” кафедраси  
доценти, иқтисод фанлари номзоди;

### **Тақризчилар:**

А.Ф.Расулев – ТДИУ, “иқтисодиёт назарияси” кафедраси  
профессори, иқтисод фанлари доктори;  
Д.Ш.Бабабекова – ТМИ, “Иқтисодиёт назарияси” кафедраси доценти,  
иқтисод фанлари номзоди.

“Ҳозирги замон рақобат назарияси” фани бўйича ўқув-услугий мажмуа Тошкент давлат иқтисодиёт университети Кенгашининг 2019 йил “\_\_\_\_” \_\_\_\_\_даги \_\_\_\_\_-сонли қарорига мувофиқ ўқув жараёнига татбиқ этиш учун тавсия этилган.

© Иқтисодиёт, 2019 йил

## МУНДАРИЖА

№	Мажмуанинг таркибий қисмлари	бетлар
	<b>Кириш.....</b>	<b>4</b>
<b>I.</b>	<b>Фан бўйича ўқув материаллари.....</b>	<b>5</b>
1.	Маъруза машғулоти бўйича ўқув материаллари.....	6
2.	Амалий машғулоти бўйича ўқув материаллари.....	72
3.	Тавсия этиладиган адабиётлар рўйхати.....	92
<b>II.</b>	<b>Фан бўйича мустақил таълим машғулоти.....</b>	<b>94</b>
1.	Талабанинг семестр давомидаги мустақил таълимига оид топшириқлар.....	95
2.	Мустақил таълимни баҳолаш бўйича услубий кўрсатма.....	98
<b>III.</b>	<b>Глоссарийлар.....</b>	<b>106</b>
<b>IV.</b>	<b>Иловалар.....</b>	<b>112</b>
1.	Фаннинг намунавий ўқув дастури.....	113
2.	Фаннинг ишчи ўқув дастури.....	125
3.	Фан бўйича тарқатма материаллар.....	133
4.	Тестлар.....	187
5.	Рейтинг тизими асосида талабалар билимини назорат қилиш ва баҳолаш бўйича услубий кўрсатма.....	203
6.	Фанга доир видео маърузалар ва видео роликлар.....	210

## КИРИШ

“Ҳозирги замон рақобат назарияси” фани бўйича мазкур ўқув-услубий мажмуада шу фаннинг ишчи ўқув дастури бўйича барча мавзулар ёритилган. Унда ушбу фаннинг проспекти, мавзулар бўйича матн аннотатсиялари ва улар бўйича охири янгиликлар, фан бўйича тестлар, фанга доир видео маърузалар ва видео роликлар, талабанинг семестр давомидаги мустақил ишига оид тоишириқлар, глоссарийлар ҳамда тавсия этиладиган электрон журналлар ва интернет сайтлар баён қилинган.

Шунингдек, мажмуар мазкур фан бўйича маъруза, амалий машғулотларда ва мустақил таълим жараёнида талабалар томонидан бажариладиган кейс-стади, ўқув лойиҳа, муаммоли вазиятлар, тестлар ҳамда ҳар бир мавзу бўйича қисқача назарий материалларни ўз ичига олган.

Ушбу ўқув-услубий мажмуанинг мақсади талабалар ўқув машғулотларида ва улардан сўнг мавзуларни мустақил равишда чуқур ўзлаштиришига услубий кўмаклашиш орқали, уларнинг амалий билим, малака ҳамда кўникмаларини янада оширишдан иборат.

---

# **ФАН БЎЙИЧА ЎҚУВ МАТЕРИАЛЛАРИ**

---

## МАВЗУ-1. РАҚОБАТ НАЗАРИЯСИ ЭВОЛЮЦИЯСИ

---

### Режа:

1. “2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси”нинг Иқтисодий ва либераллаштиришнинг устувор йўналишлари
2. Рақобатнинг иқтисодий мазмуни ва шаклланишининг асосий тамойиллари
3. Рақобат назариялари
4. Рақобатнинг асосий вазифалари, турлари ва усуллари
5. Рақобат стратегияси ва рақобат босқичлари

### 1.1. “2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси”нинг Иқтисодий ва либераллаштиришнинг устувор йўналишлари

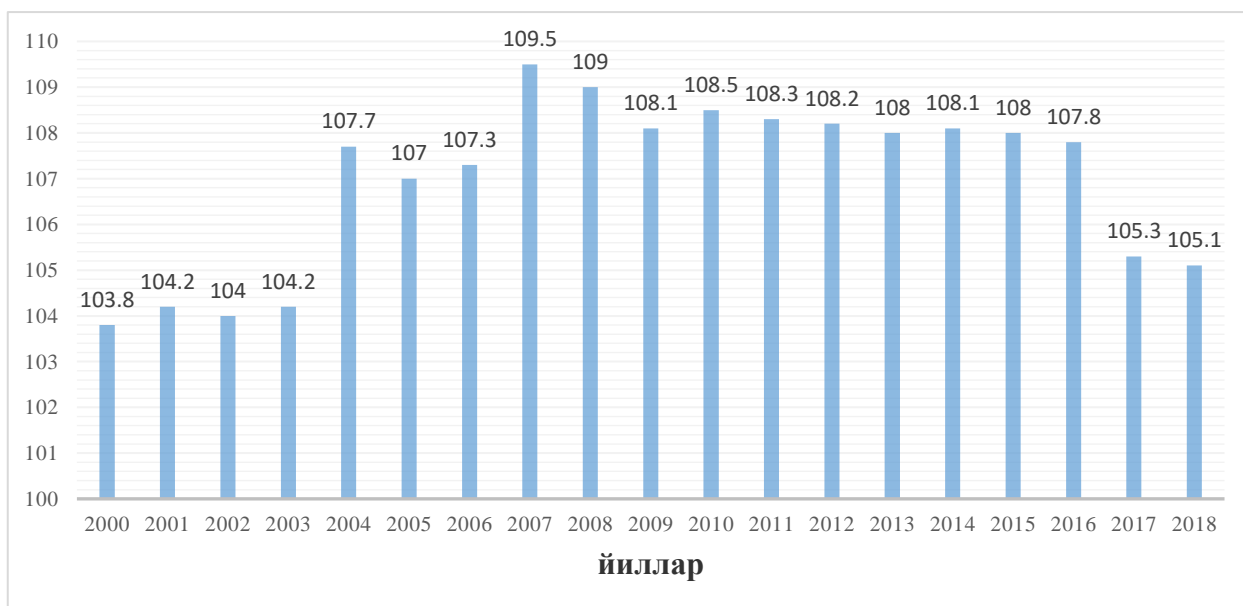
Ўзбекистон ўз мустақиллигининг дастлабки йилларида бозор иқтисодиётига ўтишнинг ўзига хос йўлини танлаб, уни изчил амалга ошириши натижасида, Мустақил Давлатлар Ҳамдўстлигидаги бошқа кўплаб мамлакатлардан фарқли равишда, ишлаб чиқариш ва аҳоли турмуш даражасининг кескин пасайиб, давлатнинг ички ва ташқи қарзлари ҳаддан зиёд ошиб кетишига йўл қўймасликка эришди. 1991–1995 йилларда Ўзбекистонда ялпи ички маҳсулотнинг пасайиши, МДҲ давлатлари ўртасида энг кам кўрсаткиччи – 18,8 фоизни ташкил этди. Ҳолбуки, бу рақам Россияда – 53 фоиз, Украинада – 52 фоиз, Беларусда – 54,6 фоиз, Қозоғистонда эса 75,4 фоизга тенг бўлди.

Ўзбекистон иқтисодиёти 2000-2003 йиллар давомида йилига 3,8–4,2 фоиз ўсиш даражасида ўртача суръатлар билан ривожланди. Қулай ишчан муҳит яратиш, ишлаб чиқаришни модернизация қилиш, техник ва технологик янгилашга қаратилган иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш жараёнларининг натижаси сифатида мамлакатимиз иқтисодиёти 2004 йилдан эътиборан йилига 7–9 фоиз даражасидаги юқори ва барқарор ўсиш суръатларини намойиш қила бошлади.

2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишлари бўйича Ҳаракатлар Стратегияси қабул қилинган ўрта муддатли дастурлар асосида макроиқтисодий мувозанатни сақлаш, таркибий ва институционал ўзгартиришларни чуқурлаштириш ҳисобига ялпи ички маҳсулотнинг юқори ўсиш суръатларини таъминлаш устувор вазифа сифатида белгиланмоқда.

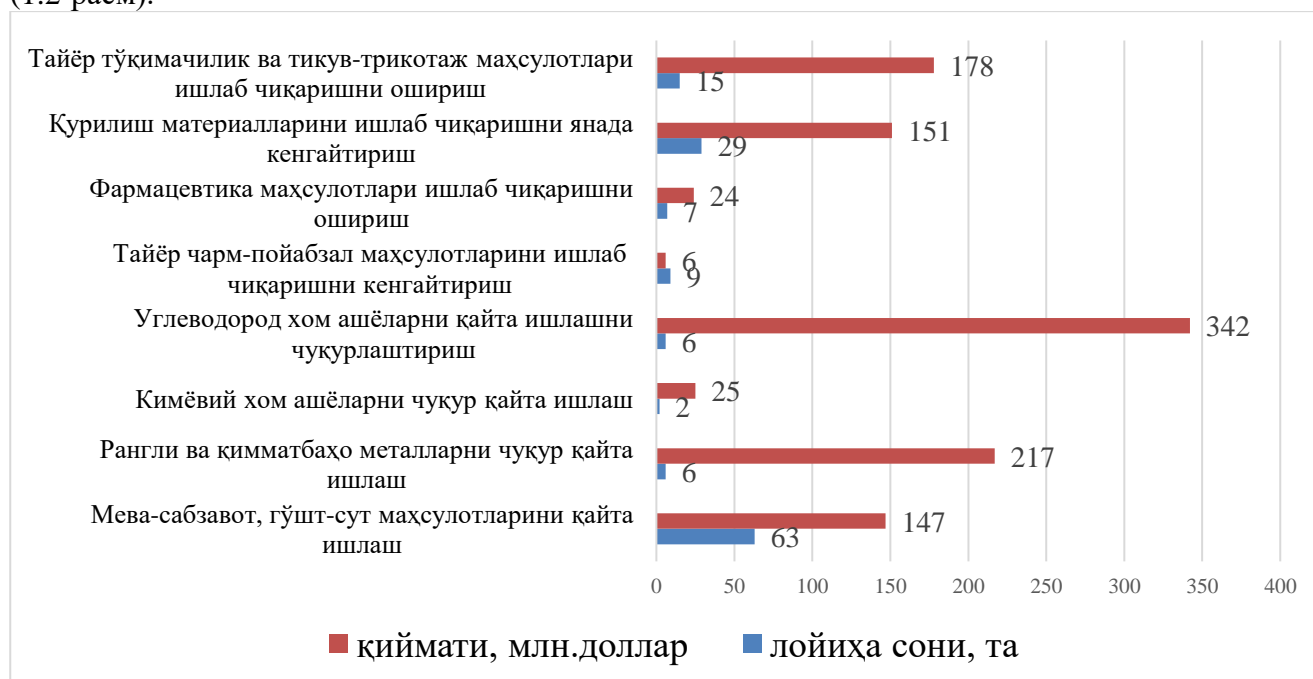
Жаҳон иқтисодиётида сақланиб қолаётган мураккаб вазият ва дунё бозорларида юзага келган ноқулай конъюнктурага қарамасдан, мамлакатимиз иқтисодиёти сўнгги йилларда ҳам юқори суръатларда ўсишда давом этди.

Хусусан, 2015 йил якуни бўйича мамлакатимизда ялпи ички маҳсулот ҳажмининг реал ўсиши 2014 йилга нисбатан 8 фоизни, 2016 йил якуни 2015 йилга нисбатан 7,8 фоизни, 2017 йил 5,3 ва 2018 йилда эса 2017 йилга нисбатан 5,1 фоизни ташкил этди. Дастлабки маълумотларга кўра, 2018 йилда Ўзбекистон республикаси ялпи ички маҳсулоти (ЯИМ) ҳажми жорий нархларда 407514,5 млрд. сўмни ташкил этди ва 2017 йил билан таққослаганда 5,1 фоизга ўсди. ЯИМ дефлятори индекси 2017 йилдаги нархларга нисбатан 128,1 фоизни ташкил этди. (1.1-расм).



**1.1-расм. Ўзбекистон иқтисодий ўсиш суръатлари, фоизда<sup>1</sup>**

2017-2021 йилларга мўлжалланган Ҳаракатлар Стратегиясида таркибий ўзгартиришларни чуқурлаштириш, етакчи тармоқларини модернизация ва диверсификация қилиш ҳисобига миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини оширишда минерал хом ашё ресурсларини чуқур қайта ишлаш бўйича умумий қиймати қарийб 40 млрд. долларга тенг бўлган 649 та инвестициявий лойиҳаларни амалга оширишни кўзда тугувчи тармоқ дастурларини ўз вақтида амалга ошириш белгиланмоқда (1.2-расм).



**1.2-расм. Минерал-хом ашё ресурсларини чуқур қайта ишлаш амалга ошириш йўналишлари<sup>2</sup>**

Хусусан, 2017 йилда умумий қиймати 1,0 млрд долларга тенг 145 та ишлаб чиқариш қувватларини фойдаланишга топшириш, жумладан мева-сабзавот ва гўшт-сут

<sup>1</sup>Статистика қўмитасининг 2000-2018 йиллардаги йиллик статистик тўпламлари асосида тузилди

<sup>2</sup> Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли “2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги Фармони иловалари асосида тузилди

маҳсулотларини қайта ишлаш соҳасида қиймати 147,0 млн.долларга тенг 63 та лойиҳа; рангли ва қимматбаҳо металлларни чуқур қайта ишлаш бўйича қиймати 217 млн.долларга тенг 6 та лойиҳа, кимёвий ашёларни чуқур қайта ишлаш бўйича 25,0 млн. долларлик 2 та лойиҳа, углеводород хом ашёларини қайта ишлашни чуқурлаштириш бўйича 342 млн.долларлик 6 та лойиҳа, тайёр чарм пойабзал маҳсулотлари ишлаб чиқаришни кенгайтириш бўйича 6 млн.долларлик 9 та лойиҳа, фармацевтика маҳсулотлари ишлаб чиқаришни оширишга йўналтирилган 24 млн. доллар қийматга тенг 7 та лойиҳа, қурилиш материаллари ишлаб чиқаришни янада кенгайтириш бўйича 151 млн.долларлик 29 та лойиҳа, тайёр тўқимачилик ва тикув трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқаришни ошириш бўйича 178 млн.долларлик 15 лойиҳани амалга ошириш назарда тутилмоқда.

2017-2021 йилларга мўлжалланган Ҳаракатлар стратегиясида ҳудудларни комплекс ва мувозанатли ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш, уларнинг салоҳиятидан самарали ва оптимал фойдаланиш йўналиши муҳим ўрин тутади (1.3-расм). Бунда:

Иқтисодий ва ижтимоий ривожланишда нисбатан орқада қолаётган Нурота, Каттақўрғон, Қўшрабат, Қизирик, Музрабат, Боёвут, Сардоба туманларини комплекс ривожлантириш дастурларини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш;

Тошкент шаҳрининг Яшнобод ва Олмазор туманларида кичик бизнеснинг иновацион технопаркларини ташкил этиш;

Кичик саноат зоналарини ташкил этиш;

Ишсизлик даражаси юқори ҳудудларда янги лойиҳаларни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш:



**1.3-расм. Тармоқ ва соҳалар бўйича ишсизлик даражаси юқори бўлган ҳудудларда амалга ошириладиган лойиҳалар<sup>3</sup>**

Мазкур лойиҳаларининг тўлиғича ва изчиллик билан амалга оширилиши натижасида ишсизлик юқори бўлган ҳудудларда бандлик даражаси кўтарилади, ҳудуднинг салоҳияти ортади.

## **1.2.Рақобатнинг иқтисодий мазмуни ва шаклланишининг асосий тамойиллари**

Рақобат - иқтисодий категория сифатида бозор иқтисодиётининг ва умуман товар ҳўжалигининг энг муҳим белгиси, уни ривожлантириш воситаси, бозор механизмининг асосий таркибий қисмларидан бири ҳисобланади. Бозор иқтисодиёти ўзининг етуклик даражаси ва ривожланиш хусусиятларидан қатъий назар рақобатнинг мавжуд бўлишини

<sup>3</sup> Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли “2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги Фармони иловалари асосида тузилди



тақозо этади. Шу билан бирга, бозор иқтисодиёти ривожланиб бориши билан рақобатчилик муносабатлари ҳам такомиллашиб, ўз шаклларини ўзгартириб боради.

Рақобат тушунчаси шу қадар серкирраки, уни қандайдир ягона умумий таъриф билан камраб олиш мумкин эмас. «Рақобат» тушунчасини аниқлаштиришнинг баъзи бир нуқтаи назарларига тўхталиб ўтиш мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Рақобат тушунчаси турли изоҳли луғат ва маълумотномаларда турлича таърифланади. Жумладан, «Язык бизнеса» номли луғатда: «Рақобат (лотинча *concurrere* – тўқнашув; инглизча *competition, rivalry*) – бозорда иштирок этаётган корхоналар ўртасидаги ўз маҳсулотларини сотишнинг энг қулай имкониятларини таъминлаш, харидорларнинг турли-туман эҳтиёжларини қондириш мақсадидаги ўзаро таъсир, ўзаро алоқа ва кураш иқтисодий жараёнидир. Рақобат ва монополия диалектик бирликни ташкил этиб, доимо бозорда бир-бирларига қарама-қарши турадилар»<sup>4</sup>, деб ифодаланган. Бундан кўринадики, рақобатни нафақат кураш, балки ўзаро таъсир ва алоқа жараёни сифатида ҳам талқин этилган.

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

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

Ҳар бир бозор ўзининг хусусиятларига эга бўлишига қарамай, рақобатнинг моҳияти унинг табиати ва интенсивлигини очиб бериш ва баҳолаш имконини берувчи ягона концепция орқали ифодаланиши мумкин.

### Рақобатнинг моҳиятини белгилаб берувчи асосий жиҳатлар



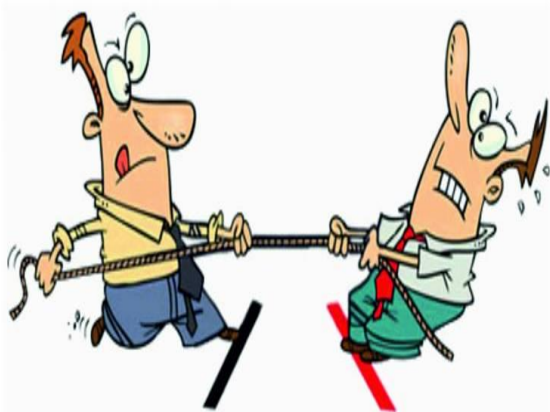
Шундай қилиб, рақобат кўп қиррали иқтисодий ҳодиса бўлиб, у бозорнинг барча субъектлари ўртасидаги мураккаб муносабатларни ифодалайди.

<sup>4</sup> Язык бизнеса. Термины. Под ред. В.А.Чжена. Т.: ИПК «Шарк», 1995, с.216.

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

### 1.3. Рақобат назариялари

Рақобат кураши ва уни ҳаракатлантирувчи кучлар, монополияга қарши бошқарув механизмлари ҳақида дастлабки тўлақонли назарий қоидалар фақат XVIII асрнинг ўрталарига келиб пайдо бўлган. Бунда классик сиёсий иқтисод вакиллари саналган А.Смит ва Д.Рикардонинг хизматлари каттадир. Кейинги даврларда Ф.Перру, А.Маршалл, Дж.Кейнс, В.Леонтъев, Й.Шумпетер, П.Сраффа, М.Портер, Ф.Котлер ва бошқаларнинг меҳнатлари туфайли рақобат назарияси янада ривож топди. Рақобат моҳиятига тўхталар эканмиз, уни асосан уч хил ёндашувга бўлиш мумкин. Жумладан, хулқ-атвор ёндашуви, структурали ёндашув ва функционал ёндашув.



Рақобатнинг хулқ-атвор ёндашувида А.Смитнинг қарашларини киритиш мумкин. У рақобатни бозор субъектлари ўртасида товарлар харид қилиш ва сотиш борасида қулайроқ шароитлар учун олиб бориладиган, тўғри, ҳалол, тил бириктиришларсиз кураш, мусобақа билан боғлаган. У рақобат курашининг асосий усули деб нарх ўзгаришларини билган. Бунда у жамоа иродаси (ихтиёри) билан бошқарилмайдиган, умумий мўлжалларга эга бўлмаган бозорда қатъий хулқ-атвор қоидаларига амал қилишини

қайд этган. Демак, рақобат–бозор қатнашчилари фаолиятини мувофиқлаштирувчи айнан ўша «кўринмас қўл»дир.

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

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

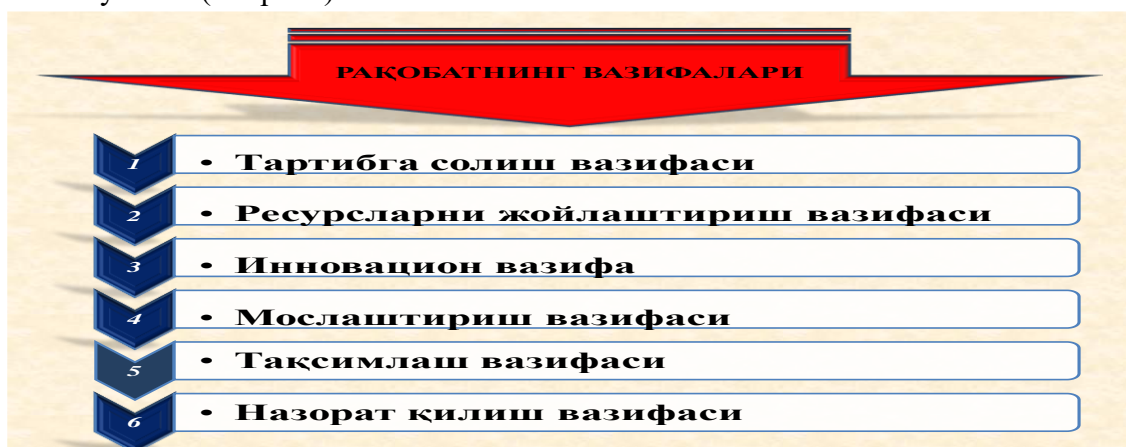
Рақобат моҳиятини аниқлашга учинчи ёндашувни функционал ёндашув сифатида тавсифлаш мумкин. У рақобатнинг иқтисодий ёндашувда ўйнайдиган ролини кўриб чиқади. Хусусан, Й.Шумпетер иқтисодий ривожланиш назарияси доирасида рақобатни эскиликнинг янгилик билан рақиблик кураши сифатида таърифлаган. Янгиликлар киритиш бозор томонидан шубҳа билан қабул қилинади, бироқ агар новатор уларни амалга оширишнинг уддасидан чиқса, рақобат механизми эскирган технологиялардан фойдаланувчи корхоналарни бозордан сиқиб чиқаради.

Бугунги кунда рақобат тушунчасининг кўплаб таърифлари мавжуд. Жумладан, Ш.Шодмонов, У.Ғафуровлар томонидан тайёрланган «Иқтисодий назарияси» дарслигида рақобатга берилган таърифда асосан икки жиҳат: 1) унинг иқтисодий манфаатлар

тўқнашувидан иборат эканлиги; 2) юқори фойда ва нафликка эга бўлиш учун кураш илгари сурилади, яъни: **рақобат – бозор субъектлари иқтисодий манфаатларининг тўқнашишидан иборат бўлиб, улар ўртасидаги юқори фойда ва кўпроқ нафлиликка эга бўлиш учун курашни англатади.** Бунда ишлаб чиқарувчилар ўртасида сарфланган харажатларининг ҳар бир бирлиги эвазига кўпроқ фойда олиш учун кураш боради. Мана шу фойда орқасидан қувиш натижасида товарларни сотиш доиралари, яъни қулай бозорлар учун, арзон хом ашё, энергия ва арзон ишчи кучи манбалари учун улар орасида кураш боради.<sup>5</sup>

#### 1.4.Рақобатнинг асосий вазифалари, турлари ва усуллари

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



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

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

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

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

<sup>5</sup> Xodiyev B.Y., SHodmonov SH.SH. Iqtisodiyot nazariyasi. Darslik. - T.: «Barkamol Fayz media», 2017, 159-б.

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

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

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

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

### **1.5. Рақобат стратегияси ва рақобат босқичлари**

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

Биринчи босқич - бу натурал хужалиқдан бозор иқтисодиётининг дастлабки шаклларига утиш булиб, бу даврда рақобат майда товар ишлаб чиқарувчилар уртасида боради. Бу босқичда рақобат маҳаллий бозорлар доирасида борасида, у бир турдаги товар ишлаб чиқарувчилар уртасида булади. Рақобатда голиб чиқиш воситаси тажриба туплаб, меҳнат маҳоратини ошириш ҳисобланади.

Иккинчи босқич - бу капиталистик эркин рақобат босқичидир. Бу босқич товар хужалигининг оммавий тус олиши билан, майда товар ишлаб чиқариш урнига йирик машиналар тизимига ва ёлланган меҳнатга таянган товар ишлаб чиқаришнинг келиши билан характерланади. Рақобатни чеклашлар булмайди, у эркин курашга айланади, бу кураш маҳаллий бозорлар доирасидан чиқиб, миллий бозор микёсида юз беради. Рақобат шиддатли боради, унинг иштирокчилари купчиликдан иборат булади. Рақобатда голиб чиқишнинг шarti янги техникани жорий этиб, меҳнат унумдорлигини устириш, янги товарларни ишлаб чиқариш булади.

Учинчи босқич - бу монопол рақобат босқичи булиб, у якка ҳокимликка интилувчи йирик корхоналарнинг курашидир. Рақобат иқтисодни монополлашган ва монополлашмаган соҳаларида алоҳида боради, аммо бу соҳалар уртасида ҳам кураш кетади. Рақобатда энгиб чиқиш шартлари иккинчи босқичдагидек булади, аммо узаро курашда бозорни эгаллаб олиш, сиёсий ҳокимиятдан фойдаланиш қабилар кенг қулланади. бу босқичда монопол рақобат етакчи булса-да, эркин рақобат йуқолиб кетмайди, у иккинчи каторга сурилади. Иқтисодиётда монопол рақобат соҳаси ва эркин рақобат соҳаларига ажралиш булади.

Туртинчи босқич - янгича эркин рақобат босқичи булиб, у аралаш иқтисодиётга хосдир. бу босқичда рақобатчилар гоят купчилик булиб, улар йирик корпорациялар,

уртача, майда ва ута майда корхоналардан иборат булади. Рақобат доираси кенгайиб, у ишлаб чиқаришдан ташқари, хизмат курсатиш соҳасида ҳам фаоллашади, у молия бозорига шиддат билан кириб боради, хатто саёхат бизнеси, шоу (томоша) бизнес, спорт бизнеси, харбий бизнес кабиларни ҳам уз дамига тортади. Рақобатлашув байналмилаллашиб, халқаро бозор доирасида ҳам юз беради. Энг янги техника-технологияни куллаш, бошқаришни компьютерлаштириш, товар таркибини зудлик билан янгилаш, энг малакали иш кучига эга булиш, информациядан фойдаланиш ва, ниҳоят, замонавий маркетинг хизмати уюштириш рақобатда енгиб чиқиш шартига айланади.

### **Таянч сўз ва иборалар**

Фаннинг мақсади ва вазифаси. Рақобат. Рақобат назариялари. Монополияга қарши бошқарув механизмлари. Демпинг нархлари. Нархсиз рақобат. Сервис хизмати. Рақобат стратегияси. Рақобат босқичлари. Эркин рақобат. Монопол рақобат. бошқаришни компьютерлаштириш. Замонавий маркетинг хизмати.

## **МАВЗУ-1. МУКАММАЛ ВА НОМУКАММАЛ РАҚОБАТ НАЗАРИЯЛАРИ**

### **Режа:**

1. Мукаммал рақобат тушунчаси мазмуни. Мукаммал рақобатдаги бозор модели шартлари.
2. Номукаммал рақобат турлари, амалга ошиш сабаблари
3. Монополияларнинг иқтисодий асоси ва уларнинг турлари.

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

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

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

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

имконияти.

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

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



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

Шунингдек, иқтисодий адабиётларда «самарали рақобат» тушунчаси ҳам қўлланилади.

Самарали (реал) рақобат бозорда соф рақобат ёки мукаммал рақобат шароити мавжуд бўлмаган ҳолда ҳам ундаги сотувчи ва харидорлар бир-бирига боғлиқ бўлмаган ҳолда ҳаракат қилган чоғда вужудга келади.

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

## 2.2. Номукаммал рақобат турлари, амалга ошиш сабаблари

Номукаммал рақобат XIX асрнинг охирида ишлаб чиқариш ва капиталнинг концентрацияси жараёнининг кучайиши натижасида монопол тузилмаларнинг таркиб топиши билан вужудга келди. «Монополия» атамаси (грекча *monos* – ягона, *poleo* – сотаман) тармоқнинг ягона ишлаб чиқарувчидан иборат бўлишини англатиб, у ишлаб чиқариш ҳажми ва нарх устидан назорат ўрнатиш имкониятига эга бўлади. Монополистнинг асосий белгилари сифатида ишлаб чиқаришнинг юқори даражадаги концентациялашуви; унинг муайян товар бозоридаги устун мавқега эгаллиги; ишлаб чиқариш ҳажмига бевосита таъсир ўтказиш орқали монопол нархни белгилаши ва, тегишли равишда, монопол фойда олиш имконияти.

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

- а) ишлаб чиқариш миқёси келтириб чиқарадиган тўсиқлар;
- б) табиий монополиялар тавсифидаги тўсиқлар;

в) патент ва лицензиялар;

г) иқтисодий ресурсларнинг муҳим турларига хусусий мулкчилик ва ҳ.к.

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

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

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

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

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

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

Жумладан, «Монопсония – муайян товарнинг ягона харидори монополияси мавжуд бўлган бозор тузилмаси тури. Ўз харид ҳажмини чеклаш орқали харидор сотувчи даромадининг бир қисмини йўқотиш ҳисобига монопол фойда олиш имконига эга бўлади.

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

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

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

---

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



тури».<sup>7</sup>

Бундан кўринадики, рақобат шаклларининг бозордаги айрим, хусусий ҳолатлардан ҳамда унинг иштирокчилари сони ва мавқеидан келиб чиққан ҳолда махсус ҳолларда қўлланилувчи бошқа атамаларини ҳам келтириб чиқариш мумкин бўлиб, бундай ҳолат хориж адабиётларида кўплаб кузатилади.

### **2.3. Монополияларнинг иқтисодий асоси ва уларнинг турлари.**

XX аср бошларида эркин (мукамал) рақобатга асосланган иқтисодиёт тобора монополлашиб борди, бу айниқса Европа ва АҚШда яққол кўзга ташланди. Иқтисодий либерализм принциплари (эркин савдо-фритредолик, давлатнинг иқтисодга аралашмаслиги ва б.) реал ҳаёт талабларига жавоб бермай қўйди. Монополлашувнинг ёрқин оқибати сифатида 1929-1933 йиллардаги жаҳон иқтисодий инқирозининг келтириш мумкин.

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

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

1933 йили америкалик Э.Чемберлин ўзининг «Монополистик рақобат назарияси», инглиз Ж.Робинсон хоним эса «Номукамал рақобатнинг иқтисодий назарияси» асарларини чоп этдилар. Бу асарларда эркин рақобат шароитини инкор этадиган шароитда бозор механизмларининг ҳаракати масалалари ҳар томонлама чуқур таҳлил этилади. Хусусан, иккала муаллиф фикрича, бозор баҳоси бозор иштирокчиларининг коллектив фаолияти туфайли юзага келмайди, чунки товар маҳсулотларининг турли-туманлиги (дифференцияси) харидорларни бу товарлар баҳоси тўғрисида тўлиқ информациядан, фирма-ишлаб чиқарувчиларни танлашда рақобатдан маҳрум этади. Улар иқтисодиётда мувозанатнинг бўзилиш сабабларини илгаригидек иқтисодий муҳитдаги «категория» ва «қонун» лардан излайдилар. Институтчилик йўналиш тарафдорларига эса, номукамал рақобат иқтисодий ўсишга аввало «инсон омили»нинг таъсири оқибатидир. Бу эса жамият ривожланиши, шу билан бирга иқтисодиёт соҳаларида юзага келадиган ижтимоий-психологик, ҳуқуқий ва бошқа муаммолардир

Эдвард Хейтинг Чемберлин (1899-1967) ўз асарида монополиянинг моҳияти, монопол баҳо ва монопол фойданинг юзага келишининг чуқур таҳлилинини бепради. Унинг фикрича, монополиянинг моҳияти - бу таклиф устидан назорат, бунда баҳо устидан ҳам назорат бўлади.

Э.Чемберлин ўз тадқиқотлари хулосасида рақобат шароитида монополия табиий моҳиятига мустаҳкам ишонч билдиради; тадбиркорлик кўп ҳолларда ўз монополиясини барпо қилиш учун, имкони борича бошқа тадбиркорлар ўз монополиясини кенгайтиришига қарши чораларни кенгайтириш ва кучайтириш ҳаракатини қилади. Олимнинг фикри бўйича, асосий вазифа шундаки, иқтисодиёт фани «маҳсулот доим дефференциациялашган бўлиши шароитини тўла англаши шарт» дир; бундан буён соф

---

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



рақобатни барча соҳаларда фаровонлик иқтисодиёти «идеал» (бекаму-кўст) деб қараш мумкин эмас.

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

Ҳозирги даврда маҳсулотнинг истисно сифати билан бирга, кўшимча баҳоланмаган монополистик рақобат шартлари кучайиб бормоқда, булар алоҳида товар яратувчи томонидан яратилган техник такомиллашув, фирмага обрў-эйтибор



келтирадиган шароитнинг таъминловчи ҳаридорларга махсус хизмат ва бошқалар.

Жоан Вайолет Робинсон (1903-1983) Кембриж университетини битирган ва А.Маршалл мактабининг таниқли вакили ва давомчисидир. 1965-1971 йиллар шу университетда профессор ловозимида дарс берган. Унинг дастлабки асари «Номукамал рақобатнинг иқтисодий назарияси» 1933 йили, яъни муаллиф 30 ёшлигида ёзилган ва унга машҳурлик келтирди. Асардаги бош ғоя монополиялар фаолиятида бозорлар жиҳатини

аниқлашдир. Бу шароитдаги рақобат иқтисодиётдаги мувозанатни бўзади ва номукамалдир (Чемберлинда-монополистик). Дастлабки вазифа: ўз маҳсулотига эга бўлган ишлаб чиқарувчи-монополистик баҳолар белгиланишининг механизминини аниқлаш. Баҳонинг миқдори, сотувчи ўрнатган шу баҳода ҳаридорнинг маҳсулотни сотиб олиш ва монопол фойда табиати ўрнатилади. Аммо Робинсон хонимнинг мантиқий фикрлаши Чемберлинникидан фарқ қилади. Робинсон фикрича номукамал рақобат туфайли, аввало рақобатли хўжалик тизими нормал мувозанат ҳолатининг бўтунлай бўзулиши ва йўналиши, хатто ёлланма меҳнатнинг «эксплуатация» сидир. Чемберлин эса бу масалани бозорнинг табиий мувозанати билан чамбарчас боғлиқдир деб қараган.

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

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

Номукамал рақобатли монополистик бозорда аниқлашни талаб этувчи бир қанча шароитлар юзага келади. Агар бозор бир-бири билан рақобат қилувчи чексиз кўп ҳаридорлардан эмас, балки айрим яккаю-ягона ҳаридорлар бирлашмасидан иборат бўлган ҳолатда сотиб олинадиган маҳсулот қанча бўлиши мумкиндир. Бу шароит талаб концентрацияси бўлиб бозорда кўп сонли майда сотувчилар ва яккаю-ягона ҳаридор фаолият кўрсатади. Бу ҳолатни *монопсония*, яъни *ҳаридор монополияси* дейилади.

Бундай саволга жавобни уч йил ўтгач бошқа Кембриж мактаби вакили Ж.М.Кейнс берди.

### Таянч сўз ва иборалар

**Мукаммал рақобат. Номукаммал рақобат. Монопсония. Олигопсония. Дуополия. Ишлаб чиқариш квотаси. Монополистик келишувлар. Бозор тузилмаси тури. Билатерал (икки томонлама) монополия. Э.Чемберлин таълимоти. Жоан Вайолет Робинсоннинг монополияларга муносабати. сифат ва реклама. «Гуруҳий монополия**

### МАНВУ-3. РАҚОБАТ КУЧЛАРИ НАЗАРИЯСИ

#### Режа:

- 3.1. М.Портернинг рақобатнинг беш кучи назарияси
- 3.2. Рақобат 5 кучи назариясининг олтин қондаси
- 3.3. Корхона (фирмада)SWOT анализини қўллаш схемаси
- 3.4. SWOT анализи босқичлари
- 3.5. “McKinsey 7S” таҳлил модели
- 3.6. Фирманинг стратегик ҳолатини баҳолаш кўрсаткичлари

#### 3.1. М.Портернинг рақобатнинг беш кучи назарияси



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

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

#### «Рақобат»нинг турли иқтисодиёт шароитларидаги қиёсий тавсифномаси

Маъмурий-буйруқбозлик иқтисодиёти шароитида	Эркин бозор иқтисодиёти шароитида
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Рақобат «социалистик мусобақа» билан алмаштирилиб келинди. «Рақобат» сўзини ишлатиш тақиқланар эди.</li> <li>• Мусобақа ким ўзиш, ким яхши натижаларга эришиш учун бўлган қалбаки беллашув эди. Чунки эришилмаган ютуқ ва бажарилмаган кўрсаткичларга эришилиши «рақамлар»да таъминланарди.</li> <li>• Социалистик мусобақадаги мажбурий сафарбарлик усули:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- ташаббускорлик руҳини сўндирарди;</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Рақобат рағбатлантирувчи иқтисодиётни ҳаракатга солувчи кучдир. Шу сабабли у бозор иқтисодиёти механизмида асосий ўрин олади.</li> <li>• Рақобат режалаштирилмайди ва қаттиқ назорат остига олинмайди. Рақобатчиликни бозордаги:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- талаб ва таклиф;</li> <li>- нарх-наво;</li> <li>- олигополия ва монополия даражаси;</li> <li>- давлатнинг антимонопол сиёсати</li> </ul> </li> </ul>

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

- сифатини яхшилаш ва ишлаб чиқариш харажатларини пасайтириш имконини бермас эди;  
 - «ялпи маҳсулот» мафкураси ҳукумронлигида мусобақа кўрсаткичлари кўпинча миқдорий кўрсаткичларга қараб бажарилар эди.

белгилайди.

• Рақобатда мажбурий сафарбарлик бўлмайди. Бу ерда ҳалол ва эркин иқтисодий рақобатни ривожлантириш эвазига ишлаб чиқарувчилар устидан харидорларнинг ҳукмронлиги ўрнатилади.



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

1. Рақобатлашувчи сотувчилар ўртасидаги беллашув (ҳар бир фирма рақобат афзалликларидан фойда олиш ва

қулай мавқега эга бўлиш учун ўзининг шахсий рақобат стратегиясига амал қилади).

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

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

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

5. Харидорларнинг иқтисодий имкониятлари ва савдо қобилиятлари (харидорларнинг иқтисодий имкониятлари ва савдо қобилиятлари туфайли вужудга келган рақобат кучлари).<sup>9</sup>

### 3.2. Рақобат 5 кучи назариясининг олтин қондаси

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

1. Тармоқда рақобат кучларининг аниқлиги ва самарадорлигини аниқлашга;

2. Компаниянинг рақобат кучлари таъсиридан максимал ҳимояланиш позициясига эга бўлишга;

3. Рақобат кучларига қарши таъсир кўрсатишга ёрдам беради.

Рақобат 5 кучи назариясининг олтин қондаси қуйидагилардан иборат.

Рақобат кучларининг таъсири нақадар заиф бўлса, тармоқда компания кўпроқ фойда олиш имкониятига эга бўлади, ва аксинча;

Рақобат кучларининг таъсири нақадар кучли бўлса, тармоқда компания камроқ фойда олиш имкониятига эга бўлади.

Ривожланган Ғарб мамлакатларида, хусусан, Жаҳон иқтисодий форумида мунтазам марказий ўрин эгаллайдиган Рақобат устунлиги назарияси бугунги кунда Ўзбекистон мисолида қайта-қайта ўз тасдиғини топмоқда. Рақобат устунлиги назариясига кўра (М.Портер, Дж.Сакс, П.Кругман) халқаро бозорда компаниянинг рақобатбардошлиги

<sup>9</sup> Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран. М.: /пер. с англ. – Международные отношения, 1993, с.224.

мамлакатнинг ишлаб чиқариш омиллари билан устунроқ таъминланганлиги эмас, балки ушбу компания учун давлат қандай иқтисодий институтлар ва механизмлар орқали имконият яратаётганлиги билан баҳоланади.

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

-- Компанияда SWOT анализ ўтказишда

-- Кенгайтирилган рақобат таҳлили ва бозор таҳлилини тузишда ишлатилади.

### 3.2. Корхона (фирмада) SWOT анализини қўллаш схемаси

SWOT анализ қўллаш схемаси	
<p><b>СИЛЫ (S) STRENGTH</b> Кучлар</p> <p>заифликни кучга ва таҳдидни имко</p>	<p><b>СЛАБОСТИ (W) WEAKNESS</b> заифлик</p> <p>ниятга айлантириш учун барча кучни сарфлаш.</p> <p style="text-align: center;">Превращение</p>
<p><b>ВОЗМОЖНОСТИ (O) OPPORTUNITY</b> Имкониятлар</p> <p>фирманинг кучли томонларини унинг чекланган имкониятлари асосида ривожлантириш.</p>	<p><b>УГРОЗЫ (T) THREAT</b> Таҳдидлар</p> <p style="text-align: center;">Превращение</p>

### 3.3. SWOT анализи босқичлари

**SWOT анализ 1-босқичи вазифалари қуйидагилардан иборат:**

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

**SWOT анализ 2-босқичи вазифалари қуйидагилардан иборат:**

- Фирманинг кучсиз томонлари ўрганилади. Ишлаб чиқарилаётган товарларнинг рақобатбардошлиги барча бозорлар бўйича ўрганилади. Конкрет товарлар рақобатбардошлигининг комплекс кўрсаткичлари, фойдали эффект (интеграл сифат кўрсаткичи), жами харажатлар, товардан фойдаланиш шартлари, фирманинг рақобат устунлиги бўйича 1 босқичдаги кўрсаткичлар заифлиги аниқланади.
- 3-босқич. Фирмага стратегик ва тактик таҳдидларни прогнозлаш ва ўз вақтида харажатларни камайтириш мақсадида фирманинг макро муҳит омиллари ўрганилади. (сиёсий, иқтисодий, технологик, бозор ва бошқалар).
- 4-босқич. Фирманинг таҳдидни бартараф этиш, кучларни ўсиши ва заифликни пасайтириш учун зарур бўлган стратегик ва тактик имкониятлари (капитал актив ва бошқалар) ўрганилади.
- 5-босқич. Фирма стратегиясининг алоҳида бўлимлари проектини шакллантириш мақсадида кучлар ва имкониятлар мувофиқлаштирилади.

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

### 3.4. “McKinsey 7S” таҳлил модели



### 3.5. Фирманинг стратегик ҳолатини баҳолаш кўрсаткичлари

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

1. **Корхона (фирманинг)** нисбий ўлчами;
2. **Корхона (фирманинг)** ўсиши;
3. Бозордаги товар ва хизматларни сотишдаги улуши;
4. Бозордаги позицияи;
5. **Корхона (фирманинг)** солиштирма рентабеллиги;
6. Соф даромади;
7. **Корхона (фирманинг)** технологик ҳолат;
8. Ташқи кўриниши;
9. Раҳбарият ва перонал (кадрлар).

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

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

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

Дифференциациялашган маҳсулот баҳо муаммоси рақобатли талаб ва харажат эгри чизиқлари доирасига киритилиши мумкин эмас, бу аввалдан хулосалардаги хатоларга



олиб келади; баҳо ҳаддан ташқари паст, ишлаб чиқариш масштаби - жуда катта, корхоналар сони - жуда кичик бўлиб чиқади. Бундан ташқари рақобатнинг яна иккита жиҳати: дифференциация ва сотиш ҳаражатлари бўтунлай тушиб қолади. Шу сабабли баҳоларни тўла билмаслик маҳсулотга талаб эластиклиги (қайшиқоқлик)ни пасайтиради, бу эса реклама талабнинг эластиклигини ошириши, баҳолар рақобатини эса анча кенг қилишига ўхшайди ва баҳолар ёрдамида талаб этиладиган қўшимча ҳаражатларни қошлайди.

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

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

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

### **Таянч сўз ва иборалар**

М. Портер назарияси. Рақобат 5 кучи назарияси. Рақобатнинг олтин қоидаси. 5 куч модели. SWOT анализи. “McKinsey 7S” таҳлил модели. Фирманинг стратегик ҳолати. Рақобат устунлиги назарияси. Фирма ҳимоя белгилари. Дифференциация. Рақобатлашувчи сотувчилар. Ҳаражат ўртасида чегара. Алоҳида бозордаги рақобатнинг ҳолати.

## **МАВЗУ-4. РАҚОБАТБАРДОШЛИК ВА УНИНГ НАМОЁН БЎЛИШ ШАКЛЛАРИ**

### **Режа:**

- 4.1.** Рақобатбардошлик тушунчасининг иқтисодий мазмуни ва ўзига хос хусусиятлари.
- 4.2.** Рақобатбардошликни тавсифловчи муҳим кўрсаткичлар.
- 4.3.** Макроиқтисодий, мезоиқтисодий ва микроиқтисодий даражадаги рақобатбардошликни баҳолаш

### **4.1. Рақобатбардошлик тушунчасининг иқтисодий мазмуни ва ўзига хос хусусиятлари.**

Мамлакат ва минтақалар иқтисодиётини ривожланишини тартибга солишнинг муҳим йўналишларидан бири уларнинг рақобатбардошлигини ошириш билан боғлиқ.

Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А. Каримов таъкидлаб ўтганларидек: «Мамлакатнинг рақобатбардошлигини таъминлаш учун иқтисодий таркибий ўзгартириш жараёнларини чуқурлаштириш сиёсатини давом эттириш лозим»<sup>10</sup>. Ушбу устувор йўналиш маълум даражада минтақаларга ҳам тааллуқлидир.

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

Минтақалар рақобатбардошлиги назарияси эндигина шаклланаётганлиги сабабли унинг мазмуни, тушунчаси бўйича олимлар ўртасида турли қарашлар ва таърифлар мавжуд. Фикримизча минтақа рақобатбардошлиги - унинг рақобатбардошлик афзалликларидан самарали фойдаланган ҳолда рақобатбардош товарлар ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатишни ташкил этиш асосида аҳоли турмуш даражасини оширишдан иборат. Минтақалар ўртасидаги рақобатбардошлик жараёни мамлакатлар, тармоқлар ва корхоналар ўртасидаги аниқ бир кўринишга эга бўлмайди. Ушбу жараён старлича узоқ ва мураккаб бўлиб, минтақаларнинг рақобатбардошлиги, биринчи навбатда инвестицияларни жалб қилган ҳолда ҳар бир ҳудуднинг рақобат афзалликларидан самарали фойдаланишга қаратилгандир. Минтақавий рақобатбардошликни ошириш уларнинг узоқ муддатли ривожлантириш стратегиясининг асосини ташкил қилади.

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

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

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

#### 4.2. Рақобатбардошликни тавсифловчи муҳим кўрсаткичлар.

Умуман олганда, ҳудудий омилнинг роли нафақат муҳим, балки универсал ҳамдир. Шу муносабат билан М.Портернинг нуктаи назари ғоят муҳим бўлиб, унинг қатъий таъкидлашига кўра, минтақанинг географик ўрни рақобатчилик учун фундаментал

<sup>10</sup> Каримов И. А. Асосий вазифамиз ватанимиз тараққиёти ва халқнинг фаровонлигини янада юксалтиришдир. Т. Ўзбекистон, 2010, 59 б.

аҳамият касб этади, “...жаҳон иқтисодийёти шароитида рақобатдаги барқарор устунликлар кўпроқ ҳолларда ва кўпроқ даражада маҳаллий кўринишга эга бўлиб, юқори даражада ихтисослашган касбий малакалар ва билимлар, институтлар, рақиблар, ўзаро боғланган иқтисодий фаолият турлари, шунингдек муайян мамлакат ёки минтақадаги кўпни кўрган ва тажрибали истеъмолчиларнинг бир ерда тўпланишидан юзага келади. Географик, маданий ва ташкилий жиҳатдан яқинлик ахборотдан махсус фойдаланиш имконияти, алоҳида муносабатлар, ахборотга тўлиқ эга бўлиш, қудратли рағбатлантирувчи омилларнинг юзага келиши, шунингдек масофадан туриб эга бўлиш қийинчилик туғдирадиган ишлаб чиқаришдаги бошқа афзалликларни таъминлаб беради... . Географик ҳолат, аввалги ўн йилликлардагидан бошқачароқ маънода бўлса-да, XXI аср чегарасида ҳам ўз аҳамиятини сақлаб қолмоқда”<sup>11</sup>.

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

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

#### **4.3. Макроиқтисодий, мезоиқтисодий ва микроиқтисодий даражадаги рақобатбардошликни баҳолаш**

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

Минтақанинг функционал йўналганлиги, бир томондан, умумий ижтимоий-иқтисодий потенциални белгилаб берса, иккинчи томондан, у ёки бу функция доирасида рақобатчиликдаги устунликларни реализация қилиш учун шарт-шароитларни шакллантиради. Функционал типологиянинг классик моделида (ҳар қандай анча соддалаштирилган назарий моделда бўлганидек) у ёки бу минтақа ҳар хил турларга мансуб бўлади, масалан, аграр, аграр-индустриал, индустриал, рекреацион ва б. Бундай соддалаштирилган тасниф минтақавий иқтисодиётнинг айрим етакчи функцияларини ажратиш кўрсатиш имконини беради. Бу тасниф асосини аввалам бор функционал-соҳавий ёндошув ташкил қилиши мумкинки, бунда иқтисодий фаолиятнинг нафақат устунлик қилувчи йўналишлари, балки минтақа учун ихтисослашган (унинг ихтисослигини белгилайдиган) йўналишлари ҳам минтақа таснифининг асоси бўлади.

Минтақалар бир-биридан ажралган ҳолда эмас, балки ўзаро муносабатда, ягона иқтисодий фазода ривожланар экан, уларни таснифлашда (айниқса рақобатбардошликни параметризациялаш маъносида) айрим ғарб олимларининг (А. Фишера, Д. Белла ва б.) тадқиқотларида ўз ривожини топаётган иқтисодиётни бир қатор секторларга ажратишга қаратилган йўналиш алоҳида аҳамият касб этмоқда деса ҳам бўлади. Булар: бирламчи

<sup>11</sup> Портер М. Международная конкуренция. – Москва: Международные отношения, 2005. – 859 с.



сектор (қишлоқ хўжалиги, тоғ-кон иши, балиқчилик), иккиламчи сектор (ишлаб чиқарадиган саноат), учламчи сектор (транспорт, коммунал хўжалик), тўртламчи сектор (савдо, молия хизматлари, суғурта, кўчмас мулк устида ўтказиладиган операциялар), бешламчи сектор (соғлиқни сақлаш, таълим, илмий тадқиқотлар, давлат бошқаруви соҳаси, дам олиш ва кўнгил очиш индустрияси).

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

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

М.Портер ҳам минтақа рақобатбардошлигини баҳолашда (бу масала унда мамлакат рақобатбардошлиги концепциясининг ўзига хос проекциясини ташкил этади) умуман олганда худди шунга ўхшаш ёндошувдан келиб чиқади<sup>12</sup>. Ушбу муаллифга кўра, минтақа рақобатбардошлиги – бу минтақавий ресурслардан, биринчи навбатда, ишчи кучи ва капиталдан фойдаланишнинг бошқа минтақаларга нисбатан унумдорлиги (маҳсулдорлиги). Унумдорлик эса ялпи минтақавий маҳсулот (ЯРМ)нинг аҳоли жон бошига миқдори билан, шунингдек унинг динамикасида белгиланади.

Рақобатбардошликнинг ривожланиши қуйидаги тўртта босқичда амалга оширилади:

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

Дастлабки учта босқич иқтисодий ўсишни таъминлайди, охиригиси эса турғунлик ва инкирозни келтириб чиқаради.

### **Таянч сўз ва иборалар**

Рақобатбардошлик. Макроиктисодий муҳит. Технологик янгиликлар. Технологик диффузияси. Мамлакатнинг умумий инфратузилмаси. Бозор субъектлари. Компания стратегияси ва тактикаси. Ноу-хаулар. Ишчи кучи ва капитал. Минтақанинг функционал йўналганлиги. Мезоиктисодиёт. Транспорт-географик жойлашув. Агроиклим шароитлари.

---

<sup>12</sup> Портер М. Международная конкуренция. – Москва: Международные отношения, 2005. – 859 с.

**Режа:**

- 5.1. Рақобатбардошлик даражалари
- 5.2. Товар рақобатбардошлигини баҳолаш боскичлари
- 5.3. Рақобатбардошликни шакллантириш ва ривожлантиришнинг М.Портер модели (миллий ромб)

**5.1. Рақобатбардошлик даражалари**

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

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

Иқтисодиётнинг рақобатбардошлиги намоён бўлишнинг кўп даражали шаклларига эга:

- товарнинг рақобатбардошлиги;
- ходимнинг рақобатбардошлиги;
- товар ишлаб чиқарувчисининг рақобатбардошлиги;
- тармоқнинг рақобатбардошлиги;
- мамлакатнинг рақобатбардошлиги (ёки миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлиги).

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

Таъкидлаш жоизки, рақобат жиҳатдан устунликларни шакллантириш учун меҳнатга ва ходимларнинг касбий кўникмаларини оширишга шахсий қизиқтириш ҳам муҳим рол ўйнайди. Сўнги ўн йилликлар иқтисодий амалиёти шуни исботламоқдаки,

буюк иқтидор ва қобилият соҳиблари миллат учун энг катта ва аҳамиятли ресурс ҳисобланади, чунки мамлакат эришаётган ютуқлар кўп жиҳатдан ушбу иқтидор соҳиблари танлайдиган таълимнинг даражаси ва хилига, қаерда ишлашни афзал кўришига, уларнинг ишлашига ва ҳаракат қилишига боғлиқ. Шунинг учун мамлакатлар инсонлар нуктаи назаридан нуфузли ёки ундан миллий қаҳрамонлар етишиб чиқадиган иқтисодий фаолиятни рақобатбардош қилишга интилади.

## 5.2. Товар рақобатбардошлигини баҳолаш босқичлари

Товар рақобатбардошлигини баҳолаш асосан уч босқичдан иборат. Булар куйидагилардан иборат:



Биринчи босқич — бозорни таҳлил этиш ва киёс тарзида фойдаланиш учун энг рақобатбардош намуна-товарни танлаш. Намунани танлаш рақобатбардошликни таҳлил қилишнинг энг масъулиятли вазифаларидан бири ҳисобланади. Бу босқичда хатоларга йўл қўйиш жами иш натижаларини йўқка чиқариши мумкин. Намуна таҳлил қилинадиган товар мансуб бўлган товарлар гуруҳидан, шу бозорга хос, кенг доирада харидорлар

ҳурматини қозонган бўлиши лозим.

Иккинчи босқич - иккала товарда киёсланадиган томонлар мажмуини белгилаш. Шунини таъкидлаш лозимки, бозорга чиқариш мулжалланаётган (лойихаланаётган) товар билан бозорда бўлган товарнинг параметрлари шунчаки оддий киёсланадиган бўлса, рақобатчи товарлар харидорлар эҳтиёжларини қай даражада қондира олиши ҳамда харидорларнинг келажакдаги талабларига қай даражада жавоб бера олиши масаласи эътибордан четда қолади. Шу сабабли ҳар қандай лойиха энг муқаммал маънода истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини аниқ-равшан ифодалашдан бошланмоғи лозим.

Учинчи босқич - ташкилий параметрлар- етказиб бериш шартлари, етказиб беришнинг бутлиги, қафолат муддатлари, шартлари ва бошқалар.

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

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

М. Портер концепциясига асосланган замонавий модель мамлакатнинг умумий хусусиятга эга бўлган ва унда ишлаб чиқарувчилар рақобатлашадиган рақобат муҳитини шакллантирувчи 4 та хусусиятдан иборат. Ушбу муҳит рақобат устунликларини шакллантиришга қўмаклашиши ҳам ёки унга тўсқинлик қилиши ҳам мумкин.

## М. Портернинг миллий ромби



### “Омиллар учун шарт-шароитлар” детерминанти

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

### Турдош ва қўллаб-қувватловчи тармоқлар детерминанти куйидаги кўрсаткичлар орқали ифодаланади:

- Мамлакат сиёсий ва ҳуқуқий тизимининг барқарорлиги;
- Инсонни ривожлантиришга (таълим, соғлиқни сақлаш, ижтимоий эҳтиёжларга) катта қўйилмалар;
- Аҳоли ҳаёт кечиришининг узоклиги;
- Ишчи кучи ресурсларининг рақобатбардошлиги;
- Мамлакат аҳолиси таълим даражасининг юқорилиги.

### Таянч сўз ва иборалар

Иқтисодиётнинг рақобатбардошлиги. Товар рақобатбардошлиги. Инвестициялар асосидаги рақобатбардошлик. М. Портер концепцияси. Замонавий моделнинг тўрт хусусияти. М. Портер модели (миллий ромб). “Омиллар учун шарт-шароитлар” детерминанти. Турдош ва қўллаб-қувватловчи тармоқлар детерминанти. Ишчи кучи ресурслари.

## МАВЗУ-6. МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ОШИРИШНИНГ ИЖТИМОЙ ОМИЛЛАРИ.

### Режа:

- 6.1. Инсон капитали ривожланишининг назарий асослари.
- 6.2. Ишчи кучи такрор ишлаб чиқариш харажатлари таркиби ва уларнинг самарадорлиги.

6.3. Таълим миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишнинг омилли сифатида.

### **6.1. Инсон капитали ривожланишининг назарий асослари**

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

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

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

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

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

XX асрнинг 60-йиллари ўртасида Г.Беккер инсон хулқ-атвориға шугисодий

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

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

## 6.2. Ишчи кучи такрор ишлаб чиқариш харажатлари таркиби ва уларнинг самарадорлиги.

Иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида инсоний капитални такрор яратиш моҳиятини тушуниш томон ҳаракатга ўтиш иқтисодиёти мамлакатларида, жумладан, Ўзбекистонда сезилмоёда. Бу қатор МДҲ мамла-катлари тажрибасини ҳисобга олган ҳолда берилган муаммога нисбатан амалий фанда қарор топган нуқтаи назардир. Унга кўра, ишчи кучини такрор ишлаб чиқариш харажатлари иккита манба ҳисобига шаклланади

1-жадвал

### Ишчи кучини такрор ишлаб чиқариш харажатлари таркиби

Ишчи кучини такрор яратиш учун тўлиқ харажатлар	
Ишга ёлловчиларнинг ишчи кучига харажатлари, жумладан:	Давлат ва маҳаллий бюджетнинг ижтимоий мақсадларга харажати, жумладан:
- меҳнатга ҳақ тўлаш, жумладан:	- халқ таълими, кадрларни касбий тайёрлаш;
- ишлаб берилган вақт учун ҳақ,	тайёрлаш;
- ишланмаган вақт учуи ҳақ,	- соғлиқни сақлаш, жисмоний тарбия ва спорт;
- бир марталик рағбатлантирувчи тўловлар,	спорт;
- овқатланиш ^иймати ҳақи,	- ижтимоий таъминот. ёшлар сиёсатини
- хизматчини уй-жой билан таъминлаш	амалга ошириш тадбирлари;
уларни ижтимоий ҳимоя қилиш,	- тураржой-коммунал хўжалиги;
- касбий ўқитиш,	- бепул ва имтиёзли турар-жой ажратиш.
- маданий-маиший хизмат кўрсатиш,	
- ишчи кучи учун бошқа харажатлар	
- ишчи кучидан фойдаланишга боғлиқ солиқлар.	

- иш берувчиларнинг ишчи кучига харажатлари, жумладан меҳнат ҳақи, овқатланиш, турар-жой нархлари, ижтимоий ҳимоя, Касбий ўқитиш, маданий-маиший хизматлар кўрсатиш ва ишчи кучидан фойдаланишга оид солиқлар;

- давлат ва маҳаллий бюджетларнинг ижтимоий мақсадларга харажатлари, жумладан, халқ таълими, кадрларни касбий тайёрлаш, соғлиқни сақлаш, жисмоний тарбия ва спорт, ижтимоий таъминот, ёшлар сиёсати соҳасидаги тадбирлар, турар-жой-коммунал хўжалик, бепул ва имтиёзли турар-жой ажратиш ва хоказолар.

Афсуски, назария нуқтаи назаридан ишчи кучини такрор яратишга харажатларнинг бу гуруҳи инсон капиталини такрор барпо қилиш ва охир-оқибат ҳар томонлама камол топган шахсни тарбиялаш муаммосини бутунлигича ҳал қилмайди.

Меҳнатга бўлган бундай қарашлар тизими, инсоний капитал кўринишлари, аниқроғи, уни рўёб қилиш шакли сифатида, уни такрор барпо қилиш харажатларини қоплаш зарурати билан узвий боғлиқ. Иқтисодий тизим учун бундай манба бўлиб ишчи кучини такрор ишлаб чиқаришнинг ишчи кучи қиймати чегарасида такрор яратиш харажатлари майдонга чиқади. Ижтимоий тизим учун - бу давлат ва жамиятнинг шахс қобилиятлари йиғиндисини, уларни ривожлантириш ва улардан фойдаланиш шароитларини такрор яратиш харажатларидир.

Ҳозирги пайтда кўрсаткичларнинг қуйидаги энг кичик ва энг юқори қийматлари белгиланган (2-жадвал).

2-жадвал

### Инсоний капитал ривожланишининг ижтимоий кўрсаткичлари

Кўрсаткич	Минимум	Максимум
Кутилаётган ҳаёт давомийлиги, йил	25	85
Катта ёшдаги аҳолининг саводхонлиги	0	100
Ўқувчиларнинг тегишли ёшдаги аҳоли сонигаги умумий улуши	0	100
Аҳоли жон бошига реал ЯИМ, долл.	100	40000 ёки 5448 (дисконт.)

### 6.3. Таълим миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишнинг омилли сифатида.

Таълим хизматларининг шакллантирилиши бозор иқтисодиёти мамлакатларидаги муҳим соҳалардан би-ридир.

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

Ўзбекистон Республикаси мустақиллик шароитида эски таълим тизимидан воз кечиб, узлуксиз таълимни ривожлантиришнинг ўз стратегиясини - Кадрлар тайёрлаш миллий дастурини ишлаб чивди. Унинг моҳияти, таълимнинг замонавий мақсадларига мувофиқ, шахсинг ижтимоий зарур фаолликка қўшилиши учун ўзига ва жамиятга керак бўладиган қобилиятларини ривожлантириш, таълим тизимидан ташқарида били-мини ошириш самарадорлигини таъминлашдир.

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

- мактабгача таълим;
- умумий ўрта таълим;
- ўрта махсус, касбий таълим;
- олий таълим;
- олий ўқув юртидан кейинги таълим;

- малака ошириш ва кадрларни қайта тайёрлаш;
- мактабдан ташқари таълим.

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

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

Ўзбекистон Республикаси таълим тизимининг Болония жараёнига интеграциялашуви куйидагиларга ёрдам беради:

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

Иккинчидан, Болония жараёни олий таълим сифати маданиятининг такомиллашувига таъсир кўрсатади. Сифатни аттестациялаш ва назорат қилишнинг янада мукамал тизимини яратиш зарурати туғилди.

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

Тўртинчидан, Ўзбекистон Республикасида талаба-лар билимини баҳолаш тизими ЕСТ5 да амал қилади-ган тизимга осонликча ўзгартирилиши мумкин.

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

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

### **Таянч сўз ва иборалар**

Ишчи кучи. Такрор ишлаб чиқариш. Харажатлар. Ижтимоий кўрсаткичлар. Интеграл баҳолаш. Ўзбекистонда кадрлар тайёрлаш тизими. Болония жараёни. Рақобатбардош кадрлар тайёрлаш стратегияси. Таълим стандартлари Халқаро стандартлар. Ижтимоий таъминот "Постиндустриал", "информацион", "сервис" жамият назариялари. Институционал-социологик йўналиш

## **МАВЗУ-7. РАҚОБАТБАРДОШЛИКНИ ОШИРИШДА НАРХ СИЁСАТИДАН Фойдаланиш ва нарх шаклланишининг бошқариш усуллари.**

### **Режа:**

- 7.1. Рақобатнинг турли кўринишлари шароитида рақобатбардошликни оширишда нарх омилидан фойдаланиш



- 7.2. Рақобатлик нархлар шаклланишида давлат нарх сиёсатининг ўрни
- 7.3. Нрах шаклланишининг макро ва микроиқтисодий шарт-шароитлари
- 7.4. Монопол бозорларида нарх шаклланишини бошқариш усуллари

### **7.1. Рақобатнинг турли кўринишлари шароитида рақобатбардошликни оширишда нарх омилидан фойдаланиш.**

Глобаллашув иқтисодиётнинг ривожланиши учун ҳам ижобий, ҳам салбий аҳамиятга эга. Агар мамлакатда рақобатбардош маҳсулот ишлаб чиқариш учун шароитлар мавжуд бўлса, бу ҳолатда мамлакат учун глобаллашув жараёни фойдали ҳисобланади. Агар маҳаллий корхоналар қўшимча (устама) қийматнинг юқори улушига эга юқори технологик маҳсулотлар ишлаб чиқарса, вазият, айниқса, ижобий таъсир кўрсатади. Бунда ишчиларнинг бандлиги ортади, бюджет даромади кўпаяди, хом ашёдан оқилона фойдаланилади. Агар



иқтисодиётда узоқ вақт давомида ишлаб чиқаришнинг хом ашёга йўналтирилганлиги баргараф этилмаса, демак, иқтисодиётни тартибга солиш механизмлари кам самарали ҳисоблана-ди. Бундай ҳолатда жамият чекланган ресурсларни оддий тарзда сарфлаб, келгуси ривожланиш тўғрисида қайғурмайди. Ишлаб чиқариладиган товарлар си-фатини ошириш - жамиятнинг энг мухим вазифасидир. Маҳсулот

сифатини ошириш кўплаб омилларга боғлиқ. Биринчидан, юқори сифатли маҳсулот тайёрлаш учун юқори малакали ишчи кучлари зарур бўла-ди. Иккинчидан, корхона яхши, замонавий жиҳозларга эга бўлиши керак. Учинчидан, рақобатбардош маҳсулотларнинг маълум миқдорига эга савдо бозорларига кира олиш учун етарли даражада тажрибага эга бўлиш керак. Бундан ташқари, сифатли маҳсулот ишлаб чиқариш учун узоқ муддатли рағбат (фойда, дивиденд ва бошқалар) зарур. Шунингдек, мамлакатда "сифатга юқори даражада эътибор қаратиш" муҳити бўлиши, яъни иқтисодий муносабатларнинг ҳар бир иштирокчиси маҳсулот ишлаб чиқаришнинг ҳар бир босқичида унинг юқори сифатига эришишни мақсад қилиб қўйган бўлиши шарт. Меҳнатга сифатли муносабатда бўлишни инсонда йиллар давомида қарор топтириш мумкин. Шу сабабли, бу вазифаларни тез суръатларда бажариб бўлмайди, кўпгина мамлакатлар ислоҳ қилишнинг дастлабки босқичларида, энг аввало, товарнинг рақобатбардош нархига эри-шишга ҳаракат қилганлар, маҳсулот "сифати" эса рақобатбардошликни ривожлантириш жараёнида ошириб борилади. Нарх рақобатбардошлигига эришишнинг мухимлиги, шунингдек, ҳозирги замон дпшёсида кўпгина истеъмолчилар юқори сифатли товарларни юқори нархларда сотиб олиш учун етарли даромадга эга эмасликлари билан ҳам тушунтирилади.

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

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

Оффшор IT-аутсорсингининг жадал ривожланишига боғлиқ равишда АҚШ ва

Европада юқори даражада ҳақ тўланадиган иш жойларининг қисқариши кучайди. Бу мамлакатлар компаниялари иш жойларини Ҳиндис-тон, Бразилия, Филиппин ва Малайзия ва бошқа ривожланаётган мамлакатларга кўчириб, меҳнатга ҳақ тўлашда катта маблағларни тежамовдалар.

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

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

## **7.2. Рақобатлик нархлар шаклланишида давлат нарх сиёсатининг ўрни.**

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

Нарх шаклланишини тартибга солишнинг самарали модели маҳаллий маҳсулотларнинг рақобатбардошлигини оширишга ёрдам кўрсатиши керак. Бунда корxonанинг соф даромади кўламлари "олиб сотарлик омиллари" (нархларни ошириш ўйини)га эмас, балки ресурслардан самарали фойдаланишга боғлиқ бўлиши керак. Табiiй-иқлим, географик ва бошқа хўжалик субъектининг фаолиятига боғлиқ бўлмаган омилларнинг ишлаб чиқариладиган маҳсулот таннархига таъсирини нарх шакллантириш механизми (рента ва бошқа тўловлар) ёрдамида турли чегараларда "текислаб юбориш" зарур. Давлат бошқарувининг яна бир муҳим вазифаси, ижтимоий товар ишлаб чиқарувчиларини импорт маҳсулотлар билан бир қаторда, маҳаллий корxonалар товарларига ҳам қўйилиши мумкин бўлган демпинг (асоссиз равишда пасайтирилган) нархлардан ҳимоя қилишдан иборат. Бу нарсани импорт маҳсулотлари бўйича асосланган равишда "келтириладиган молларга устама нарх" (акциз ёки бож) жорий этиш, маҳаллий товарлар бўйича эса - харажатлар таркибини шакллантириш қоидалари ва алоҳида харажатларнинг меъёрий кўрсаткичларини ўрнатиш, таннархни калькуляция қилиш тизимини яхшилаш, барча корxonалар учун қонун томонидан тасдиқланган ҳамма учун мажбурий бўлган меҳнатга ҳақ тўлашнинг энг кам ва энг юқори ставкаларини тасдиқлаш орқали амалга ошириш мумкин. Бундан ташқари, нархлар шаклланишининг давлат томонидан тартибга солиб туришда кончилик саноати маҳсулотлари, ёнилғи-энергетика мажмуаси, металлургия, шунингдек, монополистлар товарлари (хизматлари) нарх (тариф)ларининг белгиланиши устидан назорат қилиш ҳам кўзда тутилади. Умуман

олганда, нарх шаклланишининг давлат томонидан бошқариш тизими давлатнинг нарх бўйича сиёсати йўналишлари асосида шаклланган бўлиши лозим.



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

ривожланган бозорларда шаклланса, у ҳолда нархлар талаб ва таклиф асосида юзага келади.

### 7.3. Нарх шаклланишининг макро ва микроиқтисодий шарт-шароитлари.

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

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

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

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

Нарх белгилаш ва рақобатбардошлик ўртасидаги боғлиқликни назарий жиҳатдан кўриб чиқиб, ўтиш иқтисодиёти шароитида юзага келадиган хусусиятларни таҳлил қилиб чиқиш мақсадга мувофиқ. Маълумки, маъмурий-буйруқбозликдан бозор иқтисодиётига ўтиш шароитида ишлаб чиқариш секторининг ривожланишига тўсқинлик қилувчи алоҳида элементлар сақланиб қолади. Ўтиш иқтисодиётининг илк босқичида саноат корхоналарининг юқори даражада ихтисослашуви ва кооперацияланиши кўпинча бозорларнинг монополлашувига олиб келади. Табиий монополиялар ва монополист-

корхоналар аксарият ҳолларда харажатларни қоплаш муаммосини ўз маҳсулоти (хизматлари) нархи ва тарифларини ошириш йўли билан ҳал қилишга уринади. Бозорнинг монополлашуви даражаси қанчалик юқори бўлса, харажатлар ва нархларни ошириш ҳолатлари ҳам шунчалик кўпдир. Хом ашё тармоқлари корхоналари (ТЭК, пахта тозалаш, металлургия ва ҳоказо) учун, айниқса, қулай вазият юзага келади. Уларнинг маҳсулоти, одатда, ҳар қандай нархларда ҳам ўз харидорини топади. Технологик занжирнинг ҳар қайси кейинги бўғинида сотиш муаммоси тобора кучайиб бораверади. Охириги маҳсулот (ишлаб чиқариш ускуналари, технологиялар, халқ истеъмоли товарлари) ишлаб чиқарувчилар айниқса, мураккаб аҳволда қолади. Мазкур маҳсулотнинг юқори нархлари уни сотиш имкониятларини сезиларли пасайтиради. Бундан ташқари, бундай товарларни ишлаб чиқарувчилар импорт қилинаётган товарлар билан доим ҳам рақобатлаша олмайдилар. Сифатни ошириш учун бозор конъюнктурасини ўрганиш учун сарф-харажатларни оширишни, маҳсулотнинг истеъмол кўрсаткичларини яхшилашни талаб қилади. Шунинг учун, товар ишлаб чиқарувчи асосан нарх бўйича рақобатни енгишга кўпроқ ҳаракат қилади.

#### **7.4. Монопол бозорларида нарх шаклланишини бошқариш усуллари.**

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

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

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

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

- меъёрий-мақсадли, тизимли ёндашув асосида монопол маҳсулот харажатлари ва рентабеллихи даражасини тартибга солишнинг самарали механизмини ишлаб чиқиш;
- иқтисодиётнинг устувор тармоқларида монополиядан чиқариш, хусусийлаштириш ва рақобат мухитини яратиш жараёнларини чуқурлаштириш;
- бозорлар ахволининг доимий мониторинги юритишнинг қимматта тушадиган тизимини яратиш ва сақлаб туришдан бозор иштирокчиларининг ўзини аксилрақобат ҳаракатлар бўйича мурожаат этишлари-ни рағбатлантиришга ўтиш.

Монополистар фаолиятини давлат томонидан ҳуқуқий тартибга солинишининг мақсади монополиялар ва истеъмолчилар манфаатлари балансини мувофиқлаштиришдан иборат эканини ҳисобга олиш лозим. Монополиянинг юқори иқтисодий самараси уларнинг бўлиниб кетишига йўл қўймайди, аммо бошқа томондан уларнинг назоратсиз

фаолияти катта зарар келтириши мумкин, шу боис давлат монополистлар фаолиятини тартибга солишдан чекина олмайди.

Давлатнинг ҳам монополистлар, ҳам бошқа хўжалик субъектлари маҳсулотларига нархларнинг шакл-ланиши жараёнига таъсири чораларини ишлаб чиқишда қуйидаги услубий ёндашувларни ҳисобга олиш мақсадга мувофиқдир:

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

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

3. Жисмоний шахслар даромади солиғининг ягона оптимал ставкасини белгилаш.

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

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

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

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

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

### **Таянч сўз ва иборалар**

Нархнинг шаклланиш хусусиятлари. Мукамал рақобат. Монополия. Рақобатли нархлар. Давлат бошқарувининг муҳим вазифалари. Экспортнинг нарх рақобатбардошлиги. Нрах шаклланишининг макро ва микроиқтисодий шарт-шароитлари. Рақобатбардошлик. Маҳаллий маҳсулот. Максимал самарадорлик. Рақобат афзалликлари. Оффшор.

## **МАНЗУ-8. РАҚОБАТ УСТУНЛИГИ ВА УНГА ЭРИШИШ КОНЦЕПЦИЯЛАРИ**

---

### **Режа:**

1. “Барқарор стратегия, тузилма ва рақобатчилик” сифатида белгиланган рақобат жиҳатдан устунлигини шакллантиришнинг энг муҳим омили

2. Иқтисодиёт рақобатбардошлигини белгилаб берувчи омиллар таъсирига кўра босқичларга бўлиниши
3. Миллий иқтисодиётни рақобатбардошлигининг халқаро иқтисодиётда намоён бўлиши

### **8.1. “Барқарор стратегия, тузилма ва рақобатчилик” сифатида белгиланган рақобат жиҳатдан устунлигини шакллантиришнинг энг муҳим омили**

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

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

Иқтисодиётнинг рақобатбардошлиги намоён бўлишнинг кўп даражали шаклларига эга:

- товарнинг рақобатбардошлиги;
- ходимнинг рақобатбардошлиги;
- товар ишлаб чиқарувчисининг рақобатбардошлиги;
- тармоқнинг рақобатбардошлиги;
- мамлакатнинг рақобатбардошлиги (ёки миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлиги).

Бунда рақобатбардошликнинг барча даражалари ўртасида жипс ички ва ташқи ўзаро боғлиқлик мавжуд. Мамлакат ва тармоқнинг рақобатбардошлиги пировардида муайян товар ишлаб чиқарувчининг рақобатбардош товар ишлаб чиқариш қобилиятига боғлиқ

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

Мамлакат рақобат устунликларига эришиши учун барча ушбу детерминантлар ўзаро ҳамкорлик қилиши лозим (М.Портернинг таърифлашича - миллий ромб)<sup>13</sup>. Фақатгина ўзаро ҳамкорлик қилувчи ва бир-бирини кучайтирувчи детерминантларнинг бутун тизими бўйича устунлик миллий иқтисодиётда миллий ишлаб чиқарувчиларнинг

<sup>13</sup> Портер М. Кояжуренция.: Пер. с англ. - М.: Издательский дом "Вильямс", 2002. С. 176.

муваффақияти учун замин ҳисобланган ва ундан хорижий рақобатчилар нусха кўчириши ёки уни йўқ қилиши қийин бўлган (ёхуд ҳатто мумкин бўлмаган) мухитни шакллантиради.



Мамлакат фақат ишлаб чиқариш омилларини шакллантириш учун фойдали бўлган ишлаб чиқариш тармоқларида муваффақиятга эришиши мумкин. Бироқ ишлаб чиқаришнинг ортқча ҳажмли омилининг мавжуд бўлиши инновация учун қўлга киритилган рақобат жиҳатдан устунликни шакллантириш учун асос бўлиши мумкин, чунки ресурсларнинг

етишмаслиги улар қийматининг юқори бўлишига олиб келади. Айнан ушбу ҳолат ишлаб чиқариш харажатларини пасайтириш мақсадида техника янгиликлари ва инновацияларни жорий этиш учун асос бўлиши мумкин, бунинг натижасида компаниялар, тармоқлар ва умуман миллий иқтисодиётнинг юқори даражадаги рақобатбардошлигига эришилади.

## **8.2. “Барқарор стратегия, тузилма ва рақобатчилик” сифатида белгиланган рақобат жиҳатдан устунлигини шакллантиришнинг энг муҳим омили**

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

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

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

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

Омиллар босқичида мамлакатнинг барча рақобатбардош тармоқлари ишлаб чиқаришнинг асосий омиллари: табиий ресурслар, арзон ишчи кучи ва мамлакатнинг мавқеи ва ҳудуди билан белгиланадиган фойдалар ҳисобидан ўз мавқеларига эришади.

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



технологияларга асосланади.

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

### **8.3. Иқтисодиёт рақобатбардошлигини белгилаб берувчи омиллар таъсирига кўра босқичларга бўлиниши**

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

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

Шу ўринда Ўзбекистон эга бўлган қуйидаги қиёсий устунликларни ажратиш мумкин;

1. Кам харажатлар эвазига қимматбаҳо қишлоқ хўжалиги экинларини етиштиришни ривожлантириш им-конини берувчи қулай табиий-иқлимий шароитлар. Ўзбекистонда ҳар йили тахминан 4,5 тонна пахта хом ашёси тайёрланади, ундан 1,3 тонна пахта толаси иш-лаб чиқилади. 30 минг тоннага яқин ипак қурти пилласи, 1,5 млн. тонна юқори сифатли қорақўл териси ва 18 минг тоннадан ортиқ қўпол қўй юнги тайёрланади. Ҳар йили 2,7-3 млн. тонна турли хилдаги сабзавот экин-лари етиштирилади.

II. Ўзбекистоннинг табиий ресурслари, хусусай:

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

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

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



туризмни ривожлантириш имконини беради;

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

IV. Ўзбекистоннинг қулай географик ҳолати. Республика Марказий Осиёнинг қоц марказида жойлашган бўлиб, Қозоғистон, Қирғизистон, Туркменистон, Тожикистон ва Афғонистон билан чегарадош. Осиё қитъасининг марказидаги бундай қулай географик ҳолат мавжуд ресурс салоҳиятини самарали амалга ошириш имконини бериш билан бирга юклар ва энергия ташувчиларнинг халқаро транзитида фаол ишти-рок этиш учун кенг имкониятларни очади.

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

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

Мамлакатнинг рақобат жихатдан устунликлари қуйидагилар бўлиши мумкин:

1) давлат бюджетидан ИТТКИ (илмий тадқиқот ва тажриба-конструкторлик ишланмалари) учун катта харажатлар;

2) инсонни ривожлантиришга (таълим, соғлиқни сақлаш, ижтимоий эҳтиёжларга) катта қўйилмалар;

3) мамлакат сиёсий ва ҳуқуқий тизимининг барқарорлиги;

4) аҳоли жон бошига тўғри келадиган ЯИМ улуши;

5) аҳоли ҳаёт кечиришининг узоқлиги;

6) ресурслардан фойдаланишнинг юқори самарадорлиги;

7) оптимал экспорт;

8) паст инфляция;

9) рақобатбардош фирмаларнинг катта улуши;

10) меҳнат ресурсларининг рақобатбардошлиги;

11) молиявий тизимнинг қайишқоқлиги;

12) ички бозорнинг ўзгарувчанлиги;

13) меъёрдан ортиқ давлат қарзларининг мавжуд эмаслиги;

14) мамлакат аҳолиси таълим даражасининг юқорилиги;

15) фаолиятнинг барча соҳаларида билимлар асосидаги кучли рақобат;

16) мамлакатнинг очиқлиги, халқаро интеграция ва кооперациялашнинг юқори даражаси;

17) бозорлар ва минтақалар инфратузилмасининг юқори сифати;

18) паст солиқ ва божхона ставкалари;

19) мамлакатда бизнеснинг юқори маданияти. Агар Ўзбекистоннинг рақобат жихатдан устунликларини таҳлил қиладиган бўлсак, қуйидагиларни алоҳида ажратиш мумкин: 1) мамлакат сиёсий ва ҳуқуқий тизимининг барқарорлиги; 2) инсонни ривожлантиришга (таълим, соғлиқни сақлаш, ижтимоий эҳтиёжларга) катта қўйилмалар; 3) аҳоли ҳаёт кечиришининг узоқлиги; 4) меҳнат ресурсларининг рақобатбардошлиги; 5) мамлакат аҳолиси таълим даражасининг юқорилиги.

## **Таянч сўз ва иборалар**

“Барқарор стратегия, тузилма ва рақобатчилик”. Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлиги. Кластерларни шакллантириш. Рақобатбардошликни баҳолашнинг табақалашуви. (“The Global Competitiveness Report”). Жаҳон Иқтисодий Форуми (ЖИФ)нинг мамлакатлар рақобатбардошлигини баҳолаш методикаси. Оптимал экспорт. Халқаро интеграция ва кооперация. Давлат бюджети.

### **МАВЗУ-9. МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТНИНГ РАҚОБАТ УСТУНЛИКЛАРИНИ ШАКЛЛАНТИРИШНИНГ МЕТОДОЛОГИК АСОСЛАРИ**

---

#### **Режа:**

9.1. Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини давлат томонидан тартиблашни сабабалари

9.2. Кластерларни шакллантириш – иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини оширишнинг муҳим омили.

9.3. Ўзбекистонда пахта мажмуининг таркиби ва такомиллаштириш йўналишлари

9.4. Рақобатбардошликни баҳолашнинг табақалашуви

#### **9.1. Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини давлат томонидан тартиблашни сабабалари**

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

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

Давлатнинг иқтисодиётдаги роли "унинг функцияларида муайянлашади. Давлатнинг ўтиш иқтисодиётдаги барча функциялари бозор муносабатларини шакллантириш ва ривожлантириш билан боғлиқ. Ушбу боғлиқликнинг хусусиятига қараб давлатнинг тартибга солувчи функцияларининг иккита гуруҳини ажратиш мумкин. Биринчидан, бу бозорнинг самарали фаолият кўрсатиши учун шарт-шароитлар яратиш функцияси. Иккинчидан, бу бозорнинг ўз тартибга со-лувчиларини таъсирини тўлдириш ва унга тузатишлар киритиш.

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

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



Ҳозирги замонда давлат - миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини ошириш сиёсати билан шуғулланиши мумкин ва лозим бўлган ягона институтдир.

Ҳар йиллик Жаҳон иқтисодий форуми (Давос) томонидан 161 та асосий кўрсаткич бўйича рақобатбардошликнинг

интеграл индекси иятлаб чиқилган бўлиб, қуйидаги саккизта блок бўйича гурўхланган: очик-лик, давлат (давлат сиёсатининг самарадорлиги), молия, инфратузилма, технология, бошқарув, меҳнат ва институтлар.

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

Тадбиркорлик мухити томонидан рақобатбардошликнинг энг муҳим омиллари бўлиб қуйидагилар ҳисобланади: ички бозорда рақобатнинг жадаллиги, ахборот инфратузилмасининг ривожланиши, талаб хусусият-ларининг мураккаблашуви ва ички тақлифнинг миқдор ва сифат бўйича талабга мослиги.

Рақобатбардошлик кўрсаткичлари ва бозор институтларини шакллантириш ҳамда ривожлантириш жараёнлари бўйича орқада қолнш Ўзбекистонда ҳам кузатилмоқда. Бунга барҳам беришда инновацион тад-биркорликни ташкил этиш ва ривожлантиришга давлат томонидан кўрсатиладиган кўмак асосий ролни ўйнаши мумкин.

Сармоянинг етишмаслиги муаммосини ҳал этиш учун самарали фонд бозорини

Миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини оши-риш вазифаларини ҳал этиш учун узоқ муддатли режада, жаҳон тажрибаси кўрсатиб турганидек, кадрларни тайёрлаш ва улар малакасини оширишга, би-лимларни баҳам кўриш ва ИТТКИни қўллаб-қувватлашга ҳамда инфратузилмани ривожлантиришга ин-вестициялар давлат томонидан тартибга солишнинг энг самарали чоралари ҳисобланади.

## **9.2.Кластерларни шакллантириш – иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини оширишнинг муҳим омили.**

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

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

Кластерлар - бу географик белги бўйича жамланган, ўзаро рақобат қилувчи, лекин биргаликда фаолият юритувчи маълум тармоқлардаги ўзаро боғлиқ компаниялар, ихтисослашган етказиб берувчилар, хизмат кўрсатувчилар, тегишли тармоқлардаги фирмалар ҳамда улар фаолияти билан боғлиқ ташкилотлар (масалан, стандартлаштириш бўйича университетлар, агентликлар ҳамда савдо бирлашмалари) гуруҳи<sup>1</sup>.

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

Юкорида таъкидланганидек, рақобат курашида кластерларга асосий берилади, чунки улар бозор иқтисодиётининг бошқа институтлари, хусусан ҳукумат, университетлар, компаниялар самарадорлигани ошириш имконини беради. "Кластерлар давлат сиёсатини тушунишнинг янги ва қўшимча усулини ўзида намоён этади. Айрим минтақада кластерлар ҳолатини тушуниш кластерлар йқтисодиёй ишлаб чиқариш салоҳиятининг ички хусусиятларини ҳамда уларнинг келажакдаги ривожланиши учун мавжуд бўлган чекловларни кўришни таъминлайди"<sup>14</sup>.

Шундай қилиб, кластелар қиёсий устунликлардан фойдаланиш ва рақобат жиҳатдан устунликларни оширишга асосланган ҳодда миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини оширишга кўмаклашади. Мамлакат иқтисодиёти клатер томонидан турли даражада, яъни минтақавий, пойтахт, миллий иқтисодиёт даражасида қамраб олиниши мумкин.

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

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

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

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

### **9.3. Ўзбекистонда пахта мажмуининг таркиби ва такомиллаштириш йўналишлари**

Республикамиз пахта мажмуини ривожлантириш ва унинг рақобатбардошлигини ошириш вазифаси нафақат тармоқлар ишлаб чиқариш базасини аста-секин янгиланиш ва модернизация қилишдан, балки янги ишлаб чиқаришларни ташкил этиш ва инновация тадбиркорлик лойиҳалар амалга оширилишини рағбатлантиришдан иборат, бу жаҳон молиявий ва технологик ресурсларидан фойдаланиш имкониятини таъминлайди.

Республикамиз шароитида мазкур вазифаларни тайёр маҳсулот экспорт етказиб бериш ҳажмини кенгайтириш ва уларнинг ялпи ички маҳсулотдаги улушини ошириш

---

<sup>14</sup> Ўша ерда. 275-бет.

ҳисобидан ҳал этиш мумкин, чунки жаҳон бозорларида хом ашё товарларининг нархлари пасайиш тенденциясига эга. Шунинг учун ушбу ҳолатда мамлакат экспортининг умумий ҳажмида пахта хом ашёси-ни етказиб беришга қараганда тайёр маҳсулот улушини ошириш мақсадга мувофиқдир. Экспертлар баҳоларига кура пахта хом ашёси бирлигидан олинган бир тайёр маҳсулот бирлиги экспортдан тушумларни 20 марта оширади, яъни тайёр маҳсулотнинг қўшилган қиймати хом ашё қийматидан 20 марта кўп. Шунинг учун ҳозирги вақтда республика иқтисодиётини ри-вожлантиришнинг асосий йўналишларидан бири пахта мажмуининг иқтисодий салоҳиятини сақлаб қолиш ва кенгайтиришдан иборат.

Республика пахта мажмуида ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш учун мамлакатимизда иқтисодиёт давлат томонидан тартибга солиниши зарур, бу мазкур мажмуа тармоқлари учун қулай шарт-шароит яратади, хусусан:

1) миллий хўжаликда самарали рағбатлантирувчи иқтисодий сиёсатни амалга ошириш, хорижий ва ички инвестицияларни жалб қилиш имконини бериш барқарор макроиқтисодий конъюнктурани қўллаб-қувватлаш, бу ички истеъмол талабини қондириш имконини беради ва сармоянинг тез айланишига, унинг асосида эса ишлаб чиқаришни кенгайтиришга имконият яра-тади;

2) самарали рақобат ҳисобидан экспорт ҳажмини тезда оширишга қодир бўлган хусусий сармоя иштирокини рағбатлантириш, акциядорлик жамиятлари ва бошқа корхоналарда давлатнинг улушини қисқартириш йўли билан давлатнинг хўжалик фаолиятига аралашувини камайтириш;

3) ташқи савдодан келадиган даромадни давлат ва ишлаб чиқарувчилар ўртасида тақсимлаш тизимини ишлаб чиқарувчиларни экспортга йўналтирилган маҳсулотни ишлаб чиқаришни кенгайтиришга рағбатлан-тириш томонга ўзгартириш. Масалан, қишлоқ хўжалигидан даромадни ундиришнинг ҳозирги тизими мазкур тармоқнинг ривожланишига тўсқинлик қилмоқда, бу қишлоқ жойларида даромадларнинг пасайишига олиб келади (республикамиз аҳолисининг тахминан 60 фоизи айнан қишлоқда яшайди). Ўз навбатида, бундай вазият енгил, кимё саноати ва қишлоқ хўжалиги машинасозлиги тармоқлари маҳсулотларига нисбатан катта ва барқарор талабни шакллантириш имконини бермайди, ушбу маҳсулотларни ишлаб чиқаришда республикамиз қиёсий устунликларга эга;

4) аҳоли омонатларини банк тизимига жалб қилиш ҳисобидан тармоқларни молиялаш учун кредит бозорининг самарали ишлашини таъминлаш;

5) тайёр маҳсулот экспортчиларига ўзига хос хусусиятли хизматларни кўрсатувчи, жаҳон бозори конъюнктураси ҳақидаги ахборотни тақдим этувчи ихтисослашган корхоналар фаолиятини яхшилаш ҳисобидан пахта мажмуида ишлаб чиқарувчиларни давлат томонидан қўллаб-қувватлашни кучайтириш, потенциал бозорлар ва шериклар маркетинг тадқиқотларини ўтказиш ва ҳ.к.

6) ишлаб чиқаришни модернизация қилишни рағбатлантириш, инновациялар ва фантехника тараққиёти ютуқларини жорий этиш, чунки тармоқлар технологик даражаси ва ишлаб чиқариш базасининг жаҳон даражасидан ортда қолиши мамлакатнинг рақобат жиҳатдан устунликлари йўқотилишига олиб келиши мумкин;

7) иқтисодиётда рақобат мухитини шакллантириш ва ривожлантириш мақсадида институционал ўзгаришларни кучайтириш, хусусан: бизнеснинг ўзини ўзи ташкил этишини рағбатлантириш; монополиялар ва монопол бирлашмалар ташкил этилиши устидан самарали назоратни амалга ошириш; кичик ва ўрта бизнесни рағбатлантириш ва қўллаб-қувватлаш.

Юкорида таъкидланганидек, пахта мажмуи мамлакат ялпи ички маҳсулотида катта улушга эга, лекин шунга қарамай унинг ўсиш суръатлари эҳтиёжлар ва имкониятлардан сезиларли даражада ортда қолмоқда. Шунинг учун пахта мажмуини янада ривожлантириш, унинг иқтисодиётга қўшадиган улушини ошириш республикани иқтисодий ўстиришнинг асосий манбала-ридан бири ҳисобланади.

#### 9.4. Рақобатбардошликни баҳолашнинг табақалашуви

Мамлакатнинг рақобатбардошлигини баҳолаш. Мамлакатнинг рақобатбардошлиги эркин ва ҳалол рақобат шароитида мамлакатнинг жаҳон бозори талабларини қондирувчи товарларни ишлаб чиқариш ва хизматлар кўрсатиш қобилияти сифатида таърифлаш мумкин.

Мамлакатнинг рақобатбардошлик кўрсаткичи, биринчи галда мамлакатнинг жаҳон бозоридаги мавқеини тавсифловчи, шунингдек, товар ва товар ишлаб чиқарувчининг ҳамда тармоқнинг рақобатбардошлигини бирлаштирувчи умумий кўрсаткич ҳисобланади.

Тарихан мамлакатларнинг рақобатбардошлига концепцияси миллий иқтисодиётнинг халқаро меҳнат тақсимоти ва ҳар бир мамлакатнинг халқаро савдодаги ролини асослаб берувчи қиёсий устунликлари (арзон меҳнат, бой табиий ресурслар, қулай жуғрофий, иқлим, инфратузилма омиллари ва ҳ.к.) назариясига асосланган.

Мамлакатлараро рақобатбардошлик соҳасида олиб борилган илмий тадқиқотларда Жаҳон иқтисодий форумининг рақобатбардошлик бўйича ҳар йиллик маърузаларида чоп этиладиган ишланмалари ажралиб туради (“The Global Competitiveness Report”). Жаҳон Иқтисодий Форуми (ЖИФ)нинг мамлакатлар рақобатбардошлигини баҳолаш методикаси амалиётда кенг қўлланиладиган методикалардан бири бўлиб, у 12 та бўлим бўйича гуруҳлашган 188 та кўрсаткичга асосланади.

$$K_{cmp} = \sum_{i=1}^n b_i \frac{P_{cmpi}}{\Pi n_i},$$

бу ерда  $K_{cmp}$  - мамлакат рақобатбардошлиги кўрсаткичи, бирлик улуши;  $b_i$  - рақобатбардошликнинг  $i$ -омили кўрсаткичи, бирлик улуши;  $P_{cmpi}$  - мамлакат  $i$ -омилининг абсолют қиймати;  $\Pi n_i$  - мамлакатнинг унга интилиши лозим бўлган  $i$ -омилининг меъёрий (режали) қиймати.

Шундай қилиб, мамлакатнинг рақобатбардошлигини рақобатбардошликнинг энг муҳим омилларини ҳисобга олган ҳолда ҳисоблаб чиқиш мумкин - бу, биринчидан. Иккинчидан, мазкур формулада мамлакатда рақобатбардошликнинг реал ҳолати ҳисобга олинган ва у меъёр билан, яъни жаҳондаги энг яхши кўрсаткич билан таққосланади.

Мамлакат рақобатбардошлиги омиллари (кўрсаткичлари)нинг таҳлили миллий иқтисодиётлар ривожланишнинг жаҳон тенденцияларидан келиб чиққан ҳолда улар ичидан мамлакат иқтисодиётининг ривожланишига ва унинг рақобатбардошлигини оширишга катта таъсир кўрсатувчи асосийларини аниқлаш имконини беради, хусусан, инсон салоҳиятини ривожлантириш (таълим, соғлиқни сақлаш, ижтимоий соҳа), фан-техника инқилоби, инновацияларни ривожлантириш ва ҳ.к.

#### Таянч сўз ва иборалар

Иқтисодий ўсиш динамикаси. Кластерлар. Географик белги. Таълим. Соғлиқни сақлаш. Ижтимоий соҳа. Тармоқлар кластерлари. Жаҳон тенденциялари. Аҳоли

омонатлари. Банк тизими. Потенциал бозорлар. маркетинг тадқиқотлари. Хорижий ва ички инвестициялар. даромадларни қайта тақсимлаш.

## **МАВЗУ-10. РАҚОБАТНИНГ ИННОВАЦИЯЛАРНИ ТАДБИҚ ЭТИШ СТРАТЕГИЯСИ**

### **Режа:.**

- 10.1. Давлат инвестиция сиёсатининг миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишдаги роли.
- 10.2. Иқтисодиётнинг реал сектори тармоқларида рақобат муҳитини шаллантиришнинг инновацион омиллари.
- 10.3.** Рақобатнинг кучайиши шароитида минтақаларни ривожлантиришнинг инвестициявий-инновацион стратегияси.

### **10.1. Давлат инвестиция сиёсатининг миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишдаги роли.**

Ўзбекистон ўз иқтисодий сиёсатини юритишда бозор муносабатларига ўтишнинг ўз моделини танлаган бўлиб, у давлат томонидан мувофиқлаштириб туриладиган ижтимоий йўналтирилган хўжалиқдан иборат.

Давлат инвестиция сиёсатининг бош мақсади хўжалик субъектларининг манфаатдорлигини ошириш, молиялаштириш манбалари тузилмасини такомиллаштириш, хорижий шериклар билан бирга қўшма корхоналар ташкил қилиш ва ҳоказолар асосида мамлакатнинг инвестиция салоҳиятини ошириш ва ундан самарали фойдаланишни таъминлашдир. У, биринчи навбатда, инвестиция жараёнларини давлат томонидан бошқари-лиши ва қўллаб-қувватланишининг таъсирчан тизимини шакллантириш орқали республика иқтисодий мустақиллигининг моддий-техникавий базасини мустаҳкамлашга кўмаклашиши даркор. Шу муносабат билан инвестиция сиёсати ҳам маҳаллий, ҳам хорижий сармоядорларнинг хўжалик фаолиятини юритиш учун қулай шароит яратиши керак. Бунда корхоналар ва аҳолининг инвестиция фаоллигини рағбатлантиришга, республика иқтисодиётига хорижий капитални кенг жалб қилишга муҳим аҳамият қаратилмовда.

Инвестиция сиёсатини шакллантиришда ишлаб чиқариш кучлари ва ишлаб чиқариш муносабатлари ривожланишининг хусусиятлари ва даражасини, жамиятнинг биринчи навбатдаги вазифалари ва давлатнинг реал иқтисодий имкониятларини ҳисобга олиш зарур.

Давлатнинг инвестиция сиёсати Ўзбекистонда ислохотларнинг илк босқичида иқтисодиётни чуқур таркибий ўзгартиришга, тармоқларга ва ишлаб чиқаришга капитал киритмалар тузилмасини ўзгартиришга йўналтирилган эдк. Шу мақсадда Давлат инвестиция дастурлари ишлаб чиқилди ва жорий этилди. Ушбу дастурларга киритилган лойиҳаларнинг амалга оширили-ши иқтисодий ривожланиш суръатларини барқарорлаштириш ва уларнинг ислохотлардан олдинги даражасини аста-секин тиклашга ёрдам берди.

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

Шулардан келиб чиқиб айтиш мумкинки, айтиш пайтдаги инвестиция сиёсатининг

макродаражадаги бош мақсади қайта ишлаб чиқариш жараёнларини такомиллаштириш, мамлакат моддий-техникавий базасини мустаҳкамлаш, унинг иқтисодий салоҳиятини юксалтириш, умумиқтисодий тараққиётга эришиш (ялпи ички маҳсулот, ялпи ички маҳсулот ҳажмининг усиши, янги иш жойлари сонини кўпайтириш, киритилган маблағлар самарадорлигини ошириш)га қаратилган инвестиция жараёнларини давлат томонидан тартибга солиниши ва қўллаб-қувватланишининг таъсирчан ти-зимини яратишдир. Микродаражада у хўжалик субъектлари томонидан фойда (даромад) олиниши мақсадига бўйсундирилади.

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

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

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

## **10.2. Иқтисодиётнинг реал сектори тармоқларида рақобат муҳитини шаллантиришнинг инновацион омиллари.**

Миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини ошириш инновациявий жараёнларни фаоллаштириш билан узвий боғлиқ.

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

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

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

Охириги маҳсулотнинг рақобатбардошлигини янада кенгроқ таъминлашнинг зарур



шарти инновация фаолиятини бошқаришни, ақлий фаолият натижасини халқаро бозордаги кескин рақобатга дош бера оладиган товар даражасигача олиб чиқиш механизмини та-комиллаштиришдан иборат.

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

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

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

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

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

Шундай қилиб, инновацион вектор (нарх, солиқ, тузилмавий, минтақавий ва хоказо) давлат иқтисодий сиёсатининг ҳар бир йўналишида ҳисобга олиниши керак. Иқтисодиётнинг инновацион ривожига тўсқинлик қиладиган бошқа омил амалдаги стандартлаштириш ва сертификациялаш тизимидир. Сўнгги йилларда давлат томонидан кўрилган чоралар мазкур жараённинг ошқоралигини таъминлади, норасмий тўловларга "эҳтиёж"ни камайтирди ва ҳужжатларни ўтказиш муддатини қисқартирди. Шу билан бирга, мазкур чо-ралар ҳали кўпгина муаммоларни ҳал қилишга замин яратгани йўқ.

Ўзбекистон саноатида инновация фаолиятини кенгайтириш учун фирма доирасида махсус ташкилий тузилмаларни яратиш (техник марказлар, илмий-тадқиқот ва ишлаб чиқариш бўлинмалари фаолиятини муво-фиқлаштирувчи илмий ва тажриба ишланмаларини режалаштириш бўйича махсус гуруҳлар, вақтинчалик техник гуруҳлар ва хоказолар), турли хизматлар вакиллари билан ҳамкорликда илмий-техникавий лойиҳаларни, тадқиқотчилар стажировкаларини муҳокама қилиш каби усулларни қўллаш мақсадга мувофиқдир.

### **10.3. Рақобатнинг кучайиши шароитида минтақаларни ривожлантиришнинг инвестициявий-инновацион стратегияси.**

Бугунги кун шароитларида технологиялар қанчалик минтақавий ривожланиш сиёсатини намоён этиши ва рақобатбардошликни ошириш воситаси сифатида технологияларни рағбатлантиришнинг минтақавий инвес-тиция-инновация стратегиясини қандай қилиб шакллантириш кераклиги муаммоси долзарб илмий-амалий муаммо бўлиб қолмоқда. Халқаро ва маҳаллий тажриба шуни кўрсатадики, иқтисодий ўсиш суръатлари секинлашаётган минтақаларда моддий ишлаб чиқаришда жуда кўп иш ўринлари йўқолиб боради, шунингдек, хизматлар соҳаси ҳам нисбатан суст ривожланади. Демак, бундан

мухим хулосага келиш мумкин: моддий ишлаб чиқаришнинг ривожланиши хизматлар соҳасининг ўсишига олиб келади, аммо бунинг тескариси эмас. Мазкур соҳалар ўртасидаги алоқалар уйғун эмас, яъни хизматлар соҳасини ривожлантириш моддий ишлаб чиқаришнинг пасайишини қоплай олмайди. Ўзбекистон учун бунинг маъноси - қишлоқ хўжалиги ва иқтисодиётнинг бошқа тармоқларида ишчи кучининг бўшаши хизматлар соҳасидаги бандликнинг тегишича ортишига олиб келмайди.

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

- тақлидий, технологик етакчилар ютуқларини уйғун такрор ишлаб чиқариш ва бозорнинг бўш бўғинларини самарали ўзлаштиришга йўналтирилган;
- инновацион, юқори кескинлик даражасига эга янгиликларни мустақил ишлаб чиқиш ва жорий этиш орқали технологик етакчиликни таъминлайди;
- асосий маҳсулоти инновация бўлган компаниялар, фирмалар ва бўлинмалар хизматларидан фойдаланишнинг венчур стратегияси.

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

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

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

- Жаҳон Савдо Ташкилоти (ЖСТ) қоидалари ва талабларида экспорт субсидияларини чеклаш, хорижий шахсларни инвестиция фаолиятида камситишни таъқиқлаш, экспорт ва импортни мажбурий лицензияланишига, саноат моллари учун юқори импорт тарифларига йўл қўймаслик;

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

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

Шундай қилиб, бизнинг фикримизча, ҳуқуқат барча корхоналарда, жумладан йирик корхоналарда инновацион фаолиятни қўллаб-қувватлаши лозим. Инновацион гигантлар жаҳон бозорига чиқишда кўпроқ имкониятларга эга, бу эса, ўз навбатида, мамлакатга қўшимча валюта оқимини таъминлайди.



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

фойдаланилма-ганлиги ҳолатлари ҳам учраб туради.

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

Минтақаларнинг иқтисодий ривожланиши йўналишларини энг юқори даражада асослаш ва унинг ўзига хос хусусиятларини тўлиқроқ ҳисобга олиш учун, фикримизча, муайян вазифа ёки муаммолар йиғиндиси нуктаи назаридан минтақага ҳар томонлама чуқур таъриф берадиган ўзаро боғлиқ кўрсаткичларнинг бутун тизимини эътиборга олиш лозим.

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

### **Таянч сўз ва иборалар**

Хорижий капитал. Саноат соҳасида моддий ва энергетик ресурслар. бозордаги ҳукмронлик. Дифференциаллаш. Ҳукмрон савдо белгиси. Дизайн, Брэнд, технология ва функционал имкониятлар. Товарларнинг уникал хусусиятлари. Рақобат устунлиги. Мақсулот ёки хизматлар дифференциацияси. Минтақавий салоҳият. инвестиция-инновация стратегияси. Тўғридан-тўғри хорижий инвестициялар.

## **МАВЗУ-11. РАҚОБАТНИНГ ДИФФЕРЕНЦИАЛЛАШ СТРАТЕГИЯСИ**

11.1. Дифференциаллашнинг иқтисодий мазмуни ва хусусиятлари

11.2. Фирманинг бозордаги ҳукмронлигини ошиши

11.3. Товарни дифференциаллашда рақобат устунлигига эришиш манбалари

### **11.1. Дифференциаллашнинг иқтисодий мазмуни ва хусусиятлари**

Товар-мураккаб куп киррали тушунча, бироқ бунда энг асосий нарса истеъмол хусусиятлари, яъни товарнинг уз вазифасини бажариш-унга эга булган истеъмолчининг эҳтиёжларини кондириш хусусиятидир. Товарнинг истеъмол киймати унинг истеъмол хусусияти мажмуасидир. Товарнинг куйидаги хусусиятларига қараб алоҳида эътибор бериледи:

-ранги, упаковкеси (ураш, боғлаш), ташки қуринишининг фасохати (дизайни), эргономик хусусиятлари (фойдаланиш, таъмирлаш ва бошқаларнинг қулайлиги ва бошқалар).

Товарни ишлаб чиқаришдан олдин унинг истеъмол хусусияти таҳлил қилинади. Товар-мураккаб куп киррали тушунча, бироқ бунда энг асосий нарса истеъмол хусусиятлари, яъни товарнинг уз вазифасини бажариш-унга эга булган истеъмолчининг эҳтиёжларини кондириш хусусиятидир. Товарлар куйидаги мезонлари буйича алоҳида гуруҳларга булинади:

- мақсадли курсаткич буйича
- бозор турига қура
- фойдаланишга тайёрлигига қура
- истеъмолчилар сонига қараб булинади.

Мақсадли характериға кура эса товарлар истеъмол товарлари ва ишлаб чиқаришга оид товарларга булинади. Истеъмол товарлари – бу шахсий истеъмол учун мулжалланган товарлардир. Улар кундалик талаб товарлари, дастлабки танлов асосида олинадиган товарлар, алохида талабдаги товарлар, пассив талабдаги товарларга булинади. Кундалик талаб товарларига кундалик турмуш учун зарурий озик-овкатлар, кир ювиш, тозалаш воситалари, уй хужалиги учун зарурий майда товарларни киритиш мумкин. Кундалик истеъмол товарларини истеъмол қилиш интенсивлигиға кура уларни уз навбатида 3 та куйи

- |    |   |         |         |
|----|---|---------|---------|
|    | гурухга   | ажратиш | мумкин: |
| 1. | Доимий эҳтиёждаги асосий товарлар (нон, хужалик совуни)     |         |         |
| 2. | Импульсив тарзда сотиб олинадиган товарлар (сакич, газета)  |         |         |
| 3. | Фавкулудда холатлар учун харид қилинадиган товарлар (зонт). |         |         |

Дастлабки танлов асосидаги товарлар сафига: мебель, кийим-кечак, уй-рузгор учун электр жихозлари қиради ва у харидорларни қиёслашни, нарх, мода, дизайн жихатидан танловда бир мунча мулохаза юритишни талаб қилади. Ушбу товарлар:

- ухшаш товарлар (сифат жихатдан бир-бирига яқин, лекин дизайн, нархи буйича фаркланади,)
- алохида қуринишдаги товарлар (ранги, фасони, нави жихатидан)

Пассив талабдаги товарлар – харидорларга нотаниш ёки улар хусусида жуда кам уйлайдиган товарлардан таркиб топади. Ишлатиш вақтиға кура

- қиска муддатли фойдаланишга оид товарлар
- узок муддатли фойдаланишга оид товарлар

Товар сиёсатида асосий мақсадга эришиш куйидаги соҳалардаги вазифаларни хал этиш орқали амалга оширилади:

- унинг инновацияси
- вариация
- дифференция
- элиминация
- маркани урнатиш ва танлаш
- кадоклаш
- товарни шакли, тури ва бошқалар

Шунга мос холда товар сиёсатининг масалаларига куйидагилар қиради:

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

Биринчи 3 таси бозорга янги товарларни қиритаётганда хал этилади, қолган вазифаларни хал этиш товарни бутун хаёти давомида амалга ошади. Бунинг учун, яъни қарорни асослаш учун товарни хаётийлик цикли модели ишлатилади.

Товарлар ва хизматлар ассортиментини – бу фойдаланиш буйича бир-бирига жуда ухшаш товарлар (хизматлар) гурухидир. Товар сифати – бу товарнинг уз функцияларини бажаришда қуринади ва у куйидаги параметр билан характерланади, яъни узок муддат хизмат қурсатиши, пишиқлиги, фойдаланишда соддалиги ва бошқалар.

## 11.2. Фирмининг бозордаги ҳукмронлигини ошириш

Рақобатнинг асосий қуроли булиб, талабни шакллантириш ва сотишни

рағбатлантириш воситалари хизмат килади. Асосий ахборотни харидорлар товар ишлаб чикарувчилардан олишади. Харидорларни асосан товарнинг истеъмол киймати кизиктиради. Ракобат асосан куйидаги курунишларда булиши мумкин: товарларнинг хизматлари буйича, бир хил эхтиежни кондирешга каратилган ракобат, бир хил товарни хар хил фирмалар ишлаб чикариш оркали буладиган ракобат; еки бир хил фирма томонидан хар хил модификацияда товар ишлаб чикариш. Нархлар оркали ракобатлашиш энг кенг таркалган. Хозирги даврда ракобат узига хос киёфа касб этмокда. Нархлар сохасида ракобат ишлаб чикаришни харажатлар энг кам буладиган мамлакатларда йулга куйишни талаб килади. Нарх билан ракобат утмишда эркин бозор ракобати булган, бозорда бир хил товарлар хар хил нархлар билан сотилган даврларда пайдо булганди.

Ишлаб чикарувчи нархни пасайтириш билан уз товарини ажратиб курсатишга, унга эътиборни каратишга ва пировард натижада уз истаган бозор хиссасини эгаллашга эришган. Хозирги замон бозор шароитларида нарх билан очик ракобат амал килмайди, чунки ишлаб чикарувчилардан бири нархни пасайтириши билан унинг ракиби хам шу ишни килади, бу эса фирманинг бозордаги мавкеини узгартирмайди, балки, умуман тармокдаги фойданинг пасайишига, асосий фондларни янгилаш ва кенгайтириш учун инвестицияларнинг камайишига олиб келади. Натижада кутилган зафар ва ракибларни суриб чикариш урнига кутилмаган хонавайронлик ва синиш юз беради. Шу сабабли саноат монополиялари нархларни иложи борича узокрок ушлаб туришга, таннархни хамда маркетинг харажатларини тобора пасайтириб, фойдани купайтиришга интилади. Фан-техника тараккиёти ютуклари туфайли ракобатнинг нарх билан боглик булмаган усулларидан фойдаланишнинг кулай шароитлари юзага келди.

Нархсиз ракобатда товарнинг нархи эмас, балки унинг юкори сифат, паст истеъмол нархи, замонавий дизайн, сервис хизмати, ишлаб чикарган фирма шухрати ракобат курашининг асосий омилига айланади. Нархни пасайтириб бозорни эгаллаш стратегиясини урганишда куйидаги саволларга жавоб топилади:

-бошка товарларни ракобатбардошлигини белгиловчи омиллар кайсилар?  
-ракобатчи фирмаларнинг реклама воситалари ва сотишни рағбатлантириш усулларикандай?

-кайси савдо белгилари ишлатилмокда?

-ракобатчилар товарларининг урамаси-безаклари, дизайнида нималар кузга ташланмокда?

-товарни кафолатли ва ундан кейинги ишлатиш даврларида кандай сервис таклиф килинмокда?

-миллий савдо тармоклари оркали товар сотилмокдами еки фирма уз шахобчасини очганми?

-ракобатчилар куллаетган товар харакати (транспорт, захиралар хажми, омборлари ва уларнинг жойланиши. Натижада ракобатчи шунджай харакат килишяпти? Бошкача йули йукми?

Деган саволларга жавоб топилади.

П.С.Завьялов фикрича “Ракобатбардошлик деганда, товарнинг бозорда харидоргирлигини таъминлайдиган истеъмол ва киймат тавсифлари мажмуини, яъни ухшаш ракобатчи товарларни айирбошлашга таклиф катта булган шароитларда худди шу товарни пулга айирбошланиш кобилиятини тушунмок лозим”. Харидорнинг харажатлари икки кисмдан ташкил топади, унинг бир кисмини харид харажатлари (товар нархи), иккинчи кисмини уни истеъмол этиш билан боглик харажатлар ташкил этади.

Ракобатбардошлик кенг тушунча булиб, унга куплаб омиллар таъсир этади. Фирманинг ракобатбардошлиги даражасини бахолашда тармок бозориде ракобат кураши жадаллигини белгилайдиган омиллар тахлил учун асос сифатида хизмат килади. Бу омилларга куйидагилар киради:

1. Ракобатчи фирмалар сони, ва уларни киесий куввати;

2. Ракиблар харакатларининг диверсификациялашуви даражаси;
3. Бозордаги талаб хажмини урганиш;
4. Махсулотни табақалашуви даражаси;
5. Истеъмолчининг бир ишлаб чиқарувчидан бошқасига кучиш харакатлари;
6. Бозордан чиқиб кетиш тусиқлари ва уларнинг даражаси.
7. Бозорга кириб келиш ва унинг даражаси.
8. Ендош тармок бозорларидаги вазият.
9. Ракиблар стратегиясидаги фарқлар.
10. Ушбу бозорда ракобат учун алоҳида сабабларнинг булиши, ракобат даражаси бозорнинг алоҳида бир жалб этувчанлик еки аксинча бездирувчанлик хусусиятлари билан ҳам белгиланади.

Ж.Ж.Ламбен ракобатли афзалликларни иккита кенг категорияларга гуруҳлайди – ташки ва ички ракобатли афзалликлар, яъни фирма ва товарни ракобатдошлигини тавсифловчи ракобатли афзалликлардир. Ташки ракобатли афзаллик товарни “бозор кучини ифодалайди, яъни у бозорни имтиёзли ракобатчидагига нисбатан юкорирок сотиш нархларини қабул қилишга мажбур қила олади ва мавжуд товарлардан норози булган харидорларнинг истакларини аниқлаш ва кондиришдаги афзалликларга таянади. Ички ракобатли афзаллик фирманинг ишлаб чиқариш харажатлари, ракобатчидан кура камрок таннархга эришишга имкон берувчи ва ишлаб чиқарувчи учун қиймат ҳосил қилувчи товарга асосланган ҳамда сотиш нархларининг бозор ёки ракобат томоиндан пасайтирилишига купрок даражада бардошли қилувчи юкорирок унумдорлик оқибатидир”

Товарни жалб этувчанлиги ва ракобатбардошлигини ифодаловчи омиллар классификацияси схемасини занжир қуринишида курсатиш мумкин:  
нарх – сифат – сервис – маркетинг муҳит. Ракобатбардошлик сифат ва қиймат омиллари билан боғлиқдир. Улар сифат, иктисодиёт ва маркетинг курсаткичлари ёрдами билан тулик тавсифланиши мумкин.

### **11.3. Товарни дифференциаллашда ракобат устунлигига эришиш манбалари**

Фирмалар махсулотнинг ҳолатини аниқлашда унинг яшаш даврини тадқиқ этишга таянадилар. Махсулотнинг яшаш даври товарнинг бозорга кириб келишидан бошлаб, то унинг бозордан чиқиб кетишига қадар булган даврда амалга ошириладиган тадбирлардан иборат концепциядир. Биринчи марта товарнинг яшаш даври концепциясини 1965 йили Теодор Левитт томонидан эълон қилинган. Товарнинг яшаш даври турт типга ажратилади: махсулотнинг катта синфининг яшаш даври, махсулот турининг яшаш даври, қуллаш усулларининг яшаш даври, махсулот маркасининг яшаш даври. Масалан, биринчисига соат мисол қилиб келтирсак, махсулот турига эса қул ва осма соатларни келтириш мумкин, қуллаш усулларига кура эса қунгирокли соатлардан фойдаланишни мисол қилиб келтириш мумкин. Маркетинг мақсадларида яшаш даврининг жами туртта типи урганилади, фирма доирасида иккинча ва учинчи типларига купрок эътибор берилади. Товарнинг яшаш даври босқичларини аниқлашнинг асосий мезони махсулот сотиш хажми ва фойда нормаси динамикаси дир.

Махсулот ишлаб чиқариш (ИТТКИ) босқичи товарни барча ҳаётий даврида муҳим босқич булиб ҳисобланади. Махсулот ишлаб чиқариш қанча самарали амалга оширилса, яъни лойиҳалаштирилаётган товар буйича бозор талаби ва харидор эҳтиёжини фирма вақт буйича тезроқ ҳисобга олса, ушбу босқичда харажатлар шунча кам булади. Фирма янги товар билан бозорга тезроқ чиқади ва зарур фойдани олади. Кириб келиш босқичида сотиш хажмининг гоаят кескин усиши билан ажралиб туради. Бозор махсулотни ҳали қабул қилмаган нархлар нисбатан юкори булади. Савдо юкори даромадли гуруҳларга мулжалланади. Ракобатчилар умуман оз. Шундай қилиб бу давр капитал сарфлар даври ҳисобланади, сарфлар кейинчалик фойда келтириши мумкин, еки махсулот ишлаб

чиқаришдан воз кечиладиган булса, улар тулик харажатлар хисобига утказилади, яъни хисобдан учиради. Усиш даврида товар сотиш хажми усиб боради- истеъмолчилар махсулотни кабул қилган ва унга булган талаб таъминланган булади. Хар қандай махсулот бу босқичга етиб келмайди: қуплари бозорга кириб келиш давридаек касодга учрайди. Бозор сифати юкори рақобатчи махсулот билан тулиб кетади.

Нархлар тобора арзонлашиб боради. Етуклик босқичи товар оборотини максималлаштириш, бозорни кенгайтириш давом этиши ва абсолют усиши билан тавсифланади. Ишлаб чиқариш ва товар тақсимлаш тизимида тайёр махсулот захиралари ошиб боради. Бозорда интенсив рақобат ҳукм суради. Янги модификацияли товарларни киритиш уларни ассортимент гуруҳини кенгайтириш ҳамда харидорларга янги хизмат курсатиш услубларини киритиш интенсив инновация чора-тадбирлари воситалари орқали амалга оширилади.

Махсулотни етуклик босқичида маркетингни асосий стратегиялари бозорни модификациялаш, товарни модификациялаш ва маркетинг-миксни модификациялаш булиб хисобланади. Тўйиниш даврида бозор ва нархлар барқарорлашади. Сифатсиз ва рақобатга бардош бермайдиган махсулотлар бозордан сиқиб чиқарилади. Товар сотиш суръатлари тобора пасаяди. Тўйиниш даврида фирманинг умумий мақсади, махсулотни барча турлари буйича тулик сотишни тобора ошириб боришни таъминлашга қаратилади. Инкироз даврида махсулотнинг утиши қийинлашади, фойда қамаяди, рақиблар майдондан кетади. Бу босқич давомида фирманинг мақсади “махсулот тайерлашни давом эттиришдан иборат” булади, махсулотни бозорга етказиб беришни тухтатиш ҳақида қатъий қарорга қелгунга қадар ундан олиш мумкин булган жами фойдани сиқиб олиш учун шундай қилинади. Товарни яшаш даври концепцияси махсулот ассортиментини режалаштиришда қатта аҳамиятга эгадир.

### **Таянч сўз ва иборалар**

Товарларнинг мақсадли хусусиятлари. Рақиблар ҳаракатларининг диверсификациялашуви. Маркетинг-миксни модификациялаш. Интенсив - инновация чора-тадбирлар. Бозорнинг тўйиниши. товар оборотини максималлаштириш. Товарни жалб этувчанлиги. Нарх – сифат – сервис – маркетинг муҳити. Замонавий дизайн, сервис хизмати. Реклама муҳити.

## **МАВЗУ-12. РАҚОБАТНИНГ БОЗОР ТАХМОНЛАРИ СТРАТЕГИЯСИ**

### **Режа:**

- 12.1. Рақобатнинг бозор таҳмонлари стратегияси, фаолиятни истеъмолчиларнинг алоҳида гуруҳига ихтисослашуви
- 12.2. Мақсадли бозор талабларини қондириш имкониятлари
- 12.3. Истеъмолчилар талабининг хилма-хиллиги

#### **12.1. Рақобатнинг бозор таҳмонлари стратегияси, фаолиятни истеъмолчиларнинг алоҳида гуруҳига ихтисослашуви**

Фирмалар махсулотнинг ҳолатини аниқлашда унинг яшаш даврини тадқиқ этишга таянадилар. Махсулотнинг яшаш даври товарнинг бозорга кириб келишидан бошлаб, то унинг бозордан чиқиб кетишига қадар булган даврда амалга ошириладиган тадбирлардан иборат концепциядир. Биринчи марта товарнинг яшаш даври концепциясини 1965 йили Теодор Левитт томонидан эълон қилинган. Товарнинг яшаш даври турт типга ажратилади:

махсулотнинг катта синфининг яшаш даври, махсулот турининг яшаш даври, куллаш усулларининг яшаш даври, махсулот маркасининг яшаш даври. Масалан, биринчисига соат мисол килиб келтирсак, махсулот турига эса кул ва осма соатларни келтириш мумкин, куллаш усулларига кура эса кунгирокли соатлардан фойдаланишни мисол килиб келтириш мумкин. Маркетинг мақсадларида яшаш даврининг жами туртта типи урганилади, фирма доирасида иккинча ва учинчи типларига купрок эътибор берилади. Товарнинг яшаш даври боскичларини аниқлашнинг асосий мезони махсулот сотиш хажми ва фойда нормаси динамикаси дир.

Махсулот ишлаб чиқариш (ИТТКИ) боскичи товарни барча ҳаётининг даврида муҳим боскич бўлиб ҳисобланади. Махсулот ишлаб чиқариш қанча самарали амалга оширилса, яъни лойиҳалаштирилаётган товар буйича бозор талаби ва харидор эҳтиёжини фирма вақт буйича тезроқ ҳисобга олса, ушбу боскичда харажатлар шунча кам бўлади. Фирма янги товар билан бозорга тезроқ чиқади ва зарур фойдани олади. Кириб келиш боскичида сотиш хажмининг ҳолати кескин ўсиши билан ажралиб туради. Бозор махсулотни ҳали қабул қилмаган нархлар нисбатан юқори бўлади. Савдо юқори даромадли гуруҳларга мулжалланади. Ракобатчилар умуман оз. Шундай килиб бу давр капитал сарфлар даври ҳисобланади, сарфлар кейинчалик фойда келтириши мумкин, еки махсулот ишлаб чиқаришдан воз кечилмаган бўлса, улар тулик харажатлар ҳисобига ўтказилади, яъни ҳисобдан ўчирилади. Ўсиш даврида товар сотиш хажми ўсиб боради - истеъмолчилар махсулотни қабул қилган ва унга бўлган талаб таъминланган бўлади. Хар қандай махсулот бу боскичга етиб келмайди: қўплари бозорга кириб келиш давридаек қасодга ўчрайди. Бозор сифати юқори ракобатчи махсулот билан тулиб кетади.

## **12.2. Мақсадли бозор талабларини қондириш имкониятлари**

Нархлар тобора арзонлашиб боради. Ўтуқлик боскичи товар оборотини максималлаштириш, бозорни кенгайтиришни давом этиши ва абсолют ўсиши билан тавсифланади. Ишлаб чиқариш ва товар тақсимлаш тизимида тайёр махсулот захиралари ошиб боради. Бозорда интенсив ракобат ҳукм суради. Янги модификацияли товарларни киритиш уларни ассортимент гуруҳини кенгайтириш ҳамда харидорларга янги хизмат қўрсатиш услубларини киритиш интенсив инновация чора-тадбирлари воситалари орқали амалга оширилади.

Махсулотни ўтуқлик боскичида маркетингни асосий стратегиялари бозорни модификациялаш, товарни модификациялаш ва маркетинг-миксини модификациялаш бўлиб ҳисобланади. Тўйиниш даврида бозор ва нархлар барқарорлашади.

Сифатсиз ва ракобатга бардош бермайдиган махсулотлар бозордан сиқиб чиқарилади. Товар сотиш суръатлари тобора пасаяди. Тўйиниш даврида фирманинг умумий мақсади, махсулотни барча турлари буйича тулик сотишни тобора ошириб боришни таъминлашга қаратилади.

Инкироз даврида махсулотнинг ўтиши қийинлашади, фойда қамаяди, рақиблар майдондан кетади. Бу боскич давомида фирманинг мақсади “махсулот тайёрлашни давом эттиришдан иборат” бўлади, махсулотни бозорга етказиб беришни тўхтатиш ҳақида қатъий қарорга қўл қўйишга қадар ундан олиш мумкин бўлган жами фойдани сиқиб олиш учун шундай қилинади. Товарни яшаш даври концепцияси махсулот ассортиментини режалаштиришда катта аҳамиятга эгадир.

Ракобатнинг асосий қуроли бўлиб, талабни шакллантириш ва сотишни рағбатлантириш воситалари хизмат қилади. Асосий ахборотни харидорлар товар ишлаб чиқарувчилардан олишади. Харидорларни асосан товарнинг истеъмол қиймати қизиқтиради. Ракобат асосан қуйидаги қўринишларда бўлиши мумкин: товарларнинг хизматлари буйича, бир хил эҳтиёжни қондиришга қаратилган ракобат, бир хил товарни хар хил фирмалар ишлаб чиқариш орқали бўладиган ракобат; еки бир хил фирма



томонидан хар хил модификацияда товар ишлаб чикариш. Нархлар оркали ракобатлашиш энг кенг таркалган.

Хозирги даврда ракобат узига хос киёфа касб этмокда. Нархлар сохасида ракобат ишлаб чикаришни харажатлар энг кам буладиган мамлакатларда йулга куйишни талаб килади. Нарх билан ракобат утмишда эркин бозор ракобати булган, бозорда бир хил товарлар хар хил нархлар билан сотилган даврларда пайдо булганди.

Ишлаб чикарувчи нархни пасайтириш билан уз товарини ажратиб курсатишга, унга эътиборни каратишга ва пировард натижада узи истаган бозор хиссасини эгаллашга эришган. Хозирги замон бозор шароитларида нарх билан очик ракобат амал килмайди, чунки ишлаб чикарувчилардан бири нархни пасайтириши билан унинг ракиби хам шу ишни килади, бу эса фирманинг бозордаги мавкеини узгартирмайди, балки, умуман тармокдаги фойданинг пасайишига, асосий фондларни янгилаш ва кенгайтириш учун инвестицияларнинг камайишига олиб келади. Натижада кутилган зафар ва ракибларни суриб чикариш урнига кутилмаган хонавайронлик ва синиш юз беради. Шу сабабли саноат монополиялари нархларни иложи борича узокрок ушлаб туришга, таннархни хамда маркетинг харажатларини тобора пасайтириб, фойдани купайтиришга интилади. Фан-техника тараккиёти ютуклари туфайли ракобатнинг нарх билан боглик булмаган усулларидан фойдаланишнинг кулай шароитлари юзага келди.

### 12.3. Истеъмолчилар талабининг хилма-хиллиги

Товар-мураккаб куп киррали тушунча, бирок бунда энг асосий нарса истеъмол хусусиятлари, яъни товарнинг уз вазифасини бажариш-унга эга булган истеъмолчининг эхтижеларини кондириш хусусиятидир. Товарнинг истеъмол киймати унинг истеъмол хусусияти мажмуасидир. Товарнинг куйидаги хусусиятларига караб алохида эътибор берилади:

-ранги, упаковкеси (ураш, боглаш), ташки куринишининг фасохати (дизайни), эргономик хусусиятлари (фойдаланиш, таъмирлаш ва бошкаларнинг кулайлиги ва бошкалар).

Товарни ишлаб чикаришдан олдин унинг истеъмол хусусияти тахлил килинади. Товар-мураккаб куп киррали тушунча, бирок бунда энг асосий нарса истеъмол хусусиятлари, яъни товарнинг уз вазифасини бажариш-унга эга булган истеъмолчининг эхтижеларини кондириш хусусиятидир. Товарлар куйидаги мезонлари буйича алохида гурухларга булинади:

Максадли характериға кура эса товарлар истеъмол товарлари ва ишлаб чикаришга оид товарларга булинади. Истеъмол товарлари – бу шахсий истеъмол учун мулжалланган товарлардир. Улар кундалик талаб товарлари, дастлабки танлов асосида олинадиган товарлар, алохида талабдаги товарлар, пассив талабдаги товарларга булинади. Кундалик талаб товарларига кундалик турмуш учун зарурий озик-овкатлар, кир ювиш, тозалаш воситалари, уй хужалиги учун зарурий майда товарларни киритиш мумкин. Кундалик истеъмол товарларини истеъмол килиш интенсивлигига кура уларни уз навбатида 3 та куйи гурухга ажратиш мумкин:

1. Доимий эхтиёждаги асосий товарлар (нон, хужалик совуни)
2. Импульсив тарзда сотиб олинадиган товарлар (сакич, газета)
3. Фавкулудда холатлар учун харид килинадиган товарлар (зонт).

Дастлабки танлов асосидаги товарлар сафига: мебель, кийим-кечак, уй-рузгор учун электр жихозлари киради ва у харидорларни киёслашни, нарх, мода, дизайн жихатидан танловда бир мунча мулохаза юритишни талаб килади.

Хозирги даврда ракобат узига хос киёфа касб этмокда. Нархлар сохасида ракобат ишлаб чикаришни харажатлар энг кам буладиган мамлакатларда йулга куйишни талаб

килади. Нарх билан рақобат утмишда эркин бозор рақобати булган, бозорда бир хил товарлар хар хил нархлар билан сотилган даврларда пайдо булганди.

Ишлаб чиқарувчи нархни пасайтириш билан уз товарини ажратиб курсатишга, унга эътиборни каратишга ва пировард натижада узи истаган бозор хиссасини эгаллашга эришган. Хозирги замон бозор шароитларида нарх билан очик рақобат амал килмайди, чунки ишлаб чиқарувчилардан бири нархни пасайтириши билан унинг ракиби хам шу ишни килади, бу эса фирманинг бозордаги мавкеини узгартирмайди, балки, умуман тармокдаги фойданинг пасайишига, асосий фондларни янгилаш ва кенгайтириш учун инвестицияларнинг камайишига олиб келади.

### **Таянч сўз ва иборалар**

Товарнинг яшаш даври. Бозор тахмонлари. Бозорни абсолют ўсиши. Мақсадли бозор талаблари. Доимий эҳтиёждаги товарлар. Импульсив товарлар. Товарнинг истеъмол киймати. Нархни пасайтириш. Фирманинг бозордаги мавкеи. Саноат монополиялари. Товарларнинг мақсадли характери. Фан-техника тараккиёти ютуклари. Бозордан сиқиб чиқариш. капитал сарфлар. Товар сотиш ҳажми.

## **МАВЗУ-13. ЎЗБЕКИСТОНДА РАҚОБАТЧИЛИК МУҲИТИНИНГ ВУЖУДГА КЕЛИШИ ВА МОНОПОЛИЯГА ҚАРШИ ҚОНУНЧИЛИК**

### **Режа:**

- 13.1.** Рақобатчилик муҳитининг вужудга келиши ва уни сақлашда давлатнинг роли
- 13.2.** Республикамизда соғлом рақобат муҳитини яратишга оид Ўзбекистон Республикасининг махсус қонунлари.
- 13.3.** Ўзбекистон Республикаси Монополиядан чиқариш ва рақобатни ривожлантириш давлат қўмитасининг иқтисодиётни барқарор ривожланишидаги роли.

### **13.1. Рақобатчилик муҳитининг вужудга келиши ва уни сақлашда давлатнинг роли**

Ўзбекистон товар бозорларида рақобатни ривожлантиришга йўналтирилган биринчи меъерий ҳужжат бўлиб 1992 йил 2 июлда қабул қилинган Ўзбекистон Республикасининг «Монополистик фаолиятни чеклаш тўғрисида»ги қонуни ҳисобланади.

Иқтисодиёт ва монополияга қарши амалиёт соҳасидаги аҳамиятли ўзгаришлар тегишли қонунчилик базасини такомиллаштириш заруриятини тақозо этди. Шунга кўра, 1996 йилнинг 27 декабрида янги - «Товар бозорларида монополистик фаолиятни чеклаш ва рақобат тўғрисида»ги қонуни кучга киритилди. Қонунда кўзда тутилган тақиқлар ҳам ривожланган бозор иқтисодиёти мамлакатлари учун, Ўзбекистон ва бошқа ўтиш даври иқтисодиёти мамлакатлари учун хос бўлган монополистлар ҳатти-ҳаракатига қарши ўрнатилган.

Қуйидаги ҳатти-ҳаракатлар монополияга қарши қонунчиликка зид ҳисобланади:

- хўжалик юритувчи субъект томонидан бозордаги устунлик ҳолатининг суистеъмол қилиниши;
- хўжалик субъектларининг рақобатни чеклашга қаратилган битимлари (ўзаро келишилган ҳатти-ҳаракатлари);
- бошқарув барча даражаларидаги ҳокимият органларининг рақобатни чеклашга йўналтирилган ҳатти-ҳаракатлари;

- ноҳалол рақобат.

Монополистик фаолият устидан назорат ўрнатиш учун монополист-корхоналар Давлат реестри жорий этилди. 1999 йилнинг 1 октябр ҳолатигареестрда 716 хўжалик юритувчи субъект 1924 турдаги маҳсулот, иш, хизмат бўйича рўйхатга олинди. Мазкур корхоналар фақат алоҳида хўжалик юритувчи субъект бозоридаги товарларнинг улуши миқдорий кўрсаткичи бўйича монополист корхоналар таркибига киритилган. Бу ўринда бозорнинг сифат жиҳатидан таркиби, хусусан, рақобат муҳитини ярата олишга лаёқатли бўлган ўрнини босувчи маҳсулотларнинг мавжудлиги ҳисобга олинмайди. Бундай ёндошувни тўғри деб ҳисоблаш мумкин эмас. Шунга кўра, қонунда товар бозорида устун мавқега эга бўлган хўжалик юритувчи субъектларнинг мезонларини янада аниқроқ белгилаб, уларни монополистлар тоифасига киритишда ҳам миқдорий, ҳам сифат кўрсаткичларидан фойдаланиш зарур.

Амалдаги қонунчиликка мувофиқ ҳолда товар бозоридаги монополистларни назорат қилишнинг нисбатан аҳамиятли шаклларида бири бўлиб нархларнинг давлат томонидан тартибга солиниши ҳисобланади. Жаҳон амалиётида нархларнинг давлат томонидан тартибга солиниши табиий монополиялар учун ҳосдир. Табиий монополияларнинг мавжудлиги шароитида давлат ишлаб чиқариш харажатларини тартибга солиш ёки нархнинг энг юқори даражасини белгилаш орқали бозор механизми ҳаракати воситасида таъминланувчи самарага сунъий йўл билан эришишга ҳаракат қилади.

Ўзбекистонда УзР ВМнинг 1997 йил 31 мартдаги «Ўзбекистон Республикасининг «Товар бозорларида монополистик фаолиятни чеклаш варақобат тўғрисида»ги Қонунини амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарорига мувофиқ молиявий идораларга эркин нархларнинг юқори чегараси ёки рентабеллик даражаси борасида декларация топшириш орқали барча монополист-корхоналарнинг маҳсулот (товар, хизмат)ларида бўлган нархларни давлат томонидан тартибга солиш қўлланилмоқда.

Амалиётнинг кўрсатишича, чегаравий нархлар ва рентабеллик меъёрларини қўллаган ҳолда нархни ташкил этишни давлат томонидан тартибга солиниши кўпинча ижобий натижа бермайди, чунки у нархларни шакллантиришнинг бозор муносабатларини ҳисобга олмаган ҳолдаги харажат механизмига асосланади. Нархларни декларациялашнинг бюрократик таомилининг қўлланиши корхоналарнинг бозордаги нарх бўйича маневр қилиш имкониятини пасайтиради. Бунинг устига, монополист-корхоналар учун нархни ўрнатишда рақобатчиларнинг маҳсулотига таркиб топган нархлар ҳисобга олинмайди.

Кўплаб мутахассисларнинг фикрича, монопол юқори нархлар доимо қам давлатнинг аралашувини тақозо этмайди. Бундай нархлар ҳамда фойда олиш имконияти бозорда фаолият кўрсатаётган субъектларнинг ишлаб чиқариш ҳажмини оширишга, бошқаларининг эса бозорга кириб келишига рағбат яратади. Давлат фақат бозорга кириш учун тўсиқлар пайдо бўлган ҳолдагина аралашуви лозим.

### **13.2. Республикамизда соғлом рақобат муҳитини яратишга оид Ўзбекистон Республикасининг махсус қонунлари.**

Халқаро амалиёт ҳамда кенг миқёсда нархларни давлат томонидан тартибга солишнинг самарасизлигини ҳисобга олган ҳолда нархни ташкил этиш соҳасидаги монополияга қарши сиёсатнинг асосий йўналиши бўлиб корхоналарнинг маҳсулот ва хизматлари нархларини бевосита давлат томонидан тартибга солиш соҳасининг қисқартирилиши ҳисобланади. Нархларнинг умумий назоратидан уларнинг мониторингига ўтиш лозим. Тавсия этилаётган ёндошув молиявий идораларга нархларнинг чегаравий даражаси тўғрисида декларация топширишнинг бекор қилинишини кўзда тутати. Фақат нархларнинг кескин ошириб юборилиши ҳолати аниқланганда таркиб топган нархларнинг иқтисодий асосланганлиги таҳлил қилиниши

зарур. Фақат монопөл юқори нархлар белгиланган ҳолатларда монополист-корхоналар учун нархнинг мумкин бўлган чегарасини ўрнатиш лозим. Бизнинг фикримизча, таклиф этилаётган механизм ҳозирги босқичда энг самарали ҳисобланади.

Таъкидлаш лозимки, Ўзбекистон Республикасининг «Товар бозорларида монополистик фаолиятни чеклаш ва рақобат тўғрисида»ги Қонуни халқаро аналоглар асосида тузилган, бироқ, бу қонун амалга оширилаётган муҳит ривожланган мамлакатлар шароитидан тубдан фарқ қилиб, унинг бажарилишига таъсир кўрсатади. Қонунчиликнинг самарали оажарилишига ҳалақит берувчи нисбатан муҳим омил бўлиб идорачилик ҳисобланади.

Амалдаги қонунчиликка кўра, ҳуқуқий шахсларнинг бирлашмалари (уюшмалар, ассоциациялар, концернлар ва ҳ.к.) учун ассоциациялашган субъектларнинг хўжалик фаолиятига аралашув тақиқланади. Бироқ, амалда ташкил этилган бирлашмалар, одатда илгари амал қилган тармоқ вазирликларининг давомчилари бўлиб, ҳозирги вақтда уларга хом ашё ресурсларини, марказлаштирилган капитал қўйилмаларни тақсимлаш, маҳсулотларни сотиш ва бошқа вазифаларнинг юклатилиши кўпинча рақобат муҳитининг ривожланишини секинлаштириб қолмай, балки уларнинг яратилишига тўсқинлик ҳам қилмоқда. Уларнинг амал қилиши кичик бизнеснинг хом ашё ресурсларига, валюта маблағларига бўлган имкониятини чеклаш орқали тўсиқлар қўйиши жиддий салбий ҳолат ҳисобланади.

Таркиб топган шароитда амал қилаётган бирлашмаларни таркибий қайта тузиш монополияларни чеклаш ва рақобатни ривожлантиришнинг зарур шароитларидан бири ҳисобланади. Бундай бирлашмаларнинг вазифаси бўлиб маркетинг хизматлари билан таъминлаш, илмий-тадқиқот ишланмаларини амалга ошириш, уларнинг амалиётга татбиқ этилишига кўмаклашиш ҳисобланади.

Ўзбекистонда амал қилаётган монополияга қарши қонунчиликнинг яна оир муаммоси — давлат монополияга қарши органига қонунчиликни бузганлик учун иқтисодий санкция қўллаш ҳуқуқининг берилишидир. Чунки халқаро амалиётда бу каби масалалар суд ажримлари орқали ҳал этилади. Республикада монополияга қарши қонунчиликка амал қилиш масалаларини кўриб чиқишда суд амалиётининг ривожлантирилиши хўжалик субъектларининг масъулиятларини оширади.

Ўзбекистонда яратилган рақобат сиёсатини олиб бориш тизими ўз ичига қонунлар ва қонуности ҳужжатларни, уни амалга ошириш ҳамда истеъмолчилар ҳуқуқини ҳимоя қилиш учун масъул бўлган махсус муассасаларни, шунингдек, мазкур сиёсатни амалга ошириш механизмларини ўз ичига олади. Бироқ, мазкур соҳадаги маълум муваффақиятларга қарамай, рақобат сиёсатини амалга ошириш мақсад ва усуллари уни янада такомиллаштиришни тақозо этади.

Бу, энг аввало, глобаллашув миқёслари ва таъсир кучларининг ўсиши билан шартланган бўлиб, бунинг натижасида миллий ишлаб чиқарувчилар рақобатбардошлигини ошириш учун шароит яратиш тақозо этилади.

Айниқса, Ўзбекистонда 2003 йилда жорий операциялар ҳисоби бўйича эркин конвертация киритилган бўлиб, бу ички бозордаги миллий ва хорижий ишлаб чиқарувчилар ўртасидаги рақобатни кучайтиради.

Бундан ташқари, шуни тан олиш керакки, республикада рақобатни ривожлантириш борасида ўтказилаётган сиёсат етарли даражада таъсирчан эмас.

Бозор иқтисодиёти тарихи - бу кўп жиҳатдан монополизмнинг салбий оқибатларига қарши кураш тарихини намоён этади. Назариёт ва амалиёт шуни кўрсатадики, монополизм қуйидаги оқибатларни келтириб чиқаради:

- истеъмолчилар монополист фирмаларнинг маҳсулотлари учун рақобатли бозордаги шунга ўхшаш маҳсулотлар нархига нисбатан тўлаши юзим бўлган *ўта юқори нархлар*;

- юқори нархларни ушлаб туриш учун турли тармоқлар ўртасида ресурсларнинг самарасиз тақсимланишига, улардан монополиялаштирилган тармоқларда етарли даражада фойдаланмасликка олиб келувчи товар ва хизматларнинг алоҳида турларини *ишлаб чиқаришни сунъий равишда чеклаш*,  
- *ишлаб чиқаришнинг техник жиҳатдан ривожланмай қолиши*, маҳсулотнинг паст сифати.

#### **13.4. Ўзбекистон Республикаси Монополиядан чиқариш ва рақобатни ривожлантириш давлат қўмитасининг иқтисодий ва барқарор ривожланишидаги роли.**

Монополизм режали иқтисодийдан бозор иқтисодиётига ўтишни амалга ошираётган мамлакатларда янада кўпроқ муаммоларни келтириб чиқаради. Бу Ўзбекистонга ҳам тааллуқли бўлиб, мамлакатимизда тарихий рабабларга кўра давлат тузилмаларига ўхшаш (уюшмалар, концернлар, широкорациялар, компаниялар) шаклдаги монополиялар сақланиб қолган.

Улар кўпинча тармоқ вазирликлари мавқе ва вазифаларига эга бўладилар.

Маҳсулот ва хом ашёларнинг алоҳида турларини лимит ва фонд кўринишида тақсимлашнинг эскича тизими, шунингдек, бизнесни амалга ошириш учун рухсат, лицензия, сертификатлар бериш, келишиш каби мавжуд маъмурий тўсиқлар монополистик тенденцияларга кўпроқ имкон яратади.

Шунга кўра, Ўзбекистонда самарали рақобат муҳитини яратиш учун ; куйидагилар бўйича чора-тадбирларнинг амалга оширилиши тақозо этилади:

а) иқтисодийда давлат монополизмининг ҳар қандай намоён бўлишини максимал даражада бартараф этиш. Бунинг учун тадбиркорликни ривожлантириш ва иқтисодий давлат томонидан бошқариш тизимини такомиллаштириш учун нисбатан қулай шарт-шароитларни яратишга қаратилган чуқур институционал ислохотлар зарур;

б) бозор шароитида вужудга келаётган монополияларнинг бозордаги ўз устунлик мавқеларини суистеъмол қилиш имкониятларининг олдини олиш. Давлат муассасалари рақобатнинг ривожланишини таъминлашлари лозим. Бусиз самарали инновациялар, паст харажатлар ва нархлар, маҳсулотнинг юқори сифатига эришиш, бошқача айтганда, бутун иқтисодийнинг рақобатбардошлигини ошириш мумкин эмас.

Рақобатни ривожлантириш бўйича чора-тадбирларни амалга ошириш натижалари бўлиб иқтисодий агентлар фаолиятини тартибга солишда бозор механизмлари ролининг кучайиши, бозорга киришдаги маъмурий тўсиқларнинг бартараф этилиши, иқтисодийнинг барча субъектлари учун рақобат шароитларининг шаклланиши ҳисобланиши лозим. Рақобатнинг ривожланишидаги муҳим стратегик мақсад - истеъмолчи томонидан иқтисодий жиҳатдан мақбул нархларга барқарор равишда сифатли ижтимоий хизматларни олиш имкониятини яратишдан иборат.

Рақобат муҳитини ривожлантиришнинг кўплаб механизмлари мавжуд. Булар - хусусийлаштириш, тартибга солишдан қайтиш, монополиядан чиқариш, кичик ва ўрта тадбиркорликни ривожлантириш ва бошқалар. Улардан фойдаланиш мамлакатнинг тегишли бозорларидаги ҳолатга, иқтисодийнинг яхлит ривожланиш даражасига, ички ва ташқи омиларнинг таъсирига боғлиқ. Ўзбекистонда қўлланилувчи усулларни кўриб чиқамиз.

*Давлат корхоналарини хусусийлаштириш ва монополиядан чиқариш.* Бу механизмлар бозорда амал қилувчи рақобатчилар сонини ошириш имконини беради. Амалиёт шуни кўрсатадики, хусусийлаштиришнинг рақобат муҳити шаклланишига таъсири йирик корхоналарнинг рақобатбардош бўлинмаларини мустақил тузилмаларга ажратиш орқали уларни йириклаштиришдан қайтаришни кўзда тутувчи демонополизация жараёни билан уйғунлашган ҳолдагина самарали бўлади.

Мазкур жараёнларни жадаллаштириш мақсадида 2003 йилнинг апрел ойида республика ҳукумати томонидан Корхоналарни давлат тасарруфидан чиқариш ва хусусийлаштиришнинг 2003-2004 йилларга мўлжалланган дастури қабул қилиниб, унга кўра икки йил мобайнида давлат мулкидаги корхоналарнинг 77% хусусийлаштирилиши лозим. Мазкур дастурни амалга ошириш натижасида корхоналарнинг устав капиталида давлатнинг иштироки кескин қисқаради, уларнинг инвестицион фаоллиги ошади, рақобат шароитлари яхшиланади.

Бу тадбирлар шу билан айниқса аҳамиятлики, хусусийлаштириш ҳанузгача кўплаб тармоқларда рақобат муҳитини яратишда аҳамиятли ўзгаришларга олиб келгани йўқ. Таркибий ўзгаришлар давомида олдинги тармоқ вазирликлари ўрнига тармоқ хўжалик бирлашмалари ташкил этилди. Бу хўжалик бирлашмаларига ҳукумат шундай кенг ваколатлар бердики, натижада улар давлат томонидан тартибга солиш функциясига эга бўлган «конуний» монополияларга айландилар. Бу саноатнинг деярли барча тармоқларига, туризм, табиий монополия соҳалари тегишли бўлиб, бу соҳаларда сақланиб қолган тармоқни тартибга солишнинг маъмурий усуллари самарали рақобат муҳитини яратиш учун жиддий тўсиққа айланди. Самарали рақобатнинг вужудга келиши ҳамда бозорларга янги иштирокчиларнинг кириб келишидаги тўсиқларни бартараф этиш. Буялиш тўсиқлар орқали хўжалик субъектларига товар бозорига кириш ҳамда у ерда оошқа корхоналар билан баравар равишда рақобатлашувга ҳалақит берувчи ҳуқуқий, ташкилий, технологик, иқтисодий, молиявий тавсифдаги барча миллар тушунилади.

Асосий эътиборни барча даражадаги давлат ҳокимияти органлари фаолияти натижасида пайдо бўлувчи тўсиқлар (солиқ имтиёзи, субсидия ва жаңия, мутлоқ ҳуқуқларнинг тақдим этилиши кўринишида алоҳида .фкалик юритувчи субъектларга давлат ёрдами; корхоналар хўжалик фаолиятини тартибга солишнинг маъмурий усуллари қўллаш; стандартлаштириш ва сертификатлаш бўйича мураккаб нормативлар ва оошқалар)ни бартараф этишга қаратмоқ лозим. Масалан, бугунги кунда у ёки оу маҳсулотни ишлаб чиқаришга сертификат олиш таомили бир неча ойларни қамраб олиб, тегишли ҳужжатларни олиш юз мингдан бир неча миллион сўмга қадар (ишлаб чиқарилаётган маҳсулотнинг ассортименти ва гурлари сонидан келиб чиққан ҳолда) тушиши мумкин.

### **Таянч сўз ва иборалар**

Иқтисодиёт ва монополия. Монополияга қарши қонунчилик. Чегаравий нархлар. Рентабеллик меъёрлари. Бозордаги устунлик ҳолатини суистеъмол қилиниши. Рақобатни чеклашга қаратилган битимлар. Монопол юқори нархлар. Монополизмнинг салбий оқибатлари. Давлат корхоналарини хусусийлаштириш ва монополиядан чиқариш. Самарали рақобатнинг вужудга келиши.

## **МАВЗУ-14. МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТДА РАҚОБАТ МУҲИТИНИ ШАКЛЛАНТИРИШНИНГ ИНСТИТУЦИОНАЛ АСОСЛАРИ**

### **Режа:**

- 14.1. Иқтисодий институтлар миллий иқтисодиётда рақобат муҳитини шакллантириш сифатида.
- 14.2. Кичик бизнесни ривожлантириш рақобат муҳитини шакллантиришнинг асоси сифатида.
- 14.3. Ўзбекистонда рақобатбардош қимматли қоғозлар бозорини ривожлантириш муаммолари.

#### 14.1. Иқтисодий институтлар миллий иқтисодиётда рақобат муҳитини шакллантириш сифатида.

Бозор иқтисодиётининг қарор топиши унинг инфратузилмасини янада такомиллаштириш ва ривожлантириш заруратини келтириб чиқаради.

Институтлар деганда иқтисодий ва ижтимоий соҳаларда индивидлар ўзаро таъсирини тартибга соладиган расмий (ҳуқуқий мустаҳкамланган), норасмий ва ўз-ўзидан юзага келадиган чегаралар жами тушунилади. Ушбу ўзаро таъсирни рўёбга чиқариш учун рақобат муҳитини ривожлантиришнинг қатор иқтисодий институтлари мавжуд. Булар: хусусийлаштириш, қайта таркибий тузиш, монополиядан чиқариш, кичик ва ўрта тадбиркорликни ривожлантириш ва ҳоказолар. Улардан фойдаланиш мамлакатнинг тегишли бозорларидаги рақобат муҳитини, умуман иқтисодиёт қай даражада ривожланганини белгилайди.

Ўзбекистонда рақобат муносабатларини шакллантиришнинг қуйидаги иқтисодий институтлари қарор топган:

1. Давлат корхоналарини хусусийлаштириш ва монополиядан чиқариш. Мулкчилик муносабатлари ва таркибини ўзгартириш муаммоси - ўтиш иқтисодиёти хос бўлган ҳар бир мамлакат учун муҳим масаладир. Мулк-чиликнинг хўжалик тизими сифатидаги ролининг ўзиёқ мазкур соҳадаги ўзгаришларнинг ҳам, умуман ўтиш иқтисодиёти доирасидаги ислохотларнинг ҳам тизимли хусусиятини кўрсатади,

Бундай тизимли таъриф бўйича мулкий муносабатлар соҳасидаги тизимли трансформациянинг асосий босқичларини ҳам янада чуқурроқ тушуниш мумкин.

Биринчи босқич иқтисодий бўлмаган ихтиёрий ҳаракат, яъни техник хусусийлаштиришдан ўзга нарса эмас, унинг муваффақияти эса ижтимоий келишув (манфаатлар балансини ҳисобга олиш)га боғлиқ. Унинг иқтисодий эмаслиги иккита сабаб билан белгиланади. Биринчидан, расмий техник хусусийлаштириш бошланмасиданоқ бу жараёнда хусусийлаштириш ҳам қонуний ёки ярим қонуний шаклда, ҳам жиноий тарзда ўз-ўзидан тартибсиз кечади. Иккинчи босқичда мулкчилик муносабатларининг бирламчи техник хусусийлаштиришдан кейинги жадал қайта тақсимланиши ва давлатнинг микродаражадаги қайта тақсимланиш жараёнига тартибсиз аралашувининг тартибга солиниши юз беради. Хусусийлаштириш тажрибаси шуни кўрсатадики, корхоналарнинг йириклашишини ҳамда алоҳида ра-қобатбардош бўлинмаларнинг мустақил тузилма бўлиб ажралишини назарда тутувчи монополиядан чиқариш жараёнлари билан олиб борилгандагина у рақобат муҳитига самарали таъсир кўрсатиши мумкин.

Бошқа иқтисодий институт - бу монополлашган соҳалардаги бошқарув тизимларини ва корхоналарни таркибий қайта тузиш (реструктуризация)дир. Ўзбекистоннинг аксарият корхоналари таркибий қайта тузилиши керак, аммо, фикримизча, реструктуризация - тизимли ўзгаришлар мажмуаси бўлиб, уларни амал-га ошириш корхонанинг ташкилий тузилмасини тубдан ўзгартириш ва унинг бизнеси қийматини оширишни ҳисобга олган ҳолда мавжуд активлар ва жалб қилинган пассивларни бошқаришни ўзгартиришга йўналтирилган. Ушбу жараёнлар:

- корхонанинг ҳақиқий мулкдорлари томонидан ташаббус кўрсатилиши ва амалга оширилиши;

- аниқ мақсадга эга бўлиши;

- корхонанинг алоҳида бўлимларига эмас, бутунлигича тааллуқли бўлиши;

- ҳаммага тушунарли ва бажарилиши мумкин бўлиши керак.

Таркибий қайта тузиш қуйидаги тузилмаларда ишлаб чиқариш дастурини ўзгартиришни ва унга боғлиқ янгиликларни кўзда тутати:

- ишлаб чиқаришда (ишлаб чиқариш-техник базанинг таркибий қисмлари);
- функционал (ижтимоий меҳнат тақсимооти вазифаларини амалга оширишда);
- ахборот (фойдаланиладиган ахборот тизимларида);
- ташкилий (иқтисодий-ҳуқуқий шакллар ва корхонада қабул қилинган ҳуқуқ ва мажбуриятлар тақсимоотида);
- касбий (хизматчиларнинг касб ва малака таркибида);
- молиявий (активлар ва пассивлар).

Ўзбекистон шароитида бошқарув ва хўжалик фаолиятини ажратиш рақобат муҳитини ривожлантиришнинг муҳим иқтисодий институти сифатида намоён бўлади. Ўзбекистонда амалга оширилаётган маъмурий ислохотлар давлат ва минтақавий бошқарув органлари таркибини сезиларли оптималлаштиришга имкон берди ва аппарат сони ҳамда унга хизмат кўрса-тиш харажатларининг қисқаришига олиб келди. Кичик бизнесни ривожлантириш рақобат муҳитини яратишнинг муҳим институтларидан биридир. Кичик корхоналар истеъмол бозоридаги талаб ва таклифни яхшироқ ҳис қилади, беқарор иқтисодиёт шароитида ўз фаолияти стратегиясини тезроқ мослаштиради, рақобатни кўллаб туришни кафолатлайди, салмоқли меҳнат ресурсларини сафарбар қилади, иқтисодий ислохотлар даврида йирик корхоналар учун ўзига хос буфер ролини ўйнайди ва уларни инкироздан асрайди.

#### **14.2. Кичик бизнесни ривожлантириш рақобат муҳитини шакллантиришнинг асоси сифатида.**

Бозор ислохотларини чуқурлаштириш ва иқтисодиётни эркинлаштириш жамиятни демократиялаштириш ва янгилаш, аҳоли фаровонлигини ошириш мақсадига қаратилган бўлиб, рақобатбардош иқтисодиётни ҳар томонлама ривожлантиришни тақозо этади, унда эса кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик алоҳида ўрин эгаллайди. Мамлакатимиз Президенти И.А.Каримов таъкидлаганидек: "Ўзбекистонда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришга асосий эътиборни қаратар эканмиз, шу орқали учта муҳим масалани ечишни кўзда тутамиз. Биринчи масала - яқин беш-ўн йил ичида ушбу соҳада ялпи ички маҳсулотнинг 50-60 фоизини ишлаб чиқаришга эришиш. Иккинчи масала -бу соҳани ривожлантириш аҳолини иш билан таъминлаш ва унинг даромадлари ўсишининг энг муҳим манбаларидан бирига айланиши лозим. Доимий диққат марказимизда туриши керак бўлган учинчи масала -мамлакатимиздаги сиёсий, иқтисодий ва ижтимоий барқарорликнинг пойдевори бўлмиш кичик ва ўрта мулкдорлар синфини шакллантиришдан иборат".<sup>1</sup>

Тадбиркорлик субъектлари, ўзининг мослашувчанлиги ва нисбатан кам капитал харжлиги туфайли йирик корхоналарга қараганда ишлаб чиқаришни модернизациялаш ва маҳсулот турини янгилашни муваффақиятлироқ таъминламоқда, бозор талабига тезроқ мослашмоқда, аҳоли бандлиги масаласини хал қилмоқда. Ўзбекистоннинг демографик хусусияти шундан иборатки, мамлакатда аҳоли ўсиш суръатлари анча юқори бўлиб, аҳолининг 60 фоиздан ортиғи қишлоқда яшайди, шунинг учун бандликни таъминлаш масаласи анча долзарб аҳамият касб этади.

<sup>1</sup> Манба: Халқ сўзи, №28,10.02.2004 й.



Ўзбекистонда бизнес-муҳитни ривожлантиришга ҳалал бераётган асосий камчиликларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

1. Тадбиркорлар ва аҳолидан ундириладиган солиқ ставкаларининг юқорилиги. Кўп сонли солиқлар ва тўловлар корхона даромадининг 90% игача етмоқда, оқибатда кичик корхоналар қанчалик муҳим хўжалик аҳамиятига эга бўлмасин, инқирозга юз тутмоқда.

2. Тадбиркор манфаатларига етарлича эътибор берилмаслиги. Бозор иқтисодиётини барпо этиш мантиқан "пастдан-юқорига" - тадбиркор манфаатларидан уни рўёб қиладиган ва унга хизмат қиладиган марказлашган бозор инфратузилмаси (солиқ, кредит сиёсати, банклар, биржалар ва хоказо) томон ҳаракатни тақозо этади.

3. Тадбиркор учун тадбиркорлик фаолиятини бошлашга бошланғич капитални шакллантириш манбаларининг деярли йўқлиги. Кредитлаш масаласи тадбиркорларнинг кўпчилиги учун муаммолидир, чунки фоиз ставкалари жуда юқори ва тижорат банклари катта таваккалчилик борлиги ҳамда кафолатнинг йўқлиги сабабли бизнесга пул тикишни истамайди.

Маҳаллий кичик тадбиркорликнинг ўзига хос белгиси шундан иборатки, бугунги кунда айнан шахсий, якка тартибдаги бизнес субъектлари сонининг ўз-ўзидан ортиши юз бермоқда, бошқа кичик тадбиркорлик шакллари эса анча секин ривожланмоқда. Юридик шахс ташкил қилмасдан фаолият юритувчи кичик тадбиркорлик субъектлари юридик шахс ташкил қилган субъектларга нисбатан кўпроқ давлат имтиёзларига эга. Якка тартибдаги тадбиркорлик бошқа кичик тадбиркорлик субъектлари учун жиддий рақобатчига айланмоқда, бу эса уларнинг кейинги ривожига салбий таъсир кўрсатади ва турли хўжалик юритиш шаклларидаги кичик корхоналарнинг ўз-ўзидан йўқ бўлиб кетишига олиб келади. Демак, кейинчалик тадбиркорлик фаолиятини якка тартибда юритиш фойдали бўлиб қолади.

### **14.3. Ўзбекистонда рақобатбардош қимматли қоғозлар бозорини ривожлантириш муаммолари.**

Ҳар қандай мамлакат бозорининг рақобатбардош-лиги концептуал жиҳатдан умуман олганда иккита асосий ва мажбурий таркибий қисмдан - товарлар рақобатбардошлиги ва кўрсатиладиган хизматлар рақобат-бардошлигидан иборат.

Қимматли қоғозлар бозоридаги товар - бу қимматли қоғозлардир. Маълумки, ҳар қандай қимматли қоғознинг рақобатбардошлиги корхона - эмитентнинг рақобатбардошлиги билан, унинг товар, пул ва бошқа бозорларда, жумладан, чет эл бозорларида рақобат қила олиши қобилияти билан узвий боғлиқликда қаралиши керак. Бошқача айтганда, бу ерда гап муомалага чиқарилаётган қимматли қоғозларнинг сифати ҳақида кетяпти. Бу фонд бозори рақобатбардошлигининг, айтайлик, ички томонидир.

Қимматли қоғозлар бозорида кўрсатилаётган хизматлар рақобатбардошлигига келсак, бунда биз фонд бозорининг миллий профессионал иштирокчиларининг қимматли қоғозлар бозорида нархи, сифати ва муддатлари бўйича жаҳон андозаларига мос хизмат кўрсатишини, бозорнинг ҳам ички, ҳам ташқи иштирокчиларини қониқтиришини тушунамиз. Бу - фонд бозори рақобатбардошлигининг ташқи томонидир.

Республикаimiz қимматли қоғозлар бозоридаги товарнинг сифати ҳақида қуйидагиларни айтиш мумкин. Маълумки, бундай товарлар акциялар, облигациялар, депозитли сертификатлар ва ғазна мажбуриятларидир. Агар ўз вақтида (1996-1999 йиллар)

давлатнинг қисқа муддатли облигациялари ички инвесторлар учун фонд бозорининг жуда оммабоп ва катта фойда берувчи воситаси бўлган бўлса, ҳозирги вақтда улар ўзининг жозибadorлигини йўқотган, чунки ушбу қимматли қоғозларнинг даромадлиги анча пасайиб кетган. Бунга яна инфляциянинг таъсирини кўшадиган бўлсак, хўжалик субъектлари бундай қимматли қоғозларни сотиб олишдан фойда кўрмайди. Шунинг учун уларни қимматли қоғозлар бозоридаги рақобатбардош товар сифатида қабул қилиш тўғри бўлмайди.

Умуман олганда эса, мамлакатимиздаги давлат қимматли қоғозлар бозорини муваффақиятли ривожлантириш учун юқорида тилга олинган базанинг мавжудлигига қарамай, уни рақобатбардош деб атаб бўлмайди.

Ўзбекистон фонд бозорининг муайян рақобатбардошликка даъво қилувчи муҳим ва истиқболли бўғинлари, фикримизча, корхоналар акция ва облигациялари бозори (корпоратив қимматли қоғозлар бозори деб ҳам аталади) ва депозитли сертификатларнинг бирламчи бозоридир.

Маҳаллий қимматли қоғозлар бозорининг рақобатбардошлигини ошириш муаммоси нуқтаи назаридан уларнинг ликвидлигини, биринчи гада, акциялар ликвидлигини ошириш муҳим аҳамиятга эга. Қимматли қоғозларнинг ликвидлиги бозорнинг барча иштирокчилари фаоллигини белгиласа, унинг ўзи эмитентларнинг молиявий аҳволига бевосита боғлиқ. Акциядор жамият фаолияти қанчалик яхши, барқарор бўлса, унинг акциялари ликвидлиги ҳам шунчалик юқори бўлади ва улар фонд биржасида ва биржадан ташқари бозорларда шунчалик тез сотилади, акцияларнинг рақобатбардошлиги ҳам шунчалик юқори бўлади.

Шуни назарда тутиш керакки, маҳаллий акциядорлик жамиятларининг аксарияти давлат корхоналарини хусусийлаштириш йўли билан ташкил қилинган. Корхонани хусусийлаштириш жараёни корхона мулки қийматини баҳолаш, таъсис ҳужжатларини тайёрлаш, акциялар эмиссияси (бланклар учун пул тўлаш ёки депозитарий хизматлари учун ҳисоб-китоб қилиш), консалтинг хизматларга боғлиқ бўлган муайян қўшимча харажатларни тақозо қилади. Корхона хусусийлаштирилгандан сўнг нодавлат тузилмага айланиб, илгариги имтиёزلардан фойдаланмайди ва хўжалик юритишнинг бозор тамойиллари бўйича ишлайди. Бошида мулкчиликнинг хусусий шаклига эга бўлган янги хўжалик субъекти банкдан кредит олишда, ўз маҳсулотини сотишда хом ашё, бутловчиларни зарур рентабелликни таъминлайдиган нархларда сотиб олишда қийинчиликларга учрайди.

Мана шу объектив сабаблар туфайли, шунингдек, ижроия ташкилотларнинг саводсиз хатти-ҳаракатлари оқибатида акциядор жамиятларда катта кредиторлик қарзи, солиқлар бўйича қарздорлик, бюджетдан ташқари фондларга бадаллар ва бошқа тўловлар бўйича қарздорлик пайдо бўлади, ривожланиш учун айланма маблағлар бўлмайди. Айрим корхоналарда солиқлар бўйича қарзлар устав фонди қийматидан ҳам ошиб кетади. "Эски" қарзлар рентабелли молиявий жадвал ишлаб чиқишга йўл қўймайди.

Маҳаллий қимматли қоғозлар бозорининг рақобатбардошлигини оширишда фонд бозорининг маҳаллий ва хорижий иштирокчиларига, инвесторлар ва эмитентларга кўрсатилаётган сервис хизматларини тўғри мувофиқлаштириш муҳим аҳамиятга эга.

### **Таянч сўз ва иборалар**

Қимматли қоғозлар. Мулкчилик муносабатлари. Микродаражадаги қайта тақсимланиш. Тадбиркорлик субъектлари. Фонд бозори. Солиқ ставкалари.

Ўзбекистоннинг демографик хусусияти. Фонд бозори рақобатбардошлиги. Давлат имтиёзлари. Бошланғич капитални шакллантириш. Инвесторлар ва эмитентлар. Инфляциянинг таъсири. кичик ва ўрта мулкдорлар синфини шакллантириш.

## **МАВЗУ-15. РАҚОБАТНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ЗАМОНАВИЙ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ**

### **Режа:**

- 15.1. Ўзбекистон иқтисодиёти рақобатбардошлигини оширишда модернизация жараёнларининг ўрни
- 15.2. Иқтисодиётдаги интеграция жараёнларининг ммалакат иқтисодиёти рақобатбардошлигига таъсири
- 15.3. Глобаллашув ва Ўзбекистоннинг жаҳон хўжалигига интеграциялашувининг боғлиқлиги.

### **15.1. Ўзбекистон иқтисодиёти рақобатбардошлигини оширишда модернизация жараёнларининг ўрни.**

Миллий хўжаликлар барқарор ривожланишининг муваффақиятли стратегияси, энг аввало, рақобатбардош иқтисодий тизимнинг реал шароитларини холисона баҳолаш ва уни тушуниб етиш ҳамда бошқариш механизмнинг янги методологик йўналишларини ишлаб чиқишга боғлиқдир. Турли даражада ривожланган иқтисодий тизимлар фаолият юритишининг ва иқтисодиётнинг барқарор ривожланишига таъсир кўрсатадиган барча омилларни эътиборга олувчи бозор мухитининг қатъий талаби сифатида рақобатбардошликни тан олишга асосланган тизимли методологик ёндашув миллий иқтисодиётни такомиллаштиришнинг тўлиқ тизимини ташкил этишга имкон яратади. Жаҳон талабларининг ўзгариб турувчи шароитларида бундай йўналишлар иқтисодий тизимларни либе-раллаштириш ва давлатларнинг миллий рақобатбардош устуворликларидан фойдаланиш ҳамда ўз иқтисодиётини такомиллаштиришни амалга ошириш му-аммоларини биринчи навбатдаги вазибалари қаторига киритадилар.

Республикада иқтисодий модернизация динамикаси ишлаб чиқариш муносабатлари ва иқтисодий алоқаларнинг ўзгаришида, жаҳон бозорининг таркибий қисми сифатида миллий бозорнинг шаклланишида, Ўзбекистон иқтисодиётининг тузилмавий қайта қуришда акс этаётган иқтисодий плюрализм томонига жамиятнинг ҳаракатланишини кўрсатмоқда.

Ўзбекистонда модернизация жараёнининг ўзига хослиги ҳам бир қатор хусусиятларни олдинга сурмоқда. Жамиятимизда сўз фақат иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини ошириш томонига ўзгариш ҳақида эмас, балки миллий иқтисодиётни эркинлаштириш ва унинг вазибаларини марказлашишдан холис қилиш, яъни иқтисодий хавфсизликни таъминлаб бера ола-диган янги давлатчиликни ва самарали иқтисодиётни яратиш тўғрисида ҳам бормоқда.

Глобаллашув жараёнлари билан бирга кузатиладиган иқтисодиётдаги таркибий ислохотлар бир текис бўлмаган тавсифга эга. Бунда молия ва товар бозорлари, меҳнат ва капитал бозорлари тубдан ўзгаради. Буларнинг барчаси эса, ўз навбатида, коммуникация

оқимлари тузилмалари ва институтларнинг ўзаро муносабатлари бўйича юзага келган хусусиятларини ҳам сезиларли тарзда ўзгартириб юборади.

Ўзбекистонда бозор иқтисодиётига ўтиш жараёнлари ва унинг макроиқтисодий динамикага таъсирини таҳлил қилиш натижасида ўтиш даври мобайнида миллий иқтисодиёт ривожланишининг учта асосий босқичи аниқланди.

I босқич. Бозор асосларини яратиш ва иқтисодиётнинг босқичма-босқич ўзгариши (1991 йилдан 1996 йил охиригача). Бунда Ўзбекистоннинг Шарқий Европа ва МДХнинг бошқа мамлакатларидан фарқ этувчи ўзига хослиги - иқтисодий ислохотларнинг тадрижий характери ва ижтимоий-иқтисодий барқарорликни сақлаб қолинганлигидадир. Ислохотларнинг дастлабки йилларида ҳукуматнинг асосий кучи бозор иқтисодиётининг меъёрий-ҳуқуқий базаси ва институционал асосларини яратишга сафарбар этилди, давлат бошқарув органларининг вазифалари тубдан ўзгартирилди ва кичик ҳамда хусусий бизнесни ривожлантириш учун барча шароитлар яратиб берилди.

II босқич. Ташкилий-ҳуқуқий базанинг яратилиши, давлатнинг тузилмавий-инвестиция сиёсатини ўтказишдаги иштироки, бозор ислохотларининг босқичма-босқичлиги. Ўзбекистонда бир вақтда учта йирик ва мураккаб муаммо ҳал этилди. Бу - иқтисодиётда институционал ва тузилмавий қайта қуришлар макроиқтисодий ва молиявий барқарорликни таъминлаш (1996-2000 йиллар).

III босқич. Бозор ислохотларини чуқурлаштириш ва иқтисодиётни либераллаштириш (2001 йилдан ҳозиргача). Бу босқич бошқаларидан, энг аввало, валюта бозорини эркинлаштириш ва солиқ жараёнларининг ка-майтирилиши бўйича ташланган катта қадамлари билан ажралиб туради.

Бунда товарлар экспорти ва импорти билан шуғулланувчи тадбиркорларни қайд қилиш тадбирларининг соддалаштирилиши; Ташқи иқтисодий алоқалар, инвестиция ва савдо вазирлигида импорт бўйича битимларни аввалдан рўйхатдан ўтказиш тадбирининг бекор қилиниши; рақобатбардош тайёр истеъмол товарлари ишлаб чиқарувчи, хорижий инвестициялар киритилган, қўшимча қиймат солиғидан ташқари бюджетга ажратиладиган барча турдаги солиқ ва тўловлардан озод қилинган корхоналарнинг ишлаб чиқаришини рағбатлантириш бўйича қўшимча тадбирларнинг қабул қилиниши; турли операциялар ва ахборот алмашинуви яғо-на электрон тизимининг яратилиши айниқса муҳим.

## **15.2. Иқтисодиётдаги интеграция жараёнларининг ммалакат иқтисодиёти рақобатбардошлигига таъсири.**

Иқтисодий интеграция товарлар савдосини эркинлаштиришдан бошланиб, учинчи мамлакатларга нисбатан умумий божхона тарифларини яратишни ҳам ўз ичига олади, шунингдек, ишлаб чиқариш омилларининг давлатларо эркин ҳаракати билан тўлдирилган ҳолда макроиқтисодий сиёсатни бир хиллаштириш ва давлатлар устидан бошқарув органларини яратиш билан тугалланади. Интеграция бирлашмалари сонининг тез суръатларда ўсишига қарамай, уларнинг аксари қисми ташкил топишнинг бошланғич босқичларидадир.

МДХ мамлакатларида шўъба корхоналарининг очилиши фаол тарзда сотиш талаб этиладиган товарлар савдосини кенгайтириш, шартномалар бўйича ўз вақтида ва тўлиқ равишда етказиб берилган товарлар учун ҳеч бир тўсиқсиз ҳисоб-китоб қилиш муаммоларини ҳал этишга имкон яратади.

Саноат-техник аҳамиятдаги маҳсулотлар бўйича ТМКни машинасозлик

маҳсулотлари, шунингдек, мураккаб ассортиментдаги маҳсулотлар ишлаб чиқариш бўйича ташкил этиш мақсадга мувофиқдир. Бунда филиалларнинг рентабеллигини белгилаш учун МДХнинг мос мамлакатларида сотиладиган ресурслар ҳажмини аниқлаб олиш талаб этилади.

ТМК ҳуқуқий ҳолатини белгилашда БМТ томонидан ТМК ва ҳукуматлар ўртасидаги муносабатлар мажмуасини тартибга солиб турувчи ҳужжатлар ишлаб чиқиши ҳам эътиборга олиш тақозо этилади. Уларда барча давлатлар учун очик бўлган глобал механизм, яъни ўзига хос тартиблар мажмуасини яратиш кўзда тутилади. Хусусан, у ТМКнинг қуйидаги тамойил, мақсад ва вазифаларини назарда тутади:

- миллий суверенитетни тўлиқ ҳурмат қилиш;
- давлатларнинг табиий ресурслари, моддий бой-ликлари ва иқтисодий фаолияти устидан ажралмас суверенитети;
- ички ва ҳукуматлараро муносабатларга аралашмаслик;
- давлатнинг ТМК фаолиятини тартибга солиш ва назорат қилиш, фойдани тақсимлашда қатнашиш ва ҳудудида жойлашган хорижий мулкни миллийлаштириш ҳуқуқи;
- халқаро ҳуқуқдан фойдаланиш, адолатли тартиб ва қонуний фаолиятни ҳимоя қилиш. Миллий тартиб ривожланиш соҳасидаги миллий иқтисодий режа ва мақсадларга мос келган тақдирда ТМКга ҳавола этилади.

Фан-техника тараққиёти омилларининг қиёсий таҳлили жаҳон тажрибасидан ўтган ривожланиш моделларида асосий фарқ қилувчи омилларни аниқлашга имкон беради. Бу бир томондан, фан, таълим ва кўп илм талаб қилувчи тармоқларни ривожлантиришга асосланган динамик ўсишдир. Урушдан кейинги даврларда бу Япония ва Германияда, 80-йилларда Жанубий-Шарқий Осиёнинг янги индустриал мамлакатларида кузатилган. Бошқа тарафдан, мазкур даврда мақбул инновация муҳитини ярата олмаган, фан ва таълим тизимлари таназзулига олиб келган инфляция ўсиши Лотин Америкаси мамлакатлари учун хос бўлган.

Шу билан бирга, Ўзбекистонда иқтисодиётнинг рақобатбардошлик муаммоси, мамлакатнинг стратегик жиҳатларини ишлаб чиқиш учун етарли даражада аниқ англаб етилмаган. Иқтисодиётнинг рақобатбардошлиги ривожланган мамлакатларнинг макродаражадаги иқтисодий сиёсатининг асосий муаммоси ҳисобланади. Бунда мамлакатларнинг рақобатбардошлик мезони тизим ривожланишининг макро- ва микроиқтисодий даражалари нуктаи назардан шаклланади. Агар, биринчи ҳолатда, у мамлакатнинг макроиқтисодий доираси, унинг технологик ва институционал ривожланишига тааллуқли бўлса, микроиқтисодий ёндашув нуктаи назардан эса миллий компанияларнинг фаолияти ва стратегияси ҳамда миллий бизнес-муҳит сифати баҳоланади.

### **15.3. Глобаллашув ва Ўзбекистоннинг жаҳон хўжалигига интеграциялашувининг боғлиқлиги.**

Замонавий глобаллашув жараёни аввалги интеграция жараёнларидан маълум қадар фарқ қилади. Энг аввало, бу жуда кўп мамлакатларнинг савдо, молия, инвестиция ва ахборотлар учун ўз чегараларини очишида кўринади. Нафақат ривожланган мамлакатлар, балки ривожланаётган мамлакатлар ҳам ўз иқтисодиётларида умумжаҳон тамойилларига

мувофиқ равиш-да ислохотлар ўтказмоқдалар.

Замонавий ахборот технологиялари ишлаб чиқарувчилар билан истеъмолчилар ўртасида жисмоний муносабатлар заруриятини камайтирди ва аввал халқаро бозорларда сотишнинг иложи бўлмаган баъзи хизматларни савдо объектига айлантиришга имкон берди. Бунда товар ва хизматлар айланмаси бўйича харажатлар анча қисқарди.

Замонавий дунёда мамлакатларнинг тутган ўрни, бугунги кунда, энг аввало инсон капиталининг сифати, таълим ҳолати ва ишлаб чиқаришда фан ва техникадан фойдаланиш даражаси билан белгиланади. Ишчи кучи ва хом ашё ресурсларининг сероблиги ҳозирги кунда рақобат афзаллиги сифатида кўрилмади, чунки маҳсулот таннархининг яратилишида бу омилларнинг улуши камайиб бормовда.

Инвестиция жараёнлари ва ҳодисаларининг ўсиб бораётган ўзаро боғлиқлиги сифатида эътироф этиладиган глобаллашув натижасида, нафақат ўзаро, балки давлат билан тенг асосларда биргаликда ҳаракат қилувчи жаҳон капитали, халқаро корпорациялар, халқаро инвестиция институтлари, трансмиллий бошқарув тузилмалари босими остида секинаста миллий давлат суверенитети емирилиб боради. Глобаллашувнинг бу жиҳати мазкур жараённинг ҳозирги замон босқичи учун айниқса хос.

Нафақат ривожланиш даражаси, балки жаҳон хўжалиги ва халқаро меҳнат тақсимоти (ХМТ) жалб этилганлик даражаси бўйича ҳам турлича бўлган тизимларнинг ўзаро таъсири жаҳон хўжалигининг энг муҳим муаммоси ҳисобланади. Ҳозирги замон жаҳон иқтисодиётининг ўзига хос хусусияти - интеграция, бунинг устига умумий, яъни капитал, ишлаб чиқа-риш, меҳнат интеграцияси.

Сўнгги йилларда интеграция янги мамлакат ва минтақаларни қамраб олди ва қуйидаги йўналишлар бўйича ривожланмоқда:

- ишлаб чиқариш кучларининг байналмилаллашуви;
- халқаро меҳнат тақсимотининг байналмилаллашуви;
- моддийлашган товарлар бўйича анъанавий халқаро савдо хусусиятининг сифат ўзгариши ва кўламининг кенгайиши;
- турли мамлакатларда иқтисодий фаолиятнинг чатишиб кетиши ва ўзаро боғлиқлигини таъминловчи молиявий ва ишлаб чиқариш ресурсларининг халқаро миқёсда кўчиб юриши;
- хизмат кўрсатиш соҳасининг ривожланиши;
- илмий-техник билимлар билан халқаро алмашинув;
- ишчи кучининг халқаро миграцияси;
- замон талабларидаги глобал муаммолар (табиатни муҳофаза қилиш, Дунё океани, космосни ўзлаштириш, ривожланаётган мамлакатларнинг оч аҳолисига ёрдам кўрсатиш ва бошқалар)ни ҳал этишга йўналтирилган халқаро ҳамкорлик.

Интеграция иқтисодий ривожланиш даражаси бўйича яқин бўлган миллий хўжаликларнинг барқарор иқтисодий муносабатлари ва меҳнат тақсими ривожланишининг объектив жараёнидир. Ташқи иқтисодий айирбошлаш ва ишлаб чиқариш соҳасини қамраб олган ҳолда, у миллий хўжаликларнинг зич чатишиб кетиши, минтақавий хўжалик мажмуаларининг яратилишига олиб келади.

Халқаро иқтисодий интеграция (ХИИ) - алоҳида миллий хўжаликлар ўртасидаги барқарор ўзаро муносабатларнинг чуқур ривожланиши ва меҳнат тақси-мотига асосланган равишда мамлакатларнинг иқтисодий ва сиёсий бирлашиши, улар иқтисодиётининг турли даражада ва турли соҳаларда биргаликда фаолият кўрсатиш жараёнидир..

Ҳозирги замон жаҳон иқтисодиётида иккита асосий йўналиш мавжуд:

1. Мамлакатлар ўртасидаги иқтисодий алоқаларнинг ривожланиши, савдони эркинлаштириш, замонавий коммуникация ва ахборот тизимларининг, жаҳон техник стандарт ва меъёрларининг яратилиши натижа-сида жаҳон хўжалигининг яхлитлашуви, глобаллашувининг кучайиши.

2. Минтақавий даражада мамлакатларнинг ўзаро иқтисодий яқинлашуви ва фаолияти, жаҳон хўжалигининг нисбатан мустақил марказларини яратиш йўналишида ривожланаётган йирик минтақавий интеграция тузилмаларининг шаклланиши.

Жаҳон хўжалик тизими доирасида интеграция, савдони янада эркинлаштириш йўлидаги кадам ёки, аксинча, савдо оқимлари йўлидаги чеклашлардан иборат бўлиб қолмаётганлиги нуқтаи назаридан баҳоланиши керак. Замонавий жаҳон хўжалиги жуда хилма-хил. Унинг таркибига ўзининг ижтимоий тузилмаси, сиёсий таркиби, ишлаб чиқариш кучлари ва муносабатларининг ривожланганлик даражаси, шунингдек, иқтисодий муносабатларнинг қўламлари ва усуллари, шунингдек, хусусиятлари билан фарқ қилувчи давлатлар киради.

Шунга боғлиқ равишда, глобал жараёнлар билан бирга кузатиладиган барқарор ривожланиш иқтисодий муносабатларни тартибга солишнинг мамлакат ичида, давлатлараро ва халқаро даражалардаги янги қирраларини шакллантиришни мақсад қилиб қўяди. Шу сабабли, бозор ислохотларини янада чуқурлаштириш шароитларида рақобатбардошлик ва иқтисодиётни ри-вожлантиришнинг барқарорлиги масалалари миллий хўжалик юритиш назарияси ва амалиётида энг муҳим ўринни эгаллайди.

### **Таянч сўз ва иборалар**

Глобаллашув. Интеграция. Тизимли методологик ёндашув. Жаҳон хўжалиги интеграцияси. Глобал жараёнлар. Савдони янада эркинлаштириш. Халқаро меҳнат тақсимооти. Халқаро инвестиция институтлари. Трансмиллий бошқарув тузилмалари. Ишчи кучи ва хом ашё ресурслари. Мамлакатларнинг савдо, молия, инвестиция ва ахборотлар учун ўз чегараларини очиши.

---

**АМАЛИЙ МАШҒУЛОТЛАР БЎЙИЧА ЎҚУВ  
МАТЕРИАЛЛАРИ**

---



# АМАЛИЙ МАШҒУЛОТЛАР УЧУН ТОПШИРИҚЛАР, КЕЙС СТАДИ, ВАЗИЯТЛИ МАСАЛАЛАР ВА ТЕСТЛАР

## 1-Мавзу: Рақобат назарияси эволюцияси

### Топшириқлар

#### Вазиятли масала -1

Дастурий бошқарувга асосланган станоклар ишлаб чиқариш учун фирма президенти маркетинг тадқиқотлари гуруҳига илгари ишлаб чиқарилган маҳсулотни такомиллаштириш ва бунда унинг жаҳон бозорида рақобатбардошлигини оширишни назарда тутишга буюртма берди. Топшириқ олгач, тадқиқотлар бўлими раҳбари ходимлар олдига қуйидаги вазифаларни қўйди:

1. Гуруҳини бошқариш тузилмасини ишлаб чиқиш ва турли йўналишлар бўйича тадқиқотчилар гуруҳлари тузиш.

2. Ушбу соҳадаги энг малакали мутахассислардан ташаббускор гуруҳ тузиш ҳамда бўлим фаолиятининг мақсад ва вазифаларини белгилаб олиш.

3. Тадқиқотларнинг энг илғор усуллари ва ишни бажариш босқичларини аниқлаш:

- юзага келган вазиятни ўрганиш, мамлакат ичида ва хорижда керакли классдаги станоклар тайёрлаш бўйича маълумотлар тўплаш. Патент лойиҳаларини ишлаб чиқиш;
- тадқиқотларнинг кетма-кетликдаги режасини тасдиқлаш;
- янги станок моделини ишлаб чиқиш, уни танқидий муҳокама қилиш ҳамда бу моделнинг илғорлиги ва рақобатбардошлиги ҳақида якуний қарор чиқариш.

#### Вазиятли масала - 2

Самарали ва нормал иш фаолиятини ташкил қилиш, маркетинг тадқиқотларини ўтказиш учун ходимлар бўлими раҳбари фирма президентидан корxonани малакали маркетинг тадқиқотчи ходимлар билан таъминлаш вазифасини олди.

Янги ходимлар бўлими функциялари бошқа анъанавий фаолият кўрсатувчи ходимлар бўлими функцияларидан фарқ қилишини ҳисобга олиб, президент белгиланган вазифаларни аниқ қилиб қўйди:

1. Ходимлар бўлими бошқарув тузилмасини тасдиқлаш ва маркетинг тадқиқотлари функцияларни ишлаб чиқиш.

2. Ходимларни танлаш ва жойлаштириш тамойилларини, ходимлар малакасини ошириш тизимини, корxonани маркетинг тадқиқотлари учун зарур кадрлар билан таъминлаш тизимини ишлаб чиқиш.

3. Бунинг учун қуйидагиларни аниқлаш:

- ◆ кадрларга бўлган талаб;
- ◆ касб тайёргарлиги даражаси;
- ◆ меҳнатга ҳақ тўлаш даражаси.

4. Корхона жамоасида маънавий-психологик муҳитни шакллантириш услубиятини ишлаб чиқиш.

5. Корхона маркетинг тадқиқотлари ходимлари меҳнатига ҳақ тўлаш ва уларга ижтимоий хизмат кўрсатиш тизимини яратиш.

6. Амал қилаётган иш билан таъминлаш тизимига баҳо бериш ҳамда корxonани маркетинг тадқиқотлари хизматчилари билан таъминлашнинг ички ва ташқи манбаларини аниқлаш.

Президентдан топширини олгач, ходимлар бўлими раҳбари бир қатор вазифаларни бевосита функционал бўлинмаларга топширди. Бунда у киритилувчи таклифлар муҳокама учун ходимлар бўлими Кенгашига киритилиш лозимлигини айтиб ўтди.

#### 3-масала. Тест

1. Монополия атамаси қайси тилдан олинган?
  - А) немис тилидан
  - Б) грек тилидан\*
  - С) француз тилидан
  - Д) рус тилидан
  
2. Монополия атамасининг маъноси нимани англатади?
  - А) monos-бир нечта, poleo-оламан
  - Б) monos-қанча, poleo-қабул қиламан
  - С) monos-ягона poleo-сотамаман\*
  - Д) monos-ягона poleo-харид қиламан
  
3. Монополия ишлаб чиқариш ҳажми ва нарх устидан назорат ўрнатиш имконига эгами?
  - А) ҳа эга\*
  - Б) қисман эга
  - С) тўғри жавоб йўқ
  - Д) эга эмас
  
4. Олигополия қайси тилдан олинган?
  - А) немис
  - Б) форс
  - С) грек\*
  - Д) лотин
  
5. Олигополияни таржимаси қандай маънони англатади?
  - А) oligos-озчилик, poleo-сотамаман\*
  - Б) oligos-озчилик, poleo-харид қиламан
  - С) oligos-қўпчилик, poleo-сотамаман
  - Д) oligos-озчилик, poleo-чайқайман
  
6. Озчилик йирик ишлаб чиқарувчиларнинг ҳукмронлиги-бу.....
  - А) Дуополия
  - Б) Монополия
  - С) Олигополия\*
  - Д) Ундай ҳукмрон мавжуд эмас
  
7. Муайян товарнинг ягона харидори монополияси мавжуд бўлган бозор тузилмаси тури бу..
  - А) Монопсония\*
  - Б) Олигопсония
  - С) Дуополия
  - Д) олигаполия
  
8. Муайян товарнинг бир гуруҳ харидорлари мавжуд бўлган бозор тузилмаси тури бу..
  - А) олигополия
  - Б) Олигопсония\*
  - С) Дуополия
  - Д) Монопсония

## 2-Мавзу: Мукаммал ва номукаммал рақобат назариялари

### Топшириқлар

#### Вазиятли масала -1

Бир монопол фирма учун бозор тадқиқотлари шуни кўрсатдики, унинг бир бирлик маҳсулоти 100 минг сўмдан охиқ нархда сотилиши мумкин эмас, 75 минг сўмдан сотилганда эса сотиш ҳажми 10 донани ташкил қилади. Топшириқ:

- а) энг юқори айланиш учун сотувдаги нарх функциясини тузинг.
- б) Максимал айланиш учун эришилган талабнинг эластиклигини аниқланг.

**2-масала.** Сизга фирманинг ишлаб чиқарадиган товарлари маркетингини таҳлил қилиш топширилган.

Анкетага шундай саволлар тузингки, фирма бошқарувчилари томонидан берилган жавоблар сизга ташҳис қилиш имкониятини берсин.

#### 3- масала. Тест

9. Муайян товарнинг фақат икки нафар етказиб берувчиси мавжуд бўлган бозор тузилмаси тури бу..

- А) Олигополия
- Б) Манаполия
- С) Монополия
- Д) Дуополия\*

10. Ягона товар етказиб берувчи ва ягона истеъмолчининг қарама-қарши кураши вужудга келувчи бозор .....

- А) билатерал монополия\*
- Б) уч томонлама монополия
- С) ягона монополия
- Д) чексиз монополия

11. Монополиядан асосий мақсад?

- А) иқтисодий ёрдам тарафдори
- Б) олинаётган фойда ҳажмининг кўпайиши\*
- С) зарардан қочиш
- Д) кам маблағ сарфлаш

12. Монополиянинг бозорни қамраб олиш даражасига кўра турлари .....

- А) соф монополия, дуополия, олигополия, монополия\*
- Б) эркин рақобат
- С) мукаммал рақобат
- Д) чексиз монополия

13. Легал монополия...

- А) Бундай монополия тури мавжуд эмас
- Б) Бу аҳамиятсиз тарзда ташкил этилувчи монополия
- С) Бу ноқонуний тарзда ташкил этилувчи монополия
- Д) Бу қонуний тарзда ташкил этилувчи монополия\*

14. Легал монополияни ташкил этилувчи монополистик ҳолат?

- А) лизинг
- Б) патент тизими, муаллифлик ҳуқуқи, товар белгилари\*
- С) гриф, суғурта
- Д) муаллифлик ҳуқуқи, лизинг,

15. Сунъий монополиялар бу?

- А) бозорга янги рақибларнинг кириб келишига йўл қўймаслик
- Б) ишлаб чиқаришнинг энг юксак даражадаги технологиясига эришиш
- С) ўз фаолиятини юқори даражада реклама қилиш орқали бошқа рақобатчиларни бозордан сиқиб чиқариш
- Д) Барча жавоблар тўғри\*

16. Картель, синдикат, трест, консорциум, концерн қандай монополия шаклига киради?

- А) сунъий монополия\*
- Б) табиий монополия
- С) легал монополия
- Д) бундай шакл мавжуд эмас

### 3-Мавзу: Рақобат кучлари назарияси

#### Топшириқлар

##### Вазиятли масала -1

Рақобатнинг беш куч назариясининг асосчиси ким , рақобат беш кучи моделининг таърифини беринг ва мисоллар келтиринг.

##### 2-масала. Тест.

17. Расмий жиҳатдан мустақил бўлган, кўп тармоқли корхоналарнинг мажмуини ўз ичига олувчи бирлашма бу ....

- А) Трест
- Б) Синдикат
- С) Картель
- Д) Концерн\*

18. Тадбиркорларнинг йирик молиявий операцияларини биргаликда амалга ошириш мақсадида бирлашуви бу

- А) Консорциум\*
- Б) Синдикат
- С) Картель
- Д) Трест

19. Монополияларнинг ижобий томони?

- А) уни ҳеч қандай ижобий томони йўқ
- Б) давлат бунга қарши чиқади
- С) у маълум тармоқларда харажатларнинг тежалишига олиб келади\*
- Д) маълум тармоқларда ишчи кучини тежалишига олиб келади

20. Монополияларнинг салбий томонлари?

- А) иқтисодий турғунлик ва фан-техника тараққиётининг секинлашуви.
- Б) ресурсларнинг оқилона тақсимланмаслиги

- С) даромадлардаги тенгсизликнинг кучайиши  
Д) барча жавоблар тўғри\*

21. XX аср бошларида қайси давлатларда эркин рақобатга асосланган иқтисодий тобора монополлашиб борди?

- А) шарқ ва ғарб  
Б) Европа ва АҚШ\*  
С) Ўрта Осиё  
Д) Россия.

22. Монополлашувнинг ёрқин оқибати сифатида қайси йиллардаги инқирозни келтириш мумкин.

- А) 1929-1937 йиллар  
Б) 1920-1933 йиллар  
С) 1929-1933 йиллар\*  
Д) 2008- йиллар

23. Деярли юз йил давомида Ж.Б.Сэйнинг ҳамма ерда тан олинган қонуни?

- А) Рақобатчилар қонуни  
Б) Истемолчилар қонуни  
С) Бозорлар қонуни\*  
Д) У қонун яратмаган

24. Қуйидагилар ичида Эдвард Хейтинг Чемберлиннинг асарини топинг.

- А) Монополистик рақобат назарияси\*  
Б) Мукамал рақобатнинг иқтисодий назарияси  
С) Соф рақобатнинг иқтисодий назарияси  
Д) Номукамал рақобатнинг иқтисодий назарияси

#### **4-Мавзу: Рақобатбардошлик ва унинг намоён бўлиш шакллари**

##### **Топшириқлар**

###### **1-масала. Вазиятли масала**

Самарали ва нормал иш фаолиятини ташкил қилиш, маркетинг тадқиқотларини ўтказиш учун ходимлар бўлими раҳбари фирма президентида корхонани малакали маркетинг тадқиқотчи ходимлар билан таъминлаш вазифасини олди.

Янги ходимлар бўлими функциялари бошқа анъанавий фаолият кўрсатувчи ходимлар бўлими функцияларидан фарқ қилишини ҳисобга олиб, президент белгиланган вазифаларни аниқ қилиб қўйди:

1. Ходимлар бўлими бошқарув тузилмасини тасдиқлаш ва маркетинг тадқиқотлари функцияларни ишлаб чиқиш.

2. Ходимларни танлаш ва жойлаштириш тамойилларини, ходимлар малакасини ошириш тизимини, корхонани маркетинг тадқиқотлари учун зарур кадрлар билан таъминлаш тизимини ишлаб чиқиш.

3. Бунинг учун қуйидагиларни аниқлаш:

- ◆ кадрларга бўлган талаб;
- ◆ касб тайёргарлиги даражаси;
- ◆ меҳнатга ҳақ тўлаш даражаси.

4. Корхона жамоасида маънавий-психологик муҳитни шакллантириш услубиятини ишлаб чиқиш.

5. Корхона маркетинг тадқиқотлари ходимлари меҳнатига ҳақ тўлаш ва уларга ижтимоий хизмат кўрсатиш тизимини яратиш.

6. Амал қилаётган иш билан таъминлаш тизимига баҳо бериш ҳамда корхонани маркетинг тадқиқотлари хизматчилари билан таъминлашнинг ички ва ташқи манбаларини аниқлаш.

Президентдан топширини олгач, ходимлар бўлими раҳбари бир қатор вазифаларни бевосита функционал бўлинмаларга топширди. Бунда у киритилувчи таклифлар муҳокама учун ходимлар бўлими Кенгашига киритилиш лозимлигини айтиб ўтди.

## 2- масала. Тест

25. Қуйидагилар ичида Жоан Вайолет Робинсоннинг асарини топинг.

- А) Номонополистик рақобат назарияси
- Б) Номукамал рақобатнинг иқтисодий назарияси\*
- С) Олигаполистик рақобат назарияси
- Д) Монополистик рақобат назарияси

26. Ушбу фикр кимга тегишли? «Монополиянинг моҳияти –бу таклиф ва нарх устидан назорат бўлади».

- А) Э. Чемберлин\*
- Б) Ж.Б.Сэйнинг
- С) Ж. В. Робинсон
- Д) А. Смит

27. “Қувватлар ортиқчалиги феномени” кимга тегишли?

- А) Ж.Б.Сэйнинг
- Б) А. Смит
- С) Э. Чемберлин\*
- Д) Ж. В. Робинсон

28. 1937 йил “Номукамал рақобат” ва “Монополистик рақобат” бир хил ҳодисанинг икки номи деб тушунтирган олим ким?

- А) Ж.Б.Сэйнинг
- Б) А. Смит
- С) Э. Чемберлин\*
- Д) Ж. В. Робинсон

29. “Номукамал рақобатнинг иқтисодий назарияси” асарининг муаллифи ким?

- А) Ж.Б.Сэйнинг
- Б) А. Смит
- С) Э. Чемберлин
- Д) Ж. В. Робинсон\*

30. Ўзбекистонда «Монопол фаолиятни чеклаш тўғрисида»ги қонун қачон қабул қилинган?

- А) 1992 йил, август\*
- Б) 1995 йил, май
- С) 1991 йил, март
- Д) 1997 йил, июн

31. «Монопол фаолиятни чеклаш тўғрисида»ги қонунга кўра қуйидагилар ман этилади.

- А) Бозорда атайлаб тақчиллик ҳосил қилиш
- Б) Нархларни монополлаштириш
- С) Рақобатнинг ғирром усулларини кўллаш
- Д) Барча жавоблар тўғри\*

32. Қуйидагилардан қайси бир ҳатти-ҳаракатлар монополияга қарши қонунчиликка зид ҳисобланади?

- А) хўжалик субъектларининг рақобатни чеклашга қаратилган битимлари
- Б) хўжалик юритувчи субъект томонидан бозордаги устунлик ҳолатининг суистеъмол қилиниши
- С) давлат бошқаруви органлари ва маҳаллий ҳокимияти органларининг рақобатни чеклашга йўналтирилган ҳатти-ҳаракатлари
- Д) Барча жавоблар тўғри.\*

## **5-Мавзу: Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини баҳолашга нисбатан услубий ёндашувлар**

### **Топшириқлар**

#### **1-масала**

Бир монопол фирма учун бозор тадқиқотлари шуни кўрсатдики, унинг бир бирлик маҳсулоти 100 минг сўмдан ошиқ нархда сотилиши мумкин эмас, 75 минг сўмдан сотилганда эса сотиш ҳажми 10 донани ташкил қилади. Топшириқ:

- с) энг юқори айланиш учун сотувдаги нарх функциясини тузинг.
- д) Максимал айланиш учун эришилган талабнинг эластиклигини аниқланг.

#### **2-масала**

Сизга фирманинг ишлаб чиқарадиган товарлари маркетингини таҳлил қилиш топширилган.

Анкетага шундай саволлар тузингки, фирма бошқарувчилари томонидан берилган жавоблар сизга ташҳис қилиш имкониятини берсин.

#### **3-масала. Тест**

33. Корхона ишлаб чиқарган озиқ – овқат маҳсулотларининг бозордаги улуши неча фоиз бўлса, у монополист сифатида давлат реестрига киритилади?

- А) 17%
- Б) 15%
- С) 20%\*
- Д) 19%

34. Корхона ишлаб чиқарган ноозиқ – овқат маҳсулотларининг бозордаги улуши неча фоиз бўлса, у монополист сифатида давлат реестрига киритилади?

- А) 18%
- Б) 22%
- С) 25%
- Д) 35%\*

35. Давлат ўз монопол мавқеини суиистеъмол қилган монополистик бирлашмаларга қандай чора кўради?

- А) ҳеч қандай чора кўрмайди
- Б) бўлиб ташлайди ёки майдалаштиради \*
- С) солиқлардан озод этади
- Д) преференциялар беради.

## **6-мавзу. Миллий иқтисодийёт рақобатбардошлигини оширишнинг ижтимоий омиллари**

### **Топшириқлар**

#### **1-масала. вазиятли масала**

Дастурий бошқарувга асосланган станоклар ишлаб чиқариш учун фирма президенти маркетинг тадқиқотлари гуруҳига илгари ишлаб чиқарилган маҳсулотни такомиллаштириш ва бунда унинг жаҳон бозорида рақобатбардошлигини оширишни назарда тутишга буюртма берди. Топшириқ олгач, тадқиқотлар бўлими раҳбари ходимлар олдида қуйидаги вазифаларни кўйди:

1. Гуруҳини бошқариш тузилмасини ишлаб чиқиш ва турли йўналишлар бўйича тадқиқотчилар гуруҳлари тузиш.

2. Ушбу соҳадаги энг малакали мутахассислардан ташаббускор гуруҳ тузиш ҳамда бўлим фаолиятининг мақсад ва вазифаларини белгилаб олиш.

3. Тадқиқотларнинг энг илғор усуллари ва ишни бажариш босқичларини аниқлаш:

- юзага келган вазиятни ўрганиш, мамлакат ичида ва хорижда керакли классдаги станоклар тайёрлаш бўйича маълумотлар тўплаш. Патент лойиҳаларини ишлаб чиқиш;
- тадқиқотларнинг кетма-кетликдаги режасини тасдиқлаш;
- янги станок моделини ишлаб чиқиш, уни танқидий муҳокама қилиш ҳамда бу моделнинг илғорлиги ва рақобатбардошлиги ҳақида якуний қарор чиқариш.

#### **2-масала. Тест**

36. Рақобат қандай сўздан олинган?

- А) немисча Concurrere – ярашув
- Б) лотинча Concurrere – келишув
- С) лотинча Concurrere – тўқнашув\*
- Д) арабча Concurrere-мослашув.

37. Рақобат бу?

- А) иқтисодий манфаатларнинг зиддияти
- Б) бозор субъектлари иқтисодий манфаатларининг тўқнашуви\*
- С) бозор субъектларининг келишуви
- Д) бозор субъектларининг бозорга мослашуви.

38. Рақобат кураши қайси субъектлар ўртасида амалга ошади

- А) Сотувчи билан сотувчи
- Б) Сотувчи билан харидор
- С) Харидор билан харидор
- Д) барча жавоблар тўғри\*.

39. Ф.Перрунинг рақобат назарияси?

- А) рақобатни доимий таҳдидли ҳаракат сифатида тушунтиради.\*



- Б) рақобатни хатарсиз ҳаракат деб тушунтиради.
- С) рақобатни доимий ўзгарувчан деб тушунтиради.
- Д) тўғри жавоб йўқ.

## **7-мавзу. Нарх шаклланиши миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигининг асосий омили сифатида**

### **Топшириқлар**

#### **1-масала**

Корхонангизнинг фаолиятида фойдаланиш учун куйида санаб ўтилган шарт-шароитлар қай даражада етарли эканлигини таҳлил қилинг:

- а) бозор, яъни таклифнинг талабдан ўсиши;
- б) бозорда рақобат, харидор учун кураш; олигополия (бир нечта рақобатчи, кўп сонли таъминотчилар);
- в) маъмурий-буйруқбозлик сарқитларидан холи бўлган эркин бозор муносабатлари;
- г) корхона маъмуриятининг тўлиқ мустақиллиги (ойлик маош миқдорини белгилаш);
- д) ишчи кучининг эркин кўчиб юриши (миграцияси);
- е) бир корхонадан бошқа корхонага, бир тармоқдан бошқа тармоққа капитални ўтказишда чекловларнинг йўқлиги. Фойда дивиденд келтирадиган ҳолда жойлаштирилади.

#### **2-масала**

1. Битта гапда берилган саволларга жавобни шакллантиринг.

Эхтиёж, дид –истак, талаб, хошиш бозор ва ишлаб чиқариш тушунчаларини боғлиқлигини тушунтириб беринг.

#### **3-масала**

Мебель ишлаб чиқарувчи фирма нуфузли, бироқ айна пайтда молиявий қийинчиликлар сезаётган, маиший техника (совутгич, кир ювиш машинаси ва ҳоказо) ишлаб чиқаришга ихтисослашган корхонани сотиб олишга қарор қилди.

Саволлар:

- а) Сизнингча, бундай қарорнинг сабаби нимада?
- б) Маиший техника ишлаб чиқарувчи асосий йирик фирмалар билан рақобат курашида муваффақиятга эриши учун фирма талабни рағбатлантиришнинг қайси шакл ва усулларидан фойдаланиши лозим?
- в) Фирма тақдим этиши мумкин бўлган хизмат турларини санаб беринг ва уларнинг истеъмолчи учун аҳамиятини баҳоланг.

#### **4-масала**

Фирма янги маҳсулот устида иш олиб бораётган бўлиб, уни келаси йилдан бошлаб ишлаб чиқаришни режалаштирмоқда. Бозорни, фирманинг ишлаб чиқариш ва молиявий салоҳиятларини тадқиқ қилиш шуни кўрсатадики, маҳсулот бирлигининг таннархи 78 доллардан юқори бўладиган бўлса, бу ҳолда маҳсулотни ишлаб чиқариш учун фирманинг ўз ишлаб чиқариш қувватларидан фойдаланиш мақсадга мувофиқ эмас; маҳсулот таннарзи 72-78 доллар атрофида бўлса, маҳсулотни тажриба сифатида ишлаб чиқариш мулжалланган; маҳсулот таннархи 68 доллардан паст бўладиган бўлса, уни тўлиқ ишлаб чиқаришга киритиш мумкин. Келгусидаги ишлаб чиқариш харажатларини энг тўлиқ аниқлаш мақсадида бта мустақил эксперт тадқиқот ўтказди ҳамда ишлаб чиқариш режалаштириляётган маҳсулот бирлиги таннархини куйидагича баҳолади: 74, 72, 89, 66, 71, 78 долл. Топшириқ:

- а) башорат қилинаётган эксперт баҳолар кетма-кетлигини кўриб чиқишининг тақсимот қонуниятларига бўйсуншини асослаб беринг;
- б) қабул қилиниши мумкин бўлган қарорларнинг ҳар бир вариантыда эришиш мумкин бўлган муваффақиятни ҳисоблаб чиқинг;

### Саволлар:

1. Нима деб ўйлайсиз, нима учун айнан «Дзинтранс» маркетинг салоҳиятидан комплексли ва жиддий фойдаланишда биринчи қадамлар қўя бошлади?
2. «Дзинтранс» тажрибасида замнавий корхоналар учун нима долзарб бўлиб қолмоқда?
3. Сиз корхона ва фирмаларда маркетинг шаклланиши қандай тажрибалари билан танишсиз, улар «Дзинтранс» бирлашмаси тажрибасига нимаси билан ўхшайди ва фарқ қилади?

## 8-мавзу. Рақобат устунлиги ва унга эришиш концепциялари

### Топшириқлар

**1-масала.** Бир монопол фирма учун бозор тадқиқотлари шуни кўрсатдики, унинг бир бирлик маҳсулоти 100 минг сўмдан ошиқ нархда сотилиши мумкин эмас, 75 минг сўмдан сотилганда эса сотиш ҳажми 10 донани ташкил қилади. Топшириқ:

- e) энг юқори айланиш учун сотувдаги нарх функциясини тузинг.
- f) Максимал айланиш учун эришилган талабнинг эластиклигини аниқланг.

**2-масала.** Сизга фирманинг ишлаб чиқарадиган товарлари маркетингини таҳлил қилиш топширилган.

Анкетага шундай саволлар тузингки, фирма бошқарувчилари томонидан берилган жавоблар сизга ташҳис қилиш имкониятини берсин.

### 3-масала. Рақобатчи сотувчилар бозорининг таҳлили.

Видео кассеталар ва компакт дисклар чакана савдо бозорида рақобат даражаси юқори даражада бўлади. кўпчилик катта шаҳарларда юзларча мусиқа дўконлари бор. Савдо расталарида ҳатто бир нечта ана шундай дўконлар ишлаб турибди. Лекин шуниси кизиқки, мусиқа дўконларига компакт дисклар етказиб берадиган овоз ёзувчи йирик фирмалар унча кўп эмас. Ана шу йирик компаниялар мусиқа ёзувларига улгуржи нарх тайинлайди. Мусиқа дўконлари маҳсулотни ана шу нархларда сотиб олиб, сўнгра ўз мижозларига сотадилар.

1. Юқоридаги баёнга асосланиб, овоз ёзиш индустриясининг бозор тузилишини характерланг.

2. Сизнинг туманингизда тахминан нечта мусиқа дўкони бор? Сизнинг туманингизда чакана мусиқа бизнесининг бозор тузилиши қандай?

3. Мусиқа дўконлари бошқа дўконлар билан рақобат қилиши учун қандай усуллардан фойдаланадилар.

4. Чакана мусиқа бизнеси учун мукамал рақобатнинг қандай хусусиятлари хос? Реклама рақобатда қандай ўрин тутади.

### 2-масала. Саноат тармоқларида рақобат даражасининг таҳлили.

Қуйидаги жадвалда АҚШ саноатининг баъзи тармоқлари учун тахминий маълумотлар келтирилган. Тармоқларнинг хусусиятларини таҳлил қилинг ва келтирилган саволларга жавоб беринг.

Йирик ишлаб чиқарувчиларнинг мол етказиб бериши

Саноат тармоғи	Компаниялар сони	Марказлашув кўрсаткичи (ишлаб чиқарилаётган маҳсулотнинг қийматида %)	
		4 та энг йирик фирма ҳиссаси	50 та энг йирик фирма ҳиссаси

Автомобил деталлари ва захира қисмларини ишлаб чиқариш	1200	60	90
Дастурли таъминот индустрияси	200	10	75
Полиграфия саноати	10000	12	35
Мебел саноати	3000	10	40
Вино тайёрлаш	150	40	90
Тикувчилик саноати	5000	7	22

1. Мазкур тармоқларнинг қайси бирида рақобат кам?

2. Бу тармоқларда рақобат етарли даражада эмаслигининг сабаби нимада?

3. Мазкур тармоқларнинг қайсиларида рақобат энг кескин?

4. “Бу тармоқни ташкил қилувчи фирмалар сони эмас, балки бир неча йирик компания ҳиссасига тўғри келадиган маҳсулотни сотиш фоизи уни олигополия деб ҳисоблаш имконини беради”. Бу иборани изоҳланг.

1. Телевизорда берилган рекламани ёзиб олинг ёки журналдан қирқиб олинг. Бу рекламани қуйидаги келтирилган саволлардан фойдаланиб, таҳлил қилинг.

Қандай товар реклама қилинаётир?

1. Бу реклама кимларга мўлжалланган?

2. Журналхон ёки томашабинга қандай ахборот тақдим этилади?

3. Сизнинг фикрингизча, бўлғуси харидорлар учун қандай муҳим ахборот етишмайди?

4. Бу ерда рекламанинг қандай усуллари (шиор, мантиқ, тавсия, оммани жалғатиш ва х.к) фойдаланилган?

5. Бу рекламанинг энг ишончли жиҳати нима?

7. Бу рекламанинг энг муваффақиятсиз жиҳати нима?

8. Реклама таъсирчанлигига ўн балли шкала бўйича баҳо беринг.

Ёмон 1 \_\_\_\_\_ 5 \_\_\_\_\_ 10 \_\_\_\_\_ Аъло

Бир товар рекламасининг ҳар хил турларини таққослаш мароқли. Рекламанинг қайси турини афзал кўрасиз? Дўстларингизга рекламанинг қайси тури кўпроқ таъсир кўрсатади?

## 10-мавзу. Рақобатнинг инновацияларни тадбиқ этиш стратегияси

### Топшириқлар

#### 1-масала.

Корхона бозорга янги косметик маҳсулот чиқармоқч. Бир товарни ишлаб чиқариш учун кетадиган ўзгарувчи харажатлар 30 млн. сўм, доимий харажатлар эса 20 млн. сўмни ташкил қилади. Бозорда олиб борилган текширишлар товар бирлигининг нархи 60 млн.сўмни ташкил қилади. Қуйидагиларга асосланган ҳолда:

а) сотиш ҳажми қандай бўлганда оптимал фойдага эришилади?

б) сотиш ҳажми 6000 та болганда фойдани қандай ошириш мумкин?

## 2-масала. Тест.

9. Муайян товарнинг фақат икки нафар етказиб берувчиси мавжуд бўлган бозор тузилмаси тури бу..

- А) Олигополия
- Б) Манаполия
- С) Монопсония
- Д) Дуополия\*

10. Ягона товар етказиб берувчи ва ягона истеъмолчининг қарама-қарши кураши вужудга келувчи бозор .....

- А) билатерал монополия\*
- Б) уч томонлама монополия
- С) ягона монополия
- Д) чексиз монополия

11. Монополиядан асосий мақсад?

- А) иқтисодий ёрдам тарафдори
- Б) олинаётган фойда ҳажмининг кўпайиши\*
- С) зарардан қочиш
- Д) кам маблағ сарфлаш

12. Монополиянинг бозорни қамраб олиш даражасига кўра турлари .....

- А) соф монополия, дуополия, олигополия, монопсония\*
- Б) эркин рақобат
- С) мукамал рақобат
- Д) чексиз монополия

13. Легал монополия...

- А) Бундай монополия тури мавжуд эмас
- Б) Бу аҳамиятсиз тарзда ташкил этилувчи монополия
- С) Бу ноқонуний тарзда ташкил этилувчи монополия
- Д) Бу қонуний тарзда ташкил этилувчи монополия\*

14. Легал монополияни ташкил этилувчи монополистик ҳолат?

- А) лизинг
- Б) патент тизими, муаллифлик ҳуқуқи, товар белгилари\*
- С) гриф, суғурта
- Д) муаллифлик ҳуқуқи, лизинг,

15. Сунъий монополиялар бу?

- А) бозорга янги рақибларнинг кириб келишига йўл қўймаслик
- Б) ишлаб чиқаришнинг энг юксак даражадаги технологиясига эришиш
- С) ўз фаолиятини юқори даражада реклама қилиш орқали бошқа рақобатчиларни бозордан сиқиб чиқариш
- Д) Барча жавоблар тўғри\*

16. Картель, синдикат, трест, консорциум, концерн қандай монополия шаклига киради?

- А) сунъий монополия\*
- Б) табиий монополия

- С) легал монополия  
 Д) бундай шакл мавжуд эмас

## 11-мавзу. Рақобатнинг дифференциаллаш стратегияси

### Топшириқлар

#### 1-масала.

Корхона бозорга янги косметик махсулот чиқармоқч. Бир товарни ишлаб чиқариш учун кетадиган ўзгарувчи харажатлар 30 млн. сўм, доимий харажатлар эса 20 млн. сўмни ташкил қилади. Бозорда олиб борилган текширишлар товар бирлигининг нархи 60 млн.сўмни ташкил қилади. Қуйидагиларга асосланган ҳолда:

- с) сотиш ҳажми қандай бўлганда оптимал фойдага эришилади?  
 д) сотиш ҳажми 6000 та болганда фойдани қандай ошириш мумкин?

#### 2-масала.

Дори-дармон ишлаб чиқарувчи фирма йилнинг охирида табиий дориларни реклама қилди. Реклама блоклари машҳур медитсина журналларда, ишбилармонлар учун газетасида, худди шундай маҳаллий радио, телевидения ва газеталарда кенг тарқалди. Назорат гуруҳи 4000 қути махсулотни махсус, яъни бу янги махсулот ҳақида қаердан маълумот олгани ва ижтимоий-демографик гуруҳини маълум қиладиган анкета билан чиқарди. 3276 та истеъмолчи бу ҳақида тўлиқ маълумот берди. 18 таси фақат ижтимоий гуруҳини кўрсатган. Реклама жараёнини режалаштираётган вақтда компания бир ойлик рекламани медитсина журнаliga жойлаштириш бўйича контракт тузиши, газетага эса 3,4 млн.сўмлик, телевиденияга 5-8млн.сўм ҳаммаси бўлиб рекламага 18 млн.сўм сарфланиши кўзда тутилган.

Топшириқ:

а) агар битта реклама блоки медицина журналида 112 минг сўм, ишбилармонлар журналида 140 минг сўм, радиода 70 минг, телевиденияда 180 минг, газетада 68 минг бўлса компаниянинг реклама режасини тузинг.

б) Фирма учун келгусида энг яхши натижа берадиган рекламани воситасини аниқланг.

**3-масала.** Талаб даражаси ва тўйимлилик даражаси бўйича икки йил давомида аниқланган натижаларга кўра, фирма янги оловга қарши сигнализация (ОҚС) сотиш бўйича бозорнинг 30% ини ташкил қилади. Текшириш натижалари жадвалда берилган. Бозорнинг тўйинганлик даражаси янги товар истеъмолчиларининг умумий сонига нисбатан (% да) кўрсатилган:

	2011 й	2012 й	2013 й	2014 й	2015 й
Жойлаштирилган системалар миқдори	67	269	1806	4600	11655
Бозорнинг таъминланганлик даражаси(%)	0,08	0,33	2,08	5,61	14,39

Топшириқ:

- а) бозордаги ОҚС га бўлган талаб динамикаси қандай?  
 б) агар фирма бир йил давомида сотув ҳажмини 40% га оширмоқчи бўлса, унинг янги махсулоти ҳажмини аниқланг.  
 с) қанақа маркетинг стратегияси фирма учун зарур?

## 12-мавзу. Рақобатнинг бозор тахмонлари стратегияси

### Топшириқлар

#### 1-масала.

Корхона бозорга янги косметик махсулот чиқармоқч. Бир товарни ишлаб чиқариш учун кетадиган ўзгарувчи харажатлар 30 млн. сўм, доимий харажатлар эса 20 млн. сўмни ташкил қилади. Бозорда олиб борилган текширишлар товар бирлигининг нархи 60 млн.сўмни ташкил қилади. Қуйидагиларга асосланган ҳолда:

- е) сотиш ҳажми қандай бўлганда оптимал фойдага эришилади?
- ф) сотиш ҳажми 6000 та болганда фойдани қандай ошириш мумкин?

#### 2-масала.

Дори-дармон ишлаб чиқарувчи фирма йилнинг охирида табиий дориларни реклама қилди. Реклама блоклари машҳур медитсина журналларда, ишбилармонлар учун газетасида, худди шундай маҳаллий радио, телевидения ва газеталарда кенг тарқалди. Назорат гуруҳи 4000 қути махсулотни махсус, яъни бу янги махсулот ҳақида қаердан маълумот олгани ва ижтимоий-демографик гуруҳини маълум қиладиган анкета билан чиқарди. 3276 та истеъмолчи бу ҳақида тўлиқ маълумот берди. 18 таси фақат ижтимоий гуруҳини кўрсатган. Реклама жараёнини режалаштираётган вақтда компания бир ойлик рекламани медитсина журнаliga жойлаштириш бўйича контракт тузиши, газетага эса 3,4 млн.сўмлик, телевиденияга 5-8 млн.сўм ҳаммаси бўлиб рекламага 18 млн.сўм сарфланиши кўзда тутилган.

Топширик:

а) агар битта реклама блоки медицина журналича 112 минг сўм, ишбилармонлар журналича 140 минг сўм, радиода 70 минг, телевиденияда 180 минг, газетада 68 минг бўлса компаниянинг реклама режасини тузинг.

## 13-мавзу. Ўзбекистонда рақобатчилик мухитининг вужудга келиши ва монополияга қарши қонунчилик

### Топшириқлар

#### 1-масала.

Фирма янги махсулот ишлаб чиқармоқчи ва уни келаси йили бозорга чиқармоқчи. Бозорнинг таҳлили, худди шундай фирманинг ҳолати агар бирбирлик товар тоннари 78 доллардан ошса, уни бозорга чиқариш мувофақиятсиз бўлади; агар товар таннари 72-78 доллар оралиғида бўлса, уҳолда уни синаб кўриш керак; агар таннари 68 доллардан паст бўлса, таваккалчиликда ютиб чиқиш мумкин. Шу мақсадда олти кучли экспертлар қуйидагича ташхис қўйдилар, яъни бир бирлик товар таннари: \$74, \$72, \$89, \$71, \$78.

Топширик:

- а) тахмин қилинган эксперимент баҳоларини кетма-кетлик билан тўғрилигини асослаб, худди шунга бўйсинувчи мос қонун билан тақсимламади.
- б) қабул қилинган вариантлардан қайси бири мувофақиятли болиш эҳтимоли ўпроқчилигини аниқланг .
- с) Товар ишлаб чиқаришни тезлаштирадиган маркетинг тадбирини тақдим этинг.

#### Вазиятли топширик -1

*Бозорга ўтиш шароитларида маркетинг хизматини ташкил қилиш*

Асосан ҳарбий маҳсулотлар - микросхемалар чиқарган радиодеталлар заводида уч йил олдин халқ истеъмоли товарлари маркетинг гуруҳи ташкил этилди. У сотув бўлими таркибига кирган ва икки кишида иборат бўлган. Гуруҳ ўзини кўрсата олди. Унинг таклифи билан цехлардан бирида юқори сифатли маиший аудиотизимлар учун муҳим таркибий қисм саналган эквалайзерлар ишлаб чиқариш кенгайтирилди. Эквалайзерлар сотув ҳажми жуда тез ўсди.

Гуруҳ ходимлари маркетинг тадқиқотлари воситаларини яхши билган, маъмурият томонидан уларга ишонч юқори бўлиши кўпроқ муваффақият келтиради деб ҳисоблайдиган Кравченко ва унинг ҳамкасблари билан танишдилар. Улар мустақилликни заводга ўтиш шарти сифатида қўйдилар. Уларнинг келиши билан маркетинг гуруҳи тўғридан-тўғри заводнинг тижорат директорига бўйсунадиган мустақил бўлимга айлантирилди. Шунингдек, сотув бўлими ҳам унга бўйсунди.

Маркетинг бўлимига раҳбарлик қилувчи Кравченко бўимни функционал тамойил бўйича тузишни таклиф этди ва бу заруратни маркетинг фаолияти маҳорат даражаси кескин ўсиши билан изоҳлади. У билан келган ҳамкасбига тадқиқотчилик-таҳлилий гуруҳни бошқаришни топширди, ўзи эса реклама ишлари билан шуғуллана бошлади, Волков ва Эбоженкога эса нарх сиёсати ва логистика юклатилди.

Бунда сотув муаммоси амалдаги сотув бўлимида қолди, унга эса маъмуриятга яхши таниш бўлган Федоровский бошчилик қилди. Кравченконинг ҳисоблашича, ваколатларни бундай тақсимлаш заводда узоқ вақтдан бери ишлайдиганлар билан низолар юзага келишининг олдини олиши лозим эди. Бу ёндашув маркетинглар томонидан тайёрланган Заводда маркетинг хизмат ҳақида Қоидалар лойиҳасига асос қилиб олинди.

Маркетинг хизмат ҳақида Қоидалар лойиҳаси заводнинг тижорат директори ҳузурда мажлисда муҳокама қилинди. Лойиҳани маркетинг бўлими раҳбари Кравченко тақдим этди. Бош оппонент – сотув бўлими бошлиғи Федоровский кескин оҳангда айтди:

- Ҳа, буюртмалар билан аҳвол оғирашди. Шу сабабли сотув бўлими ҳамкасблар – маркетинглар унумли ишлаши ва сотувга ёрдам беришидан жуда манфаатдор. Бироқ бу ёрдам қанчалик амалий бўлади?

Сотув бўлими ўз штатига иккита маркетинг олган бўлиб, улар ўзларига топширилган ишларни жуда яхши бажариб келмоқда. Бозорда бизнинг эквалайзерлар муваффақияти барчага маълум. Биз бундай буён ҳам кенг истеъмол товарлари бўйича маркетинг ишлари юритишни режалаштирганмиз. Энди бизнинг ходимлар бошқа хизматлар томонидан олиб кетилмоқда, лекин гап бунда ҳам эмас.

Заводда асосий маркетинг муаммоси асосий маҳсулот – радиодеталларни сотиш ҳисобланади. Айнан шу маҳсулотни на Кравченко, на унинг ходимлари яхши билмайди. Ваҳоланки, маркетингда асосийси – яхши товар эканлиги ҳаммага маълум. Бизнинг маркетинглар эса бу товарни билмайди.

Маркетинг хизмати янги Қоидаларга кўра барчага нимани ишлаб чиқариш ва қандай нарх белгилаш бўйича тавсиялар беришга шайланган. Сотув учун эса мен жавоббераман. Бу ерда ҳамма яхши биладик, мен бунинг учун жвоб бера оламан ҳам. Демак, менда уларнинг тавсияларига ишонч бўлиши керак! Мен профессионал бўлмаганларга қандай ишонишим мумкин?

Уларнинг «истеъмолчилар анкеталари», «жойлаштириш схемалари», «стратегия куриш матрицалари» чиройли кўринади. Бироқ бу жадвалларни ким тўлдиради ва ким «муҳимлик баллари»ни қўяди? Бизни бу ишлардан озод қилинг, акс ҳолда бошқа ҳеч нарсага вақт қолмайди, барча оморларимиз эса маҳсулотга тўлиб кетади.

Умуман олганда, сотув бўлими ҳозирда янги хизмат, Қоидаларда кўзда тутилган ҳолида, заводга кўп яхши нарса бера олмайди деб ҳисоблайди.

Мажлисда лойиҳа сотув бўлими раҳбарининг қатъий аозицияси туфайли маъқулланмади. Юзага келган низо натижасида четдан келган маркетинглар ишдан бўшаб кетди, қолганлар эса яна сотув бўлими ходимларига айланди.

## 14-мавзу. Миллий иқтисодиётда рақобат муҳитини шакллантиришнинг институционал асослари

### Топшириқлар

#### 1-масала.Савол ва топшириқлар:

1. Завод раҳбариятида маркетинг гуруҳини кенгайтириш учун қандай асослар бўлган? Сиз бунинг учун қандай асослар кўрасиз?
2. Янги ходимларнинг нафсонияти нимадан иборат ва нима билан асосланади? Бу нималар билан мувозанатга келтирилиши мумкин?
3. Низонинг моҳияти нимада ва унинг сабаблари қандай?
4. Лойихада таклиф этилган маркетинг бўлимининг функционал ташкилий структураси завод эҳтиёжлари ва юзага келган кадрлар билан боғлиқ вазиятга қанчалик жавоб беради? Маркетинг бўлими янги раҳбарининг таклифлари қанчалик ҳаққоний ва истиқболли эди? Унинг хатолари нимадан бўлди?
5. Завод раҳбарияти қандай ташкилий чоралар билан низонинг олдини олиши мумкин эди? Низонинг куч-қувватини қандай қилиб конструктив йўналишда фойдаланиш мумкин эди?

#### *Вазиятли топшириқ - 2*

*Бозор сизимини баҳолаш ва товар ишлаб чиқариш бўйича қарор қабул қилиш*

#### **Бозорни таҳлил қилиш маълумотлари**

Россия кофе бозорининг амалдаги йиллик сизими 1992 йил нарх ифодасида 50 млн. доллар атрофида бўлди. «Ми-Сервис» фирмаси томонидан тақдим этилган кофега талаб статистикаси қуйидагича: Башкирдистон, Беларусь, Узоқ Шарқ, Забайкалье, Москва, Приуралье – 5%дан, Коми Республикаси ва Санкт-Петербург – 10%дан, Марказий ва Шарқий Сибирь – 15%, Россия жануби – 20%.

Ғарбий Европада ишлаб чиқарилган, майдаланган қадокланган кофе баҳоси маҳаллий импортчилар учун тоннаси камида 10 минг доллар, эрийдиган кофе - 20 минг доллар, гранула шаклидаги кофе - 45 минг доллар даражада бўлган. Ғарбий Европада ката ишлаш жараёнида кофе нархи ўртача 7 марта ошади.

Мамлакатга кофе нодавлат импорти 80%га Шарқий Европа мамлакатларидан, фрахтда тежаб қолиш мақсадида амалга оширилган. Бугунда эрийдиган ва шиша идишларга қадокланган кофе ўртача нархи тоннасига 4 минг долл., қовурилган дон шаклидаги (3-5 кг пластик пакетлар) – 2,2 минг долл.

Яшил (хом) кофени Германия, Венгрия, Польша, Чехияда сотиб олиш ва уни с последующей жаркой и фасовкой в Болгария, Румыния ёки Туркиянинг европа қисмида қовуриш ва қадоклаш бир вагон (60 т.) партиядан бошлаб ўзини оқлайди ва бундай партия камида 100 минг долларга тўғри келади. Валютадаги фойда даражаси – 100%.

Кофе хомашёсини Африкада тоннасини 500 доллардан ҳам сотиб олиш мумкин, бироқ 500 т. Юк кўтарадиган кема фрахти 60 минг долларга тушади. Айтиб ўтилган мамлакатларда кофени қовуриш ва қадоклаш харажатларини ҳисобга олган ҳолда 550 минг доллар миқдорида бошланғич капитал талаб этилади. Фойда – 150%.

Россияда кофе қовуриш бўйича линиялар қуриш ҳар 500 т. кофеда 100 минг доллар тежаб қолишга имкон беради. Ойига 500 тонна хомашё қайта ишлашга қодир бўлган, илгари фойдаланилган импорт линия 100-150 минг доллар атрофида туради.

#### **Кўшимча ахборот маълумотлари**

Германиянинг Dargboven фирмаси маълумотларига кўра, Шарқий Европа мамлакатлари кофе бозорининг истиқболи порлоқ. Масалан, Польшада кофе истеъмолчи 1992 йил 1 млн. қопдан 2013 йилга келиб 2.2 млн.қопга ўсиши кутилмоқда. Бу кўрсаткичлар бир кишига тўғри келадиган истеъмол (1 йилда 3,5 кг) ўсгани ва ғарб мамлакатлари даражасига етганини акс эттиради. Бунда кофе импорти ҳажми ўтган йили



1,3 млн қопни ташкил этдм, бу эса 1992 йилдагидан 34% ортиқ.

Бу башорат кофе нархининг қимматлиги ривожланган ва ривожланаётган мамлакатларда кофе истеъмолини жиддий пасайтириши мумкинлигидан хавотирга тушган кофесаноатини бироз тинчлантирди.

Кофе Шарқий Европада нисбатан қиммат маҳсулот саналади, чунки бу ерда ойлик маош Ғарбий Европа мамлакатларидан анча паст. Бироқ Darboven фирмасида ишсизликнинг қисқариши билан истеъмолининг ўсиши тахмин этилмоқда. Бу ерда МДХ мамлакатларида кофе истеъмоли 1989 йилдан бошлаб икки баравар ўсди бир кишига 0,5 кг даражага етди деб ҳисоблайдилар.

#### **Савол ва топшириқлар**

1. Кофе импорти нодавлат шаклида, эрийдиган ва қовурилган кофе хариди тенг, кофе хомашёси харидига эса эътибор қаратмаслик керак бўлса, мамлакат кофе бозорининг жорий амалдаги сиғимини ҳисоблаб чиқинг? Бу қай даражада аниқлик билан амалга ошириш мумкин?

2. Қайси ахборот етишмаслиги бозор сиғимини тоннада аниқ белгилашга халақит беради?

3. Кофе хомашёси харид қилиш ва уни маҳаллий корхоналарда қовуришда бозор сиғими қайси томонга ўзгаради? Бундай ўзгариш қандай кўшимча шартларда реал воқеликка айланади?

4. Россияда кофе қайта ишлаш ҳақида қарор қабул қилиш фойдасига қайси молиявий далиллар хизмат қилади?

5. Энг юқори тежамкорлик тамойилидан келиб чиқадиган бўлсак, маҳаллий тадбиркорнинг кофе бозоридаги илк қадамлари қандай бўлади? Кофе бизнесида талаб этиладиган капитал оптимал миқёси қандай ва республикада кофени қайта ишлашни йўлга қўйиш учун бу капитал қанча айланмаси зарур?

6. Маҳаллий бозордаги фаолият кўламини ҳисобга олган ҳолда ушбу фирманинг бозор улуши қандай бўлиши мумкинлигини аниқланг. Шу боисдан кофени қайта ишлаш бўйича ўз ишлаб чиқаришини яратишга тайёрланишда нималар қилиш зарур?

### **15-мавзу. Рақобатни ривожлантиришнинг замонавий тенденциялари**

#### **Топшириқлар**

##### ***Вазиятли топшириқ - 1***

*Реклама самарадорлигини баҳолаш*

Рекламани синаб кўриш объектлари сифатида танлаб олинган А, Б ва В шаҳарларда фирма маҳсулотлари умумий сотуви реклама бошланишидан олдин 3600 контейнер ва рекламадан кейин 6400 конвейер маҳсулотни ташкил этди. Г, Д ва Е «назорат» (реклама ўтказилмаган) шаҳарларда сотув ҳажми биринчи давр 4600 контейнер ва иккинчи даврда — 5750 контейнерни ташкил қилди.

Махсус буклетлар ёрдамида почта орқали реклама А ва Б шаҳарларда умумий ҳажми 600 контейнер маҳсулот бўлган буюртма олишни таъминлади (В шаҳрида почта орқали жўнатмалар амалга оширилмади). А, Б ва В шаҳарларда бир текисда телевизион рекламадан фойдаланилди. Бундан ташқари, В шаҳрида радиореклама қўлланди.

Бу шаҳарларда реклама харажатлари умумий миқдорда қуйидагини ташкил этди: телереклама — 10 минг п.б.; радиореклама — 12 минг п.б.; буклетларни адресли жўнатиш — 12,5 минг п.б.

Ҳар бир кўшимча контейнер маҳсулот сотиш, транспорт харажатларини чиқариб ташлаганда, бироқ реклама харажатларини қўшмасдан, фирмага 0,2 минг п.б. миқдорда кўшимча фойда келтиради.

#### **2-масала. Савол ва топшириқлар:**

1. Сотув натурал ҳажми ўсишининг қайси қисмини реклама ҳисобига деб ҳисоблаш мантиқан тўғри бўларди (бошланғич ҳажм фоизида)? Ҳисоб-китобни келтиринг.

2. Бутун реклама кампанияси умумий самарадорлиги қандай?

3. Ҳар бир реклама тури самарадорлиги қандай, уларнинг қайси бирини, жумладан, истиқбол учун самарали деб ҳисоблаш мумкин? ҳисоб-китоблар келтиринг, шуни эътиборга олингки, экспериментал гуруҳнинг ҳар бир шахрида сотув ҳажми ҳар бир муайян даврда бир хил.

### 3-масала. Тест

9. Муайян товарнинг фақат икки нафар етказиб берувчиси мавжуд бўлган бозор тузилмаси тури бу..

- А) Олигополия
- Б) Манаполия
- С) Монополия
- Д) Дуополия\*

10. Ягона товар етказиб берувчи ва ягона истеъмолчининг қарама-қарши кураши вужудга келувчи бозор .....

- А) билатерал монополия\*
- Б) уч томонлама монополия
- С) ягона монополия
- Д) чексиз монополия

11. Монополиядан асосий мақсад?

- А) иқтисодий ёрдам тарафдори
- Б) олинаётган фойда ҳажмининг кўпайиши\*
- С) зарардан қочиш
- Д) кам маблағ сарфлаш

12. Монополиянинг бозорни қамраб олиш даражасига кўра турлари .....

- А) соф монополия, дуополия, олигополия, монополия\*
- Б) эркин рақобат
- С) мукамал рақобат
- Д) чексиз монополия

13. Легал монополия...

- А) Бундай монополия тури мавжуд эмас
- Б) Бу аҳамиятсиз тарзда ташкил этилувчи монополия
- С) Бу ноқонуний тарзда ташкил этилувчи монополия
- Д) Бу қонуний тарзда ташкил этилувчи монополия\*

14. Легал монополияни ташкил этилувчи монополистик ҳолат?

- А) лизинг
- Б) патент тизими, муаллифлик ҳуқуқи, товар белгилари\*
- С) гриф, суғурта
- Д) муаллифлик ҳуқуқи, лизинг,

15. Сунъий монополиялар бу?

- А) бозорга янги рақибларнинг кириб келишига йўл қўймаслик
- Б) ишлаб чиқаришнинг энг юксак даражадаги технологиясига эришиш
- С) ўз фаолиятини юқори даражада реклама қилиш орқали бошқа рақобатчиларни бозордан сиқиб чиқариш
- Д) Барча жавоблар тўғри\*

16. Картель, синдикат, трест, консорциум, концерн қандай монополия шаклига киради?

А) сунъий монополия\*

Б) табиий монополия

С) легал монополия

Д) бундай шакл мавжуд эмас

---

**ТАВСИЯ ЭТИЛАДИГАН АДАБИЁТЛАР  
РЎЙХАТИ**

---

## Асосий адабиётлар

1. Porter, M. E. The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. NY: Free Press, 2010.
2. Michael E. Porter. Competitive strategy: Techniques Analyzing Industries and Competitors. The free press. New York London Toronto Sydney Singapore.2005
3. Алимов Р.О., Расулев А.Ф., Қодиров А.М. “Ўзбекистон иқтисодиётининг рақобатбардошлигини ошириш муаммолари: назария ва амалиёт”. Монография. Т.:CONSAUDITINFORM - NASHR, 2006. – 438 б.
4. Портер М. «Конкурентное преимущество» 2-е издание. Москва - 2006. –1200 с.
5. Портер М. «Конкурентная стратегия» 2-е издание. Москва - 2012.- 936с.
6. Рубин Ю.Б. Конкуренция: Упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе. – М.: Маркет ДС, 2010. – 464 с.
7. Тарануха Ю.В. «Конкуренция и конкурентная стратегия». Учебное пособие. М6 2008. – 270 с.
8. Философова Т.Г, Быков В.А. Конкуренция инновации. Учеб. пособ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 295 с.
9. Чепурин М.Н., Киселева Е.А. «Курс экономической теории». Учебник. –М: «АСА», 2009. – 758 с.
10. Ходийев В.У., Шодмонов Ш.Ш. Iqtisodiyot nazariyasi. Darslik. - Т.: «Barkamol Fayz media», 2017, 159-б.
11. Шодмонов Ш.Ш., Гофуров У.В. Иқтисодиёт назарияси. Дарслик. – Т.: IQTISOD-MOLIYA, 2010. – 728 б.

## Қўшимча адабиётлар

12. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. Т.: Ўзбекистон, 2014.– 46 б.
13. Ўзбекистон Республикасининг «Марказий банки тўғрисида»ги Қонуни.
14. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев Бирлашган Миллатлар Ташкилоти Бош Ассамблеясининг 72-сессиясидаги нутқи. 19 сентябрь, 2017 й.
15. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. 23 декабрь, 2017 йил.
16. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли “2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги Фармони.
17. Ш.М. Мирзиёев. Эркин ва фаровон, демократик Ўзбекистон давлатини биргаликда барпо этамиз. –Тошкент: Ўзбекистон, 2016. -56 б.
18. Ш.М. Мирзиёев. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик- ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қонидаси бўлиши керак. –Тошкент: Ўзбекистон, 2017. -104 б.
19. Ш.М. Мирзиёев. Қонун устуворлиги ва инсон манфаатларини таъминлаш юрт тараққиёти ва халқ фаровонлигининг гарови. –Тошкент: Ўзбекистон, 2017. -48 б.
20. Ш.М. Мирзиёев. Буюк келажакимизни мард ва олижаноб халқимиз билан бирга қурамиз. –Тошкент: Ўзбекистон, 2017. -488 б.
21. Инсон тараққиёти. Дарслик. И.ф.д., проф. Қ.Х. Абдурахмонов таҳрири остида. – Т.: Fan va technologya, 2014. – 476 с.
22. Горбунов А. Национальная конкурентоспособность. – М.: «Анкил», 2010. – 256 с.
23. Мазилкина Е.И, Паничкина Т.Г. Управление конкурентоспособностью. Учеб. пособ. – «Омега-Л», 2009. – 325 с.

24. Микроэкономика: учеб. / Под.ред. Грязновой А.Г. и Юданова А.Ю. М.: КНОРУС, 2010. – 704 с.

25. Носова С.С. Экономическая теория. Учебное пособие. М.: КНОРУС, 2010 – 510 с

26. Самуэлсон Пол Э., Нордхаус Вильям Д. Экономика. Учебник. 18-е изд.: Пер с англ. – М.: ООО «И.Д.Вильямс», 2009. – 1360 с.

### **Электрон журналлар**

27. International Journal of Business Forecasting. [www.inderscience.com](http://www.inderscience.com)

28. Ansoff matrix. [www.free-management-ebooks.com](http://www.free-management-ebooks.com)

29. Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар. Илмий-электрон журнал. [www.iqtisodiyot.uz](http://www.iqtisodiyot.uz)

30. Экономическое обозрение. [www.cer.uz](http://www.cer.uz)

31. Современная конкуренция. [www.ama.org](http://www.ama.org)

32. Молодой учёный. [www.ama.org](http://www.ama.org)

33. Проблемы современной экономики. [www.ama.org](http://www.ama.org)

### **Интернет сайтлари**

34. [www.gov.uz](http://www.gov.uz) – Ўзбекистон Республикаси ҳукумат портали.

35. [www.lex.uz](http://www.lex.uz) – Ўзбекистон Республикаси Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси.

36. [www.economist.com](http://www.economist.com)

37. [www.worldeconomies.com](http://www.worldeconomies.com)

38. [www.tradingeconomics.com](http://www.tradingeconomics.com)

39. <http://grad-schools.usnews.rankingsandreviews.com/best-graduate-schools/top-humanities-schools/economics-rankings>

40. [www.ereport.ru](http://www.ereport.ru) - Обзорная информация по мировой экономике

41. [www.stplan.ru](http://www.stplan.ru) - экономика и управление

---

**ТАЛАБАНИНГ СЕМЕСТР ДАВОМИДАГИ  
МУСТАҚИЛ ТАЪЛИМИГА ОИД  
ТОПШИРИҚЛАР**

---

## МУСТАҚИЛ ТАЪЛИМГА ОИД ТОПШИРИҚЛАР

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг мамлакатимизни 2016 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг асосий якунлари ва 2017 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг кенгайтирилган мажлисидаги маърузасида илгари сурилган иқтисодий масалалар.

2. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.Мирзиёевнинг “Тадбиркорлик фаолиятининг жадал ривожланишни таъминлашга, хусусий мулкни ҳар томонлама ҳимоя қилишга ва ишбилармонлик муҳитини сифат жиҳатидан яхшилашга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги Фармони. ПФ-4848. 05.10.2016 й.

3. Президент Ш.Мирзиёевнинг Ўзбекистон Республикаси Конституцияси қабул қилинганининг 25 йиллигига бағишланган тантанали маъросимдаги маърузасида илгари сурилган иқтисодий масалалар.

4. 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича ҳаракатлар стратегиясида белгиланган устувор вазифалар

5. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномасида ижтимоий-иқтисодий соҳани ислоҳ қилиш бўйича қабул қилинган вазифалар.

6. Рақобатнинг иқтисодий мазмуни, моҳияти ва ўзига хос хусусиятлари. А.Смит (1723-1790), А.Маршалл (1842-1924)) назариялари асосида.

7. Номукамал рақобат турлари, амалга ошиш сабаблари ва эволюцияси.

8. XIX-XX асрларда номукамал рақобатнинг кучайиши.

9. Э.Чемберлин (1899-1967) ва Ж.Робинсоннинг (1903-1983) монополистик рақобат назариялари.

10. Табиий, легал ва сунъий монополиялар. Й.Шумпеттер (1883-1950) гипотезаси.

11. Рақобат кучлари назарияси

12. М. Портернинг рақобат беш кучи модели

13. Рақобатбардошлик ва унинг намоён бўлиш шакллари

14. Ўзбекистон иқтисодиётининг рақобатбардошлигини баҳолашга нисбатан услубий ёндашувлар

15. Стратегик режаларнинг SWOT таҳлили ва SWOT таҳлили босқичлари.

16. Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишнинг ижтимоий омиллари

17. А. Маршаллнинг танлаш зркинлиги концепцияси

18. М. Портернинг миллий ромби.

19. Нарх шаклланиши миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигининг асосий омили сифатида

20. Рақобат устунлиги ва унга эришиш концепциялари

21. Миллий иқтисодиётнинг рақобат устунликларини шакллантиришнинг методологик асослари

22. Нарх шаклланиши миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигининг асосий омили сифатида

23. Рақобатнинг инновацияларни тадбиқ этиш стратегияси

24. Рақобатнинг дифференциаллаш стратегияси

25. Рақобатнинг бозор таҳмонлари стратегияси

26. Ўзбекистонда рақобатчилик муҳитининг вужудга келиши ва монополияга қарши қонунчилик

27. Рақобат муҳитини шакллантиришнинг инновацион омиллари.



28. Республикамизда соғлом рақобат муҳитини яратишга оид Ўзбекистон Республикасининг махсус қонунлари

29. Рақобатнинг инновацияларни тадбиқ этиш стратегияси

30. Рақобатнинг дифференциаллаш стратегияси

**31.** Ўзбекистонда рақобат муносабатларини шакллантиришнинг иқтисодий институтлари.

**32.** Рақобатни ривожлантиришнинг замонавий тенденциялари

33. Глобаллашув шароитида Ўзбекистоннинг жаҳон хўжалик тизимиغا интеграциялашувининг асосий йўналишлари

34. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш рақобат муҳитини яратишнинг муҳим иқтисодий институти.

35. М.Портернинг мамлакат халқаро рақобатбардошлиги назарияси.

36. Антимонопол қонунчилик ва монополияларни тартибга солиш.

---

**МУСТАҚИЛ ТАЪЛИМНИ БАҲОЛАШ БЎЙИЧА  
УСЛУБИЙ КЎРСАТМА**

---

## 1. Кириш

Мазкур услубий кўрсатма Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг 2010 йил 25 августдаги 333-сонли «Талабалар мустақил ишларини ташкил этиш тўғрисида»ги буйруғи билан тасдиқланган «Талабалар мустақил ишларини ташкил этиш ва назорат қилиш» бўйича йўриқнома, 2010 йил 5 августдаги 34-сонли буйруғи билан амалга киритилган «Олий таълим муассасаларида талабалар билимини назорат қилиш ва баҳолашнинг рейтинг тизими тўғрисида Низом»га кўра ҳамда ТДИУ Магистратура бўлими Илмий Кенгашининг 2016 йил 30 августдаги 1-баённомаси билан тасдиқланган «Монетар сиёсат назарияси» фани бўйича ишчи ўқув дастури асосида ишлаб чиқилган.

«Ҳозирги замон рақобат назарияси» фанидан талабалар мустақил ишларини ташкил этиш, назорат қилиш ва баҳолаш бўйича тайёрланган ушбу услубий кўрсатма магистратура босқичи 5A230101–«Иқтисодий назария» йўналиши 2-курс магистратура талабаларининг мазкур фандан мустақил ишларини ташкил этиш ва назорат қилишда фойдаланиш учун тавсия этилади.

Мустақил ишнинг ўзига хослиги шундаки, ўқув фаолиятининг бу қисми талабаларнинг мустақил фаоллиги ҳамда тегишли профессор-ўқитувчиларнинг назорати асосида ташкил этилиб, ўқув режада семестрлар бўйича белгиланган соатлар ҳажмига кўра амалга оширилади. Хусусан, магистратура босқичи 230101–«Иқтисодий назария» йўналиши учун «Монетар сиёсат назарияси» фани бўйича мустақил ишларнинг умумий ҳажми ўқув режада 40 соат миқдорида белгиланган.

Мазкур услубий кўрсатмада талабалар мустақил ишларининг асосий шакллари ва уларнинг мазмуни, мустақил ишни амалга оширишда талаба бажариши лозим бўлган вазифалар, мустақил ишни бажариш бўйича маслаҳатларни ташкил этиш, уларни назорат қилиш ва баҳолаш тартиби баён этилган.

## 2. Талабалар мустақил ишларининг мазмуни ва асосий шакллари

«Ҳозирги замон рақобат назарияси» фани бўйича талабалар мустақил ишларини ташкил этиш уларда иқтисодий билим, дунёқараш, ижтимоий фаоллик ва мустақил фикрлашни шакллантиришга қаратилган тадбирлар тизимини ўз ичига олади. У ўқув режаси ва фанлар дастурларида кўзда тутилган зарур билимлар ва кўникмаларнинг талабалар томонидан оқилона, кам вақт ва куч сарфлаб ўзлаштирилишини таъминлайди.

«Ҳозирги замон рақобат назарияси» фанини ўқитиш жараёнини такомиллаштириш, талабанинг қизиқишларини, англаш фаоллигини ва мустақил ишларини ривожлантириш йўналишида боради, бунда ижодий фикрлаш, мустақил ўқиш, кўникма ва лаёқатлари шаклланади.

**Талаба мустақил иши** – муайян фандан ўқув дастурида белгиланган билим, кўникма ва малаканинг маълум бир қисмини талаба томонидан фан ўқитувчиси маслаҳати ва тавсиялари асосида аудитория ва аудиториядан ташқарида ўзлаштиришига йўналтирилган тизимли фаолиятдир.

Мустақил ишни бажаришдан **асосий мақсад** – «Иқтисодиёт назарияси» кафедраси профессор-ўқитувчиларининг бевосита раҳбарлиги ва назорати остида талабаларни семестр давомида фанни узлуксиз ўрганишини ташкил этиш, олинган билим ва кўникмаларни янада мустаҳкамлаш, келгусидаги дарсларга тайёргарлик кўриш, ақлий меҳнат маданиятини, янги билимларни мустақил равишда излаб топиш ва қабул қилишни шакллантириш ҳамда ушбу тариха университетда рақобатбардош кадрларни тайёрлашга эришишдан иборат.

Мустақил иш учун бериладиган топшириқларнинг шакли ва ҳажми, қийинчилик даражаси семестрдан–семестрга кўникмалар ҳосил бўлишига мувофиқ равишда ўзгариб, ошиб бориши лозим. Яъни, талабаларнинг топшириқларни бажаришдаги мустақиллиги

даражасини аста-секин ошириб, уларнинг топшириқларни бажаришга тизимли ва ижодий ёндошишга ўрганиб бориши керак.

«Ҳозирги замон рақобат назарияси» фани бўйича талабалар мустақил ишини ташкил этишда талабанинг академик ўзлаштириш даражаси ва қобилиятини ҳисобга олган ҳолда **қуйидаги шакллардан** фойдаланиш мумкин:

- фаннинг айрим мавзуларини ўқув адабиётлари ёрдамида мустақил ўзлаштириш, ўқув манбалари билан ишлаш;

- семинар машғулотларига тайёргарлик кўриб бориш;

- белгиланган мавзулар бўйича реферат тайёрлаш;

- Ўзбекистон Республикаси қонунлари, Президент қарорлари ва фармонлари ҳамда бошқа меъёрий ҳужжатларни конспектлаштириш;

- тестлар ечиш;

- амалиётдаги мавжуд муаммонинг ечимини топиш бўйича кейслар ечиш;

- мунозарали саволлар ва топшириқларга тайёргарлик кўриш;

- талабаларнинг илмий жамиятлари ва тўғарақларида иштирок этиш;

- кўргазмали воситалар тайёрлаш;

- курс иши (лойиҳалари)ни бажариш;

- ҳисоб-китоб ва график ишларини бажариш;

- илмий мақола, тезислар ва маъруза матнларини тайёрлаш;

- “талаба-ўқитувчи-кутубхона” кунида фан бўйича янги ўқув адабиётлари шарҳини ўқитувчи билан ҳамкорликда тайёрлаш;

- ахборот ресурс марказида белгиланган мавзулар бўйича назарий, амалий ва статистик маълумотларни йиғиш, қайта ишлаш ва муайян тизимга солиш;

- белгиланган мавзулар бўйича замонавий ахборот технологиялари ёрдамида тақдимот материаллари тайёрлаш;

- талабалар ётоқхонасидаги маънавият хонаси, кутубхона, замонавий ахборот технологиялар маркази имкониятларидан фойдаланилган ҳолда мустақил ўқиш жараёнларида иштирок этиш;

- факультативлар ва махсус семинарлар ишларида иштирок этиш;

- кафедралар ва факультетларнинг илмий ҳамда илмий-услубий ишларида иштирок этиш ва бошқалар.

Талабаларнинг мустақил иши таълим ва тарбиянинг шундай вазифаларига бўйсундирилганки, бутун ўқув жараёни тўлалигича талабалар томонидан фаол, онгли, пухта ва тизимли равишда фан асосларини ўзлаштириш ва уларда иқтисодий дунёқарашни шакллантириш имконини беради. Бу вазифалар таълим жараёни ва шахсни шакллантириш қонуниятларини билмасдан ва фойдаланмасдан туриб ҳал қилиниши мумкин эмас. Уларнинг мазмунига қисқача тўхталиб ўтамиз.

**Мавзуни мустақил ўзлаштириш.** Фаннинг хусусияти, талабаларнинг билим даражаси ва қобилиятига қараб ишчи ўқув дастурига киритилган алоҳида мавзулар талабаларга мустақил равишда ўзлаштириш учун топширилади. Бунда мавзунинг асосий мазмунини ифодалаш ва очиб беришга хизмат қиладиган таянч иборалар, мавзуни тизимли баён қилишга хизмат қиладиган саволларга эътибор қаратиш, асосий адабиётлар ва ахборот манбаларини кўрсатиш лозим.

Топшириқни бажариш жараёнида талабалар мустақил равишда ўқув адабиётларидан фойдаланиб, ушбу мавзуни конспектлаштирадилар, таянч ибораларнинг моҳиятини англаган ҳолда мавзуга тааллуқли саволларга жавоб тайёрлайдилар. Зарур ҳолларда (ўзлаштириш қийин бўлса, саволлар пайдо бўлса, адабиётлар етишмаса, мавзуни тизимли баён эта олмаса ва ҳ.к) ўқитувчидан маслаҳатлар оладилар. Мустақил ўзлаштирилган мавзу бўйича тайёрланган матн ўқитувчига ҳимоя қилиш орқали топширилади.

Ўқув жараёнининг ажралмас таркибий қисми бўлган иқтисодиёт назарияси фани бўйича мустақил ишлар кўпроқ рефератлар кўринишида бўлиб келмоқда. Реферат

талабалар илмий ишларининг биринчи шаклидир. Талабалар илмий ижоди ўқув жараёнларидан бири сифатида ўқитиш, билим бериш ва тарбиялаш вазифаларини бажаришда ўз хусусиятларига эга. Талаба тадқиқот фаолиятига жалб қилиниб, илмий адабиётлар билан ишлаш, статистик ва бошқа материалларни йиғиш, қайта ишлаш ва таҳлил қилиш кўникмаларига эга бўлади, ўрганилаётган ҳодисани танқидий баҳолашга ўрганади, назарияни амалиёт билан боғлайди ва ҳ. к.

Агар реферат тайёрлашнинг дарслик бўйича тайёрланган семинар машғулотига чиқишга қараганда мазмун ва сифат жиҳатдан юқорилиги ҳисобга олинса, реферат шубҳасиз катта фойда келтиради. Талаба аудитория олдида рефератда баён қилинган қоидаларни ҳимоя қилишга, ёқлашга тайёрланиши керак, иқтисодиёт назариясини ўрганишда бу муҳим аҳамиятга эга.

**Реферат** - бу талабалар мустақил ишларининг самарали шаклларида биридир. Мазкур шакл талаба томонидан реферат мавзусини танлаш, унда ёритиладиган масалалар мазмунини олдиндан режалаштириш, рефератни тайёрлаш ва муҳокама қилишнинг барча босқичларида кафедра профессор-ўқитувчиларининг ташкилий-услубий ёрдами ва маслаҳати асосидагина самарали амалга ошириши мумкин. Бу ерда ўқитувчи томонидан талабаларнинг реферат ишларига раҳбарлик қилиш қанчалик батафсил ва малакали амалга оширилганлиги ва рефератларга талаблар мезони қанчалик тўғри қўйилганлиги албатта, ҳал қилувчи аҳамиятга эга. Топшириқ талабаларнинг реферат ёзиш кўникмаларини, илмий қизиқишлари ва билим даражасини ҳисобга олган ҳолда берилиши жуда муҳим.

**Кўргазмали воситалар тайёрлаш.** Талабага муайян мавзуни баён қилиш ва яхшироқ ўзлаштириш учун ёрдам берадиган кўргазмали материаллар тайёрлаш вазифаси топширилади. Мавзу ўқитувчи томонидан аниқланиб, талабага маълум кўрсатмалар, йўл-йўриқлар берилди. Кўргазмали воситаларнинг миқдори, шакли ва мазмуни талаба томонидан мустақил танланади. Бундай вазифани бир мавзу бўйича бир неча талабага ёки талабалар гуруҳига топшириш ҳам мумкин.

**Мавзу бўйича тестлар, мунозарали саволлар ва топшириқлар тайёрлаш.**

Талабага мустақил иш сифатида муайян мавзу бўйича тестлар, қийинчилик даражаси ҳар хил бўлган масалалар ва топшириқлар, мунозарага асос бўладиган саволлар тузиш вазифаси топширилади.

Бунда ўқитувчи томонидан талабага тестга қўйиладиган талаблар ва уни тузиш қонун-қоидалари, қандай мақсад кўзда тутилаётганлиги, муаммоли саволлар тузишда мавзунинг мунозарали жиҳатларини қандай ажратиш лозимлиги, топшириқларни тузиш усуллари бўйича йўл-йўриқ берилди.

**Илмий мақола, тезислар ва маърузалар тайёрлаш.** Талабага бирон-бир мавзу бўйича (мавзуни талабанинг ўзи ҳам танлаши мумкин) илмий мақола, тезис ёки маъруза тайёрлаш топширилиши мумкин. Бунда талаба ўқув адабиётлари, илмий-тадқиқот ишлари, диссертациялар, мақола ва монографиялар ҳамда бошқа ахборот манбаларидан мавзуга тегишли материаллар тўплайди.

**Талабаларнинг илмий-назарий конференциялари** ҳам талабалар мустақил ишларининг шаклларида биридир. Кафедра профессор-ўқитувчилари талабалар илмий-назарий конференциясини ташкил этиш орқали ўз ишини гуруҳнинг касбий йўналтирилганлигини, аъзоларининг ёш таркибини, қизиқишларини ҳисобга олиб, табақалашган ҳолда ташкил қилиши керак. Фақат шу ҳолдагина талабаларнинг конференцияни ўтказишда фаол иштироки ва манфаатдорлиги таъминланади. Талабаларнинг илмий-назарий конференцияларини босқичма-босқич ўтказиш мақсадга мувофиқдир. Иқтисодиёт назарияси фани бўйича талабаларнинг илмий-назарий конференцияларини қуйидаги босқичларда амалга ошириш мақсадга мувофиқдир:

1-босқич – фан ўқитиладиган барча ўқув гуруҳларида конференцияларни ўтказиш;

2-босқич – ҳар бир гуруҳда танлаб олинган талабаларнинг энг яхши маърузаларини факультет ва факультетларaro конференцияга тақдим этиш ва ўтказиш;

3-босқич – факультетлараро конференцияда танлаб олинган энг яхши маърузаларни умумуниверситет илмий-назарий конференциясига тақдим этиш.

Бутун гуруҳлар учун ягона бўлган конференция мавзусини тасдиқлаб, талабаларнинг маъруза ва чиқишларини гуруҳларнинг қизиқишларига қараб ихтисослаштириш мумкин.

### **3. Талабалар мустақил ишларини ташкил этишнинг асосий тамойиллари**

Талабалар мустақил ишларини ташкил этишда «Талабалар мустақил ишини ташкил этиш ва назорат қилиш» бўйича йўриқномада белгиланган қуйидаги асосий тамойилларга риоя қилиш мақсадга мувофиқдир:

1. Талабалар мустақил ишларини икки кўринишда – аудиторияда ва аудиториядан ташқарида ташкил этиш.

2. Талабалар мустақил ишларини тизимли равишда, яъни босқичма-босқич, оддийдан мураккабга қараб ташкил этилишини таъминлаш.

3. Талабалар мустақил ишларининг шакли ва ҳажмини белгилашда қуйидаги муҳим жиҳатларга эътибор қаратиш:

- талабанинг ўқиш босқичи;
- муайян фаннинг ўзига хос хусусияти, ўзлаштиришдаги қийинчилик даражасига;
- талабанинг қобилияти, назарий ва амалий тайёргарлик даражасига;
- фаннинг ахборот манбалари билан таъминланганлик даражасига;
- талабанинг ахборот манбалари билан ишлай олиш даражасига;
- мустақил иш учун топшириқлар курсдан-курсга ўтиш билан шакл ва ҳажм жиҳатидан ўзгариб боришига;
- мустақил иш фан хусусияти ҳамда талабанинг академик ўзлаштириш даражасига ва қобилиятига мос ҳолда ташкил этиш.

### **4. Мустақил ишни амалга оширишда талаба бажариши лозим бўлган вазифалар**

Талабалар мустақил ишларини ташкил этишда қуйидаги вазифаларни бажаришлари лозим:

- янги билимларни мустақил тарзда пухта ўзлаштириш кўникмаларига эга бўлиш;
- зарур маълумотларни излаб топиш учун қулай усулларни ва воситаларни аниқлаш;
- ахборот манбаларидан самарали фойдаланиш;
- анъанавий ўқув ва илмий адабиётлар ҳамда меъёрий ҳужжатлар билан ишлаш;
- электрон ўқув ва илмий адабиётлар ва маълумотлар банки билан ишлаш;
- Интернет тармоғидан мақсадли фойдаланиш;
- маълумотлар базасини таҳлил этиш;
- иш натижаларини экспертизага тайёрлаш ва эксперт хулосаси асосида қайта ишлаш;
- топшириқларни бажаришда тизимли ва ижодий ёндашиш;
- ишлаб чиқилган ечим, лойиҳа ёки ғояни асослаш ва мутахассислар даврасида ҳимоя қилиш.

### **5. Талабалар мустақил иши бўйича маслаҳатларни ташкил этиш тартиби**

Талабалар мустақил иши бўйича маслаҳатлар дарси аудиториядан ташқарида амалга оширишга мўлжалланган мустақил ишларни бажариш юзасидан тегишли йўлланмалар бериш ва унинг бажарилишини назорат қилиб бориш мақсадида ташкил қилинади.

Талабалар мустақил иши бўйича маслаҳатлар дарси фаннинг календар-тематик режасига мувофиқ ўтказилади. «Монетар сиёсат назарияси» фани бўйича талабаларнинг мустақил иш мавзулари ва мазмуни, уларни бажариш юзасидан ҳисобот шакллари қуйидаги жадвалда келтирилган:

**Талабалар мустақил таълимнинг мазмуни ва ҳажми**

<b>т/р</b>	<b>Мустақил таълим мавзулари</b>	<b>Берилган топшириқлар</b>	<b>Бажариш Муддати</b>	<b>Ажратилган соатлар</b>
1.	“Халқ билан мулоқот ва инсон манфаатлари йили” Давлат дастуридан ўрин олган макроиқтисодий масалалар таҳлили ва уларнинг ижроси	Давлат дастури ва бажарилган ишлар бўйича реферат тайёрлаш	1 –ҳафта	2
2.	И.А.Каримовнинг“Бош мақсадимиз мавжуд қийинчиликларга қарамасдан, олиб бораётган ислохотларни, иқтисодиётимизда таркибий ўзгаришларни изчил давом эттириш, хусусий мулкчилик, кичик бизнес ва тадбиркорликка янада кенг йўл очиб бериш ҳисобидан олдинга юришдир” мавзусидаги маърузасида келтирилган устувор вазифалар	Маъруза мазмун - моҳиятини ўрганиш ва тармоқлар бўйича тақдимотлар тайёрлаш	2,3 - ҳафталар	4
3.	Рақобатнинг иқтисодий мазмуни, моҳияти ва ўзига хос хусусиятлари. А.Смит, А.Маршалл назариялари асосида.	Кейс-стади ишлаш	4,5 - ҳафталар	2
4.	Номукамал рақобат турлари, амалга ошириш сабаблари ва эволюцияси. XIX-XX асрларда номукамал рақобатнинг кучайиши.	Индивидуал топшириқларни бажариш	6, 7 - ҳафталар	2
5.	Рақобат кучлари назарияси. М. Портернинг рақобат беш кучи модели	Индивидуал топшириқларни бажариш	8,9 - ҳафталар	2
6.	Рақобатбардошлик ва унинг намоён бўлиш шакллари. Ўзбекистон иқтисодиётининг рақобатбардошлигини баҳолашга нисбатан услубий ёндашувлар	Кейс-стади ишлаш	10 –ҳафта	2
7.	Стратегик режаларнинг SWOT таҳлили ва SWOT таҳлили босқичлари.	Алоҳида корхона, фирмаларни ўрганиш бўйича топшириқларни бажариш	11 –ҳафта	4
8.	Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишнинг ижтимоий омиллари	Индивидуал топшириқларни бажариш	13–ҳафта	2
9.	А. Маршаллнинг танлаш эркинлиги концепцияси. М.Портернинг миллий ромби.	Маъруза мазмун - моҳиятини ўрганиш ва тақдимотлар тайёрлаш	14 –ҳафта	2
10.	Нарх шаклланиши миллий иқтисодиёт	Реал сектор корхоналари бўйича индивидуал	15-ҳафта	2

	рақобатбардошлигининг асосий омили сифатида	топшириқларни бажариш		
11.	Рақобатнинг инновацияларни тадбиқ этиш стратегияси, дифференциаллаш стратегияси ва бозор тахмонлари стратегияси	Индивидуал топшириқларни бажариш	16-хафта	2
12.	Рақобат бозорининг жозибadorлигини таҳлил қилиш ва талабни ўрганиш	Алоҳида товарлар бўйича индивидуал топшириқларни бажариш	17 –хафта	2
13.	Рақобат мухитини шакллантиришнинг инновацион омиллари. Республикамизда соғлом рақобат мухитини яратишга оид Ўзбекистон Республикасининг махсус қонунлари	Маъруза мазмун - моҳиятини ўрганиш ва тақдимотлар тайёрлаш	18 –хафта	4
14.	Глобаллашув шароитида Ўзбекистоннинг жаҳон хўжалик тизимига интеграциялашувининг асосий йўналишлари	Индивидуал топшириқларни бажариш	18 –хафта	2
15.	Республикамизда соғлом рақобат мухитини яратишга оид Ўзбекистон Республикасининг махсус қонунлари	Кейс-стади ишлаш	19 –хафта	4
<b>Жами</b>				<b>38</b>

Маслаҳат дарси тегишли фан ўқитувчиси томонидан ўтказилади.

Фан ўқитувчиси маслаҳат дарсида қуйидаги ишларни амалга оширади:

- талабалар мустақил ишлари топшириқларини бажариш юзасидан тегишли йўлланма беради.
- топшириқни бажариш режасини тузишга ёрдамлашади;
- тегишли адабиётлар ахборот манбаларини тавсия қилади;
- талабалар мустақил ишлари юзасидан тайёрланган ишланма, ҳисобот, реферат, ҳисоб-китоб ва топшириқ натижаларини қабул қилади ҳамда баҳолайди.

Талабалар мустақил иши бўйича маслаҳатлар ўқув жараёнининг 1 ва 2 сменада ташкил этилишига қараб талабаларнинг дарсдан бўш вақтларида дарс жадвалига киритилади.

## 6. Талабалар мустақил ишларини назорат қилиш ва баҳолаш тартиби

Мустақил ишларнинг бажарилиши “Талабалар билимини назорат қилиш ва баҳолашнинг рейтинг тизими Низоми” талаблари асосида назорат қилинади ва баҳоланади. Мустақил ишларини баҳолаш мезонлари талабаларга ўқув йили бошланиши олдида услубий материаллар билан биргаликда тарқатилади.

“Ҳозирги замон рақобат назарияси” фани бўйича талабалар мустақил ишларини жорий, оралиқ ва якуний назоратлар жараёнида қуйидаги топшириқларни бажариш орқали назорат қилиш ҳамда баҳолаш тавсия этилади:

Рейтинг назорати турлари ва уларнинг сони	Бирлиги учун	
	Миним. балл	Максим. балл
<b>I. Жорий назорат</b>		



1. Талабанинг машғулотларда фаоллиги, саволларга тўғри жавоб берганлиги, уйга вазифа, амалий топширик (масала, мисол ва тест) ларни бажарганлиги учун) (10x2)		11	20	
<b>2. Мустақил иш:</b>				
2.1. Алоҳида мавзуларни мустақил ўрганиш ва реферат тайёрлаш (1x3)		1,7	3	
2.2. Ўзбекистон республикасига оид меъёрий ҳужжатларни конспект қилиш (1x4)		2,2	4	
2.3. Алоҳида мавзуларни мустақил ўрганиш ва презентация тайёрлаш (1x3)		1,7	3	
<b>Жами ( ЖБ) – 30%</b>		<b>16,5</b>	<b>30</b>	
<b>II. Оралиқ назорат</b>				
3. Мавзулар гуруҳи ва курснинг бўлимлари тугаллангандан кейин(ёзма, оғзаки, тест, тақдимот тайёрлаш ва ҳимоя қилиш ва ҳоказо) назорат ўтказиш (ОБ – 40% ) (1 x 40)		22	40	
<b>Жами тўпланган баллар (I+II)</b>		<b>38,5</b>	<b>70</b>	
<b>III. Якуний назорат</b>				
4. Ёзма, оғзаки ёки тест шакли (ЯБ – 30%)		16,5	30	
<b>Умумий баллар (I+II+III) (УБ)</b>		<b>55</b>	<b>100</b>	
	<b>Ўзлаштириш фоизда</b>	<b>Умумий баллар (I+II+III)</b>	<b>Тўпланган баллар (I+II)</b>	<b>Ёзма иш ёки оғзаки (III)</b>
Аъло	86,0-100	86,0-100	73,1-85	12,9-15
Яхши	71-85	71-85	60,4-72,3	10,7-12,8
Қониқарли	55-70	55-70	47-59,5	8-10,5
Қониқарсиз	54	54	46	7

### 7. Адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикасининг “Таълим тўғрисида”ги қонуни. 1997 йил 29 август. Т.: “Адолат”, 1997.
2. Ўзбекистон Республикасининг “Кадрлар тайёрлаш миллий дастури”, 1997 йил 29 август. Т.: “Адолат”, 1997.
3. Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг “Олий таълим муассаларида талабалар билимини баҳолашнинг рейтинг тизими тўғрисида”ги буйруғи, 2009 йил 30 сентябрь, 217-сон.
4. Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг 2009 йил 14 августдаги 286-сонли “Талабалар мустақил ишларини ташкил этиш тўғрисида”ги буйруғи.
5. Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг 2009 йил 14 августдаги 286-сонли буйруғига 1-илова. “Талабалар мустақил ишларини ташкил этиш ва назорат қилиш” бўйича йўриқнома.
6. Шодмонов Ш.Ш., Гофуров У.В. Иқтисодиёт назарияси. Дарслик. – Т.: IQTISOD-MOLIYA, 2010. – 728 б.
7. Алимов Р.О., Расулев А.Ф., Қодиров А.М. “Ўзбекистон иқтисодиётининг рақобатбардошлигини ошириш муаммолари: назария ва амалиёт”. Монография. Т.:CONSAUDITINFORM - NASHR, 2006. – 438 б.

---

## **ГЛОССАРИЙЛАР**

---

## ГЛОССАРИЙЛАР

Атамаларнинг ўзбек тилида номланиши	Атамаларнинг инглиз тилида номланиши	Атамаларнинг рус тилида номланиши	Атаманинг маъноси
Аванс	Prepaid expense	Аванс	бирор иш эвазига кейинчалик ҳисоб-китоб қилиш шарти билан олдиндан бериладиган пул, маҳсулот, озиқ-овқат ва ҳ.к.
Агентлик операциялари	agency operations	Агентские операции	бир томоннинг топшириғи билан келишилган ҳудудда иккинчи (агент) томон амалга оширадиган олди-сотди билан боғлиқ бўлган амалий ва ҳуқуқий ҳаракатлар.
Антимонопол қонунчилиқ	Antitrust	Антимонопольные законы	иқтисодиётда яқка ҳукмронлик мақеига эга бўлган бирор бир фаолият турига қарши давлатнинг кураш сиёсатидан иборат.
Асосий капитал	Main capital	Основной капитал	ишлаб чиқариш жараёнида бир неча йил давомида иштирок этувчи ва ўз қийматини тайёрланаётган маҳсулотга қисман ўтказиб борувчи меҳнат воситаларидир
Айланма капитал	Working capital	Оборотный капитал	ҳом ашё материаллар, энергетика ресурсларида моддийлашган ва бир ишлаб чиқариш циклида сарфланувчи, ўз қийматини тайёрланган маҳсулотга тўлиқ кўчирувчи капитал.
Аукцион	Auction	Аукцион	«ким ошди» савдоси, очик савдо қилиш. бу савдо давомида маҳсулотни энг юқори нарх бўйича кўтарган харидор сотиб олади.
Биржа котировкаси -	Stock quotes	Биржевые котировки	биржалар орқали сотиладиган маҳсулотлар баҳоси. ҳар бир биржа уларни маълум тизимга солади ва чоп этади. одатда, бк эрталабки ва кечки савдо (биржа сессияси) бошланишига ва тугашига мўлжаллаб чоп этилади.
Бозор сегменти.	Market segmentation	Сегментация рынка	бозорда савдо-сотикнинг шарт-шароитига қараб кўпгина бўғинларга ажратишидир
Бозор конъюктураси	market conditions	Конъюнктура рынка	айрим бозорларда муайян ҳолатларнинг мавжудлиги. бозор конъюктураси муайян даврдаги бозор ҳолати, бозорда мувозанатнинг

			мавжудлиги ёки бузилганлиги билан характерланади
<b>Девальвация</b>	<b>Devaluation</b>	<b>Девальвация</b>	мамлакат савдо тўлов балансининг кескин ёмонлашуви, валюта резервининг ҳолдан тойиши, халқаро валюта бозорида миллий валюта курсининг пасайиши билан боғлиқ ҳолда миллий пул бирлиги қийматининг расмий равишда пасайтирилиши.
<b>Дивиденд</b>	<b>Dividend</b>	<b>Дивиденд</b>	акционер, акция эгасининг даромади ; акционерлик жамияти фойдасининг бир қисми.
<b>Дотация</b>	<b>subsidy</b>	<b>Дотация</b>	ташкilot, корхоналарга давлат томонидан бериладиган ёрдам пули, моддий ёрдам, кўшимча тўлов. асосан зарарни қоплаш ва бошқа мақсадлар учун ишлатилади.
<b>Интеграция</b>	<b>Integration</b>	<b>Интеграция</b>	мустақил хўжалик фаолиятининг миллий, минтақа ва халқаро миқёсда ўзаро кўшилиб яхлит хўжалик тизимини ташкил этиши.
<b>Инновация</b>	<b>Innovation</b>	<b>Инновация</b>	янгиликни жорий қилиш, фан-техника ютуқларини бошқариш ва ташкил қилиш соҳасидаги янгиликлар мажмуи.
<b>Истеъмол савати</b>	<b>Consumer basket</b>	<b>Потребительская корзина</b>	муайян озиқ-овқат, саноат моллари ва хизматларнинг тирикчиликни таъминлаш учун етарли бўлган миқдори.
<b>Иш кучининг халқаро миграцияси</b>	<b>International labor migration</b>	<b>Международная миграция рабочий силы</b>	меҳнат ресурсларининг анча қўлай шароитда иш билан таъминланиши мақсадида бир мамлакатдан бошқасига кўчиб ўтишини билдиради.
<b>Ипотека</b>	<b>Mortgage</b>	<b>Ипотека</b>	қарз, кредит олиш учун бирор-бир муайян кўчмас мулкни (ер, иморат ва ҳоказо) гаровга қўйиш.
<b>Иқтисодий ресурслар</b>	<b>economic resources</b>	<b>Экономические ресурсы</b>	табiiй, инсоний, моддий, молиявий ва интеллектуал ресурслардан иборат.
<b>Калькуляция</b>	<b>calculation</b>	<b>Калькуляция</b>	маҳсулотнинг ўлчов бирлигини ёки бажарилган ишнинг таннариhini ҳисоблаш.

<b>Клиринг</b>	<b>Clearing.</b>	<b>Клиринг</b>	тозалаш, равшанлаштириш)-ўзаро талаб ва мажбуриятларни ҳисобга олиб, амалга ошириладиган нақд пулсизҳисоб-китоб тизими. мамлакат ичидаги к. банклар ўртасидаги тўловларни, нақд пулсиз ҳисоб-китобларни ўз ичига олади. халқаро ҳисоб-китобларда к. келишувлар (клиринг келишувлари, валюта к.) кўринишида амалга оширилади. давлатлараро ўзаро қарзларини тилла ва валютага ўтказмасдан савдо-сотик талабларига кўра амалга оширадilar. масалан, пахта толаси ўрнига унинг қийматиға тенг миқдорда машина, асбоб-ускуна олиш.
<b>Консорциум</b>	<b>Consortium</b>	<b>Консорциум</b>	корхоналарнинг вақтинча ташкил этилган бирлашмалари, улар одатда молиявий ишлар юзасидан ташкил этилади. унда давлат, банклар, молиявий муассасалар, йирик фирмалар эштирок этади.
<b>Концерн</b>	<b>Concern</b>	<b>Концерн</b>	ишлаб чиқариш диверсификацияси асосида таркиб топадиган йирик, кўп тармоқли корпорация. улар аста-секин саноат монополиясининг етакчи шаклиға айланади.
<b>Монополия</b>	<b>Monopoly</b>	<b>Монополия</b>	яккаҳоқимлик; 2) ишлаб чиқаришни марказлаштириш оқибатида юзаға келадиган катта бирлашма (картель, синдикат, трест, концерн, консорциум конгломерат ва шу кабилар). ушбу бирлашма ўз ичига ишлаб чиқаришни, хизмат кўрсатишни, маҳсулот сотишнинг кўп қисмини мужассамлаштиради, шу соҳада ўзини ҳукмрон мавқеини ўрнатади.
<b>Монополиядан чиқариш</b>	<b>marketing Management</b>	<b>Управление маркетингом</b>	давлат томонидан тармоқ бозорида рақобат муносабатларини ривожлантиришға кўмаклашувчи тартиб-қоидаларини жорий этилиши.
<b>Баҳо</b>	<b>cost of</b>	<b>Стоимость</b>	баҳо - товар қийматининг пулда акс этиши, бозор иқтисодиётиға асосланган жамият хўжалик механизмида амал қилувчи иқтисодий дастак. н. фақат таннархға эмас, балки талаб ва таклиф,

			шунингдек товарнинг ижтимоий фойдалилиги, сифати ва бошқа товарлар ўрнини боса олиши, муомаладаги пулнинг харид қобилиятига ҳам боғлиқ.
<b>Пул тизими</b>	<b>Structure of money</b>	<b>Структура денег</b>	товар муомиласининг ривожланишининг натижаси бўлиб, давлатлар томонидан қонунчилик асосида мамлакатда пул муомаласини ташкил этиш.
<b>Протекционизм</b>	<b>Protectionism</b>	<b>Протекционизм</b>	миллий иқтисодиётни бошқа давлатлар билан бўладиган рақобатдан божхона тўсиқларини жорий қилиш, мамлакатга чет эл товарлари, хизмат турлари ва капиталларини кириб келишини чеклаш йўли билан ҳимоя қилиш ва сақлашга йўналтирилган.
<b>Рақобат</b>	<b>Competition</b>	<b>Конкуренция</b>	юқори фойда олиш мақсадида маҳсулотни ишлаб чиқариш ва сотиш учун ишлаб чиқарувчилар ўртасидаги кураш
<b>Реклама</b>	<b>Advertising</b>	<b>Реклама</b>	товар ёки кўрсатиладиган хизмат тўғрисидаги холис ахборот, уларни кўпроқ сотиш мақсадида харидорларга уларнинг хоссалари, афзалликлари ва сотиб олиш шартларини етказиш. р. махсус фирмалар орқали амалга оширилади ва юқори даромад манбаи ҳисобланади.
<b>Савдо агенти</b>	<b>Trading agent</b>	<b>Торговый агент</b>	бир ёки бир қанча корхоналар товарларини шартнома асосида сотадиган вакил
<b>Тариф ставкаси</b>	<b>Tariff rate</b>	<b>Тарифная ставка</b>	тегишли иш тоифасига эга бўлган ишчининг меҳнатига тўланадиган ҳақ миқдорини белгилаб беради.
<b>Товар белгиси</b>	<b>Trademark</b>	<b>Товарный знак</b>	муайян фирма товарларига қўйиладиган белги. тб (савдо маркаси) фақат маълум фирмага тегишли бўлади ва уни бошқа фирмалар ўз товарларига қўяолмайдилар
<b>Франчайза</b>	<b>franchisee</b>	<b>Франчайза</b>	фойдаланиш учун тайёр корхона, фирма ёки машҳур фирма маҳсулотининг савдо маркасидан фойдаланилган ҳолда амалга оширилувчи бизнес юритиш усули.
<b>Фьючерс операциялари</b>	<b>Futures transactions</b>	<b>Фьючерсные операции</b>	биржаларда амалга ошириладиган савдо-сотик операциялари. бу операциялар шартнома тузилганидан сўнг ишлаб чиқариладиган ёки етиштириб бериладиган маҳсулотлар бўйича амалга

			оширилади. одатда, ушбу шартнома тузилгандан сўнг буюртмачи бажарувчига аванс тариқасида маълум суммани ўтказиб беради.
<b>Эмбарго</b>	<b>Embargo</b>	<b>Эмбарго</b>	чет эл товарларини киритиш ёки чиқариш, олиб чиқиб кетишни давлат томонидан таъқиқлаш ёки чет давлатга қарашли мулкни вақтинча тўхтатиб туриш, таъқиқлаш.
<b>Эмиссия</b>	<b>Emission</b>	<b>Эмиссия</b>	муомалага банк билетлари, пул ва қимматбаҳо қоғозларни чиқариш, давлатнинг эмиссия банклари томонидан амалга оширилади. э. асосан давлат бюджетидаги камомадни тўлдириш, издан чиққан пул муомаласини тиклаш мақсадида ўтказилади.

---

## **ИЛОВАЛАР**

---



---

# **ФАННИНГ НАМУНАВИЙ ЎҚУВ ДАСТУРИ**

---

**I. Ўқув фанининг долзарблиги ва олий касбий таълимдаги ўрни**

Ушбу фан рақобат назарияси эволюцияси, унинг амал қилиш хусусиятлари, рақобатбардошлик ва унинг намоён бўлиш шакллари, рақобат устунлиги ва унга эришиш концепциялари, рақобатни ривожлантиришнинг замонавий тенденциялари, миллий иқтисодиётда рақобат муҳитини шакллантириш ва такомиллаштириш каби масалаларни қамраб олади. замонавий жамиятни шакллантиришда рақобатнинг вазифалари ва мамлакатнинг иқтисодий сиёсатидаги ролини ўргатиш ҳамда ҳозирги замон рақобат назариялари моҳиятини очишда талабаларни зарур бўлган билимлар билан қуроллантиради.

“Ҳозирги замон рақобат назарияси” фани умумқасбий фанлар блокига киритилган курс ҳисобланиб, 2-курсада ўқитилиши мақсадга мувофиқ. “Ҳозирги замон рақобат назарияси” фани гуманитар ва ижтимоий-иқтисодий фанлар туркумига киради ва касб таълими (5230100-Иқтисодиёт) бакалавриат таълим йўналишларида ўқитилади. . Мазкур фан ўз ривожда аниқ йўналишдаги иқтисодий фанлар (Иқтисодиёт назарияси, Иқтисодий таълимотлар тарихи, Микроиқтисодиёт, Макроиқтисодиёт, Минтақавий иқтисодиёт, Статистика, Меҳнат иқтисодиёти, Жаҳон иқтисодиёти ва халқаро иқтисодий муносабатлар, Менежмент, Маркетинг, Пул, кредит ва банклар, Бухгалтерия ҳисоби, Иқтисодий таҳлил ва аудит, Молия, Инвестицияларни баҳолаш, Иқтисодиётни давлат томонидан тартибга солиш усуллари, Валюта муносабатлари назарияси, Иқтисодий цикллار назарияси, Иқтисодий фаннинг замонавий йўналиши ва концепциялари ва ҳ.к.)дан ҳам озуқа олади. У тадқиқот усуллари бўйича бошқа ижтимоий (Ҳуқуқшунослик. Ўзбекистон Республика Конституцияси, Фалсафа (этика, эстетика, мантик), тарих, социология, ЎДЖҚНА) фанлар билан ҳам мустаҳкам боғлиқдир.

## II. Ўқув фанининг мақсади ва вазифаси

Фанни ўқитишдан мақсад – талабаларга рақобатнинг назарий асосларини, Ҳозирги замон рақобат назариялари моҳиятини ва илмий қарашларни, уларни амалда татбиқ этиш кўникмасини ҳосил қилишдан иборат.

Ушбу мақсадга эришиш учун фан талабаларни назарий билимлар, амалий кўникмалар, иқтисодий ҳодиса ва жараёнларга услубий ёндашув ҳамда илмий дунёқарашини шакллантириш вазифаларини бажаради.

Фан бўйича талабаларнинг билим, кўникма ва малакаларига қўйдаги талаблар қўйилади. **Талаба:**

- рақобат назариясининг эволюцияси, рақобат тадқиқотларини олиб бориш тўғрисида **тасаввурга эга бўлиши;**

– рақобатнинг типологияси, рақобатбардошлик ва уни ривожлантиришнинг усуллари, фирманинг бозордаги ўрни, рақобатбардошлик ва унинг моделлари, рақобат шароитида фирманинг фаолият давомийлиги, замонавий бозор шароитида рақобатнинг қурашиш усуллари **билиши ва улардан фойдалана олиши;**

- талаба рақобатбардошликнинг моҳияти ва унинг шакллари, рақобатчи корхоналар товарининг рақобатбардошлигини, тармоқларнинг рақобатбардошлигини, фирмаларнинг рақобатбардошлигини, рақобат устунлиги ва концепциясини, рақобат кучлари назариясини, янгиликларни жорий қилишнинг рақобат стратегиясини, жаҳон бозоридаги рақобат усулларида фойдаланиш **кўникмаларига эга бўлиши керак.**

## III. Асосий назарий қисм (маъруза машғулотлари)

## **1-Модуль. Рақобат назарияси эволюцияси**

### **1-мавзу. Рақобат назарияси эволюцияси**

“Халқ билан мулоқот – инсон манфаатлари йили” Давлат дастурига кирган устувор вазифалар ва уларни амалга оширишнинг иқтисодий асослари. «Ҳозирги замон рақобат назариялари» курсига кириш. Фаннинг моҳияти ва вазифалари, талабалар билиши лозим бўлган асосий тушунчалар. Рақобат – иқтисодий категория сифатида. Рақобат бозор иқтисодиётини ҳаракатга келтирувчи механизм. Рақобатнинг иқтисодий мазмуни, моҳияти ва ўзига хос хусусиятлари. Рақобатнинг моҳиятини белгилаб берувчи асосий жиҳатлар. Рақобат назариялари эволюцияси. Рақобат тушунчасига берилган таърифлар (Ф.Перру, А.Смит (1723-1790), А.Маршалл (1842-1924)). Рақобат босқичлари. Бозор рақобатининг тарихан 4 босқичи. Натурал хужаликдан бозор иқтисодиётининг дастлабки шаклларига ўтиш давридаги рақобат. Товар хўжалигининг оммавий тус олиши давридаги рақобат. Монопол рақобат босқичи. Янги эркин рақобат босқичи. Қонун-қоидалар билан тартибга солинувчи цивилизациялашган рақобат. Рақобат турлари. Рақобат воситалари. Рақобат усуллари. Рақобатнинг кураш воситалари ва усуллари жиҳатидан халол рақобат ва гирром рақобатга бўлиниши. Рақобат вазифалари. Гомоген (дифференциалланмаган) ва гетероген (дифференциалланган) рақобат.

### **2- мавзу. Мукамал ва номукамал рақобат назариялари**

Мукамал рақобат тушунчаси мазмуни. Джоан Вайолет Робинсоннинг (1903-1983) мукамал рақобатга берган тавсифи. Мукамал рақобатдаги бозор модели шартлари. Номукамал рақобат тушунчаси. Номукамал рақобат турлари, амалга ошиш сабаблари ва эволюцияси. XIX-XX асрларда номукамал рақобатнинг кучайиши. Монополистик рақобат. Монополистик рақобат шароитида “Қувватлар ортиқчалиги феномени”. Монополияларнинг моддий ва иқтисодий асоси ва унинг турлари. Монополияларнинг бозорни қамраб олиш даражасига кўра ва вужудга келиш сабабига кўра турлари. Олигополия. Дуополия. Монопсония. Олигопсония. Билатерал монополия. Э.Чемберлин (1899-1967) ва Ж. Робинсоннинг (1903-1983) монополистик рақобат назариялари. Табиий монополия - корхонанинг технологик хусусиятлари сабабли маҳсулотга бўлган талабни қондириш. Легал монополия - қонуний тарзда ташкил этилувчи монополистик рақобат ва сунъий монополия – монопол фойда олиш мақсадида ташкил этилувчи бирлашмаларнинг шартли номи. Картель. Синдикат. Трест. Концерн. Концорциум. Й.Шумпеттер (1883-1950) гипотезаси. Монополияларнинг ижобий ва салбий хусусиятлари.

### **3- мавзу. Рақобат кучлари назарияси**

Рақобатнинг беш куч назарияси. М. Портернинг (1947) рақобат беш кучи моделининг таърифи. Рақобат 5 кучи назариясининг олтин қоидаси. Портер назариясига кўра тармоқ рақобатини таҳлил қилишнинг ўзига хос хусусиятлари. 5 куч моделининг кўпроқ стратегик бошқаришда ва маркетингда қўлланилиш йўналишлари. Компанияда SWOT анализ ўтказиш. Кенгайтирилган рақобат таҳлили ва бозор таҳлилини тузиш. Рақобатлашувчи сотувчилар ўртасидаги беллашув. Бир-бирини ўрнини босувчи ва нарх нуқтаи назаридан рақобатбардош бўлган товарлар ўртасидаги рақобат. Янги рақобатчиларнинг пайдо бўлиш хавфи. Мол етказиб берувчиларнинг иқтисодий имкониятлари ва савдо қобилиятлари. Харидорларнинг иқтисодий имкониятлари ва савдо қобилиятлари. Тармоққа кириш тўсиқларига таъсир этувчи асосий омиллар.

Хариддорларнинг бозордаги хукмронлиги. Ўринбосар товарларнинг пайдо бўлиши. Ўринбосар товоналарга қарши курашнинг самарали усуллари. SWOT анализ қўллаш схемаси. Кучлилиқ, заифлиқ, заифлиқни кучга ва таҳдидни имкониятга айлантириш учун барча кучни сарфлаш. имкониятлар ва таҳдидлар. Фирманинг кучли томонларини унинг чекланган имкониятлари асосида ривожлантириш. Рақобатнинг самарадорлик даражасини оширишнинг шарт-шароитлари. “McKinsey 7S” таҳлил модели. Фирманинг стратегик ҳолатини баҳолаш кўрсаткичлари

#### **4- мавзу. Рақобатбардошлиқ ва унинг намоён бўлиш**

Рақобатбардошлиқ тушунчасининг иқтисодий мазмуни ва ўзига хос хусусиятлари. Рақобатбардошлиқ – нисбий тушунча. Рақобатбардошлиқнинг муҳим кўрсаткичлари. Маҳсулот рақобатбардошлиги мазмуни ва манбалари, омиллари ва кўрсаткичлари. мамлакатларнинг рақобатбардошлиқ концепцияси миллий иқтисодиётнинг халқаро меҳнат тақсимоти ва ҳар бир мамлакатнинг халқаро савдодаги ролини асослаб берувчи қиёсий устунлиқлари (арзон меҳнат, бой табиий ресурслар, қулай географик иқлим, инфратузилма омиллари ва ҳ.к.) назариясига асосланганлиги. Маҳсулот сифати. Технологик даража. Таъминотни ташкил этиш. Маҳсулот янгилиги. Фирма рақобатбардошлигини тавсифловчи муҳим кўрсаткичлар. Макроиқтисодий, мезоиқтисодий ва микроиқтисодий омиллар. Жаҳон Иқтисодий Форуми (ЖИФ) нинг мамлакатлар рақобатбардошлигини баҳолаш методикаси. Мамлакат фаолиятининг умумий кўрсаткичлари. Макроиқтисодий муҳит. Технологик янгиликлар ва уларнинг диффузияси. Ахборот ва коммуникация технологиялари. Мамлакатнинг умумий инфратузилмаси. Давлат муассасалари - қонунлар ва фаолият. Давлат муассасалари-коррупция. Маҳаллий рақобат. Бозор субъектларининг ривожланиши. Компания стратегияси ва тактикаси. Атроф муҳитни муҳофаза қилиш. Халқаро ташкилотлар. (банклар). Даромадлиқ даражаси. Фирма рейтинги ва ўсиш темпи. Фирманинг мусобақаланиш руҳи. Инновацион фаоллиги. Ташкилий эгилувчанлиги.

#### **5- мавзу. Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини баҳолашга нисбатан услубий ёндашувлар**

Миллий рақобатбардошлиққа эришиш усуллари. Рақобатбардошлиқни баҳолашнинг макродаражаси. Мамлакат рақобатбардошлигини баҳолаш методикаси. Бутунжаҳон иқтисодий форуми (БИФ) (Всемирный экономический форум ВЭФ) (The Global Competitiveness Report) нинг мамлакатлар рақобатбардошлигини баҳолаш методикаси. Рақобатбардошлиқни баҳолашнинг мезодаражаси. Рақобат устунлигини таҳлил қилишнинг ёрдамчи усуллари. Стратегик режаларнинг SWOT таҳлили. SWOT таҳлили босқичлари. Рақобатбардошлиқни баҳолашнинг микродаражаси. Рақобатбардошлиқни баҳолашнинг эксперт усули. М. Портер концепциясига асосланган замонавий модель. М. Портернинг миллий ромби. Мамлакатнинг рақобат жиҳатдан устунлиқлари детерминантлари: барқарор стратегия, стратегия ва рақобатчилиқ, омиллар учун шарт-шароитлар, талаб ҳолати, турдош ва қўллаб-қувватловчи тармоқлар. Ўзбекистоннинг рақобат жиҳатдан устунлиқлари. Мамлакат сиёсий ва ҳуқуқий тизимининг барқарорлиги. Инсонни ривожлантиришга (таълим, соғлиқни сақлаш, ижтимоий эҳтиёжларга) катта қўйилмалар. Аҳоли ҳаёт кечиришининг давомийлиги. Ишчи кучи ресурсларининг рақобатбардошлиги. Мамлакат аҳолиси таълим даражасининг юқорилиги.

## **2-Модуль. Рақобатбардошликнинг ижтимоий омиллари**

### **6-мавзу. Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишнинг ижтимоий омиллари**

Миллий иқтисодиётда инсон капитали ривожланишининг асосий йўналишлари. Инсон капиталини такрор барпо этишнинг замонавий концепциялари. А. Маршаллнинг танлаш зркинлиги концепцияси. Ишчи кучини такрор ишлаб чиқариш харажатлари таркиби. Ишга ёлловчиларнинг ишчи кучига харажатлари. Давлат ва маҳаллий бюджетнинг ижтимоий мақсадларга харажати. Инсон капиталини такрор барпо этиш харажатлари ва самарадорлиги. Инсон капитали ривожланишининг ижтимоий кўрсаткичлари. Инсон салоҳияти ривожланиши индекси (ИСРИ). Мамлакат инсон капиталининг ривожланиши бўйича учта энг мухим кўрсаткичлар: туғилганда кутилаётган умр давомийлиги, саломатлик, экологик хавфсизлик ва демографик ўсиш. Аҳолининг таълим бўйича қамрови. аҳоли жон бошига ялпи ички маҳсулот (ЯИМ) умумиқтисодий ривожланиш, даромад ва истеъмолчи белгиловчи кўрсаткич сифатида. Инсон ривожланишини интеграл баҳолаш кўрсаткичлари. Иқтисодий фаол аҳоли рақобатбардошлигининг мамлакатлараро даражаси. Иқтисодий фаол аҳоли рақобатбардошлигини оширишнинг иқтисодий демографик, меҳнат, таълим, тиббий, илмий-техникавий омиллари. Узлуксиз таълим Ўзбекистонда кадрлар тайёрлаш тизимининг асоси. Таълимнинг турлари.

### **7-мавзу. Нарх шаклланиши миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигининг асосий омили сифатида**

Бозор нархлари устидан назорат ўрнатиш мақсади. Нарх шаклланишининг макро ва микроиқтисодий шарт-шароитлари. Истеъмолчининг нархга нисбатан юқори сезгирлиги. Ишлаб чиқаришнинг камхаржлигини таъминлаш. Ишлаб чиқариш омиллари бошқаришга эътиборни фокуслаш. Харажатлар шаклланишига эътиборни фокуслаш. Арзон нархлар лидерлиги стратегиясини қўллаш шароитлари ва қамров даражаси. Нархли рақобат бозорлари. Маҳсулотларни стандартлаштиришнинг юқори даражаси. Савдо белгиси бўйича ҳукмронлиги паст бўлган бозорлар. Юқори рақобат кучига эга бўлган истеъмолчилар бозори. Монопол бозорларда нарх шаклланишини бошқариш усуллари. Давлат нарх сиёсати рақобатли нархлар шаклланишининг асоси сифатида Нарх сиёсати нуктаи назаридан солиқ солиш тизимининг аҳамиятлилиги. Нарх шаклланишининг макро ва микроиқтисодий шарт-шароитлари. Нарх белгилаш ва рақобатбардошлик ўртасидаги боғлиқликнинг назарий жиҳатлари. Ишлаб чиқарилаётган маҳаллий маҳсулот рақобатбардошлигини оширишга қаратилган чора-тадбирлар.

### **8- мавзу. Рақобат устунлиги ва унга эришиш концепциялари**

Рақобат устунлиги ва унга эришиш стратегияси. Фирма фаолияти ўсишини оптималлаштиришнинг рақобат стратегияси. Бозор маконини шакллантириш рақобат стратегияси. Бозор лидерлигини таъминлаш рақобат стратегияси. Ташкилий маданиятни ривожлантириш рақобат стратегияси. Рақобат устунлигининг ҳаётий цикли. Рақобат устунлиги барқарорлигини таъминлаш. Рақобат стратегиясининг замонавий талқинлари. Бозор маконини шакллантириш концепциясида рақобат стратегиясини таҳлил қилиш

параметрлари. Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигининг халқаро иқтисодиётда намоён бўлиши. “Барқарор стратегия, тузилма ва рақобатчилик” сифатида белгиланган рақобат жиҳатдан устунлигини шакллантиришнинг энг муҳим омили. Иқтисодиёт рақобатбардошлигини белгилаб берувчи омиллар таъсирига кўра босқичларга бўлиниши. Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини давлат томонидан тартибга солинишини сабаблари. Давлатни ўтиш иқтисодиётидаги барча функциялари. Бозор муносабатларини шакллантириш ва ривожлантиришнинг ўзаро боғлиқлигига кўра икки гуруҳга ажралиши. Иқтисодий ривожланишнинг рақобатбардошлик стратегиясини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш борасида чет эл тажрибасидан фойдаланиш сабаблари.

### **9- мавзу. Миллий иқтисодиётнинг рақобат устунликларини шакллантиришнинг методологик асослари**

Иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишнинг ўзига хос хусусиятлари ва омиллари. Рақобат ва кластерлар. Кластерларнинг умумиқтисодий сиёсатга таъсири. Кластерлар иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишнинг асосий омили сифатида. Миллий иқтисодиётнинг рақобат устунликлари детерминантлари. М. Портернинг миллий ромби. Мамлакатнинг рақобат жиҳатдан устунликлари 4 детерминантлари: Барқарор стратегия, стратегия ва рақобатчилик; омиллар учун шарт – шароитлар; турдош ва қўллаб –қувватловчи тармоқлар; талаб ҳолати. Рақобат стратегиясининг таянч усуллари. Мамлакатларнинг рақобатбардошлик концепцияси миллий иқтисодиётнинг халқаро меҳнат тақсимооти ва қиёсий устунлик назариясига асосланганлиги. Ўзбекистон эга бўлган қиёсий устунликлар. Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигининг давлат томонидан тартибга солиниши. Иқтисодий ривожланишнинг рақобатбардош стратегиясини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш борасида чет эл тажрибаси.

### **3-Модуль. Рақобат стратегиялари**

#### **10- мавзу. Рақобатнинг инновацияларни тадбиқ этиш стратегияси**

Рақобатнинг инновацияларни тадбиқ этиш стратегиясининг умумий тавсифи. Рақобат стратегиясини қўллаш имонияти ва шарт-шароитлари. Рақобатнинг инновацияларни тадбиқ этиш стратегияси. Унинг йўналишлари ва афзалликлари. Рақобатнинг инновацияларни тадбиқ этиш стратегиясидаги бозор хавфи. Инновациялар мамлакат халқаро рақобатбардошлигининг муҳим омили сифатида. Фан-техника тараққиёти авж олган ҳозирги шароитда, техника ва технологиянинг энг янги ютуқлари устидан назорат қилиш учун кураш рақобатнинг асосий усулларида бири Мамлакатнинг халқаро рақобатбардошлигига инновацион сиёсатнинг таъсири Янги маҳсулот яратиш. Янги ишлаб чиқариш методларини яратиш. Бизнесни ташкил этишнинг янги тамойилларини тадбиқ этиш. Хом-ашёнинг янги манбаларини топиш ва ундан фойдаланиш. Рақобатнинг инновацион вазифаси фан-техника тараққиёти ютуқларига асосланувчи ҳамда бозор иқтисодиёти субъектларининг ривожланишини тақозо этувчи турли кўринишдаги янгилликларнинг жорий этилиши Янги таъминот бозорларини очиш. Рақобат муҳитини шакллантиришнинг инновацион омиллари. М. Портернинг мамлакат халқаро рақобатбардошлиги назарияси. Инновацион бизнеснинг глобал рақобатдаги роли.

#### **11- мавзу. Рақобатнинг дифференциаллаш стратегияси**

Дифференциаллашнинг иқтисодий мазмуни ва хусусиятлари. Дифференциаллаш йўналишлари. Истеъмолчи билан узоқ муддатли алоқаларни сақлаб қолиш. Товарнинг истеъмол хусусиятига истеъмолчининг юқори баҳо бериши. Истеъмолчининг товарга нисбатан сезувчанлигининг пастлиги. Дифферециллашдаги хатолик тақлид эҳтимоли (вероятность имитации). Фирманинг бозордаги ҳукмронлигини ошириш. Харажатга нисбатан даромаднинг ошириш. Товарнинг ҳукмрон савдо белгисига эга бўлиш хусусиятлари. Дизайн, Брэнд, технология ва функционал имкониятлар. Диллерлик тармоғининг ривожланиши. Истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш. Товарларнинг уникал хусусиятларга эга бўлиши. Товари дифференциаллашда рақобат устунлигига эришиш манбалари. Мақсулот ёки хизматлар дифференциацияси. Соқа доирасида мақсулот ёки хизмат ноёб деб қабул қилиниши мумкин бўлган ҳолат. Дифференциациянинг турли хил шаклларда амалга оширилиши: дизайн ёки бренднинг мавқеига мувофиқ, технологияга мувофиқ, функционал имкониятларига мувофиқ, истеъмолчиларга хизмат кўрсатишга мувофиқ, дилерлик тармоғига мувофиқ ва бошқа параметрлар.

### **12 мавзу. Рақобатнинг бозор тахмонлари стратегияси**

Фаолиятни истеъмолчиларнинг алоҳида гуруҳига ихтисослашуви. Бозорни демографик ва географик сегментлаш. Фаолиятни товарнинг алоҳида гуруҳига ихтисослашуви. бозор тахмонига хизмат қилишда юқори самрадорликка эришиш қобилияти. Мақсадли бозор талабларини қондириш имкониятлари. Истеъмолчилар талабининг хилма-хиллиги. Бозор тахмонларининг барқарорлиги. Ўзига хос талабга эга бўлган бозор сегментлари ҳажми. Бозорда бир турдаги товарга бўлган талаб сегменти. Бозор тахмонини танлаш. Бозор тахмонига эришиш тактикасини танлаш. . Тор даражадаги бозор тахмонларига чуқур мослашиш. Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигининг давлат томонидан тартибга солиниши.

### **13 мавзу. Ўзбекистонда рақобатчилик муҳитининг вужудга келиши ва монополияга қарши қонунчилик**

Рақобатлашиш муҳитининг вужудга келиши ва уни сақлашда давлатнинг роли. Ўзбекистонда рақобатчилик муҳитини юзага келтириш ва амал қилиши учун маълум шарт-шароитлар. Монополистик фаолиятни чеклашга оид ҳуқуқий кафолатлар. Рақобат муҳитини шакллантиришга ҳукумат сиёсатининг таъсири даражаси. Республикамизда соғлом рақобат муҳитини яратишга оид Ўзбекистон Республикасининг махсус қонунлари. Ўзбекистон Республикаси Монополиядан чиқариш, рақобат ва тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш давлат қўмитаси Ўзбекистон Республикаси Монополиядан чиқариш ва рақобатни ривожлантириш давлат қўмитаси этиб қайта ташкил қилинганлиги.

### **14- мавзу. Миллий иқтисодиётда рақобат муҳитини шакллантиришнинг институционал асослари**

Рақобатни ривожлантиришнинг муҳим стратегик мақсади. Ўзбекистонда рақобат муносабатларини шакллантиришнинг иқтисодий институтлари. Давлат корхоналарини хусусийлаштириш ва монополиядан чиқариш. Самарали рақобатнинг юзага чиқишига йўл қўймайдиган тўсиқларни бартараф этиш. Монополлашган соҳалардаги бошқарув тизимларини ва корхоналарни таркибий қайта реструктуризациялаш. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш рақобат муҳитини яратишнинг муҳим иқтисодий институти. Ўзбекистон иқтисодиётида рақобат муҳитини ривожлантиришнинг

амалдаги институтлардан бири тармоқли ва худудий монополиядан чиқариш ва хусусийлаштириш дастурлари.

### **15- мавзу. Рақобатни ривожлантиришнинг замонавий тенденциялари**

Замонавий бозор тендециялари. XX-XXI- юз йилликларда рақобат ва монополия ривожланишидаги янгиликлар. XX-асрнинг 30-йилларидаги мукамал рақобат догмаси хақида. Д.Робинсоннинг рақобатнинг янги консерватив концепцияси танқиди. Э.Чемберлиннинг номукамал рақобат назарияси. XX-асрнинг иккинчи ярмида монополия ва рақобат ривожланишининг янги тенденциялари. Биринчи тенденция - бозор монополиясининг кучайиши. Иккинчи тенденция - рақобатнинг авж олиши. Икки тенденция ўртасидаги тўқнашув оқибатлари: (С.Фишер, Р.Дорнбуш, Р.Шмалензи назариялари). Халқаро иқтисодий форум (МЭФ) тавсифлаган глобал рақобат рейтинги. XX-XXI- юз йилликларда рақобат ва монополиянинг ривожланиш жараёнида бозор субъектлари ўртасидаги ўзаро алоқаларнинг янги панорамалари.

## **IV. Амалий машғулотлар бўйича кўрсатма ва тавсиялар**

Амалий машғулотлар учун қуйидаги мавзулар тавсия этилади:

### **Амалий машғулотларнинг тахминий рўйхати**

1. Рақобат назарияси эволюцияси
2. Мукамал ва номукамал рақобат назариялари
3. Рақобат кучлари назарияси
4. Рақобатбардошлик ва унинг намоён бўлиш шакллари
5. Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини баҳолашга нисбатан услубий ёндашувлар
6. Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишнинг ижтимоий омиллари
7. Нарх шаклланиши миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигининг асосий омили сифатида
8. Рақобат устунлиги ва унга эришиш концепциялари
9. Миллий иқтисодиётнинг рақобат устунликларини шакллантиришнинг методологик асослари
10. Рақобатнинг инновацияларни тадбиқ этиш стратегияси
11. Рақобатнинг дифференциаллаш стратегияси
12. Рақобатнинг бозор тахмонлари стратегияси
13. Ўзбекистонда рақобатчилик мухитининг вужудга келиши ва монополияга қарши қонунчилик
14. Миллий иқтисодиётда рақобат мухитини шакллантиришнинг институционал асослари
15. Рақобатни ривожлантиришнинг замонавий тенденциялари
16. Рақобат ва нархнинг шаклланиши
17. Монополиянинг иқтисодий асослари
18. Антимонопол қонунчилик ва монополияларни тартибга солиш
19. Кластерларларнинг умумиқтисодий сиёсатга таъсири.
20. Ўзбекистонда рақобатчилик мухитини юзага келтириш ва амал қилиши учун маълум шарт-шароитлар.



Амалий машғулотлар мультимедиа қурулмалари билан жиҳозланган аудиторияда бир академ. гуруҳга бир ўқитувчи томонидан ўтказилиши лозим. Машғулотлар фаол ва интерфаол усуллар ёрдамида ўтилиши, мос равишда муносиб педагогик ва ахборот технологиялар қўлланилиши мақсадга мувофиқ.

## V. Мустақил таълим ва мустақил ишлар

Мустақил таълим учун тавсия этиладиган мавзулар:

1. Рақобатнинг иқтисодий мазмуни, моҳияти ва ўзига хос хусусиятлари. А.Смит (1723-1790), А.Маршалл (1842-1924)) назариялари асосида.
2. Номукамал рақобат турлари, амалга ошиш сабаблари ва эволюцияси.
3. XIX-XX асрларда номукамал рақобатнинг кучайиши.
4. Э.Чемберлин (1899-1967) ва Ж.Робинсоннинг (1903-1983) монополистик рақобат назариялари.
5. Табиий, легал ва сунъий монополиялар. Й.Шумпеттер (1883-1950) гипотезаси.
6. Рақобат кучлари назарияси
7. М. Портернинг рақобат беш кучи модели
8. Рақобатбардошлик ва унинг намоён бўлиш шакллари
9. Ўзбекистон иқтисодиётининг рақобатбардошлигини баҳолашга нисбатан услубий ёндашувлар
10. Стратегик режаларнинг SWOT таҳлили ва SWOT таҳлили босқичлари.
11. Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишнинг ижтимоий омиллари
12. А. Маршаллнинг танлаш зркинлиги концепцияси
13. М. Портернинг миллий ромби.
14. Нарх шаклланиши миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигининг асосий омил сифатида
15. Рақобат устунлиги ва унга эришиш концепциялари
16. Миллий иқтисодиётнинг рақобат устунликларини шакллантиришнинг методологик асослари
17. Рақобатнинг инновацияларни тадбиқ этиш стратегияси
18. Рақобатнинг дифференциаллаш стратегияси
19. Рақобатнинг бозор тахмонлари стратегияси
20. Ўзбекистонда рақобатчилик мухитининг вужудга келиши ва монополияга қарши қонунчилик
21. Рақобат мухитини шакллантиришнинг инновацион омиллари.
22. Республикамизда соғлом рақобат мухитини яратишга оид Ўзбекистон Республикасининг махсус қонунлари
23. Рақобатнинг инновацияларни тадбиқ этиш стратегияси
24. Рақобатнинг дифференциаллаш стратегияси
25. Ўзбекистонда рақобат муносабатларини шакллантиришнинг иқтисодий институтлари.
26. Рақобатни ривожлантиришнинг замонавий тенденциялари
27. Глобаллашув шароитида Ўзбекистоннинг жаҳон хўжалик тизимига интеграциялашувининг асосий йўналишлари

28. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш рақобат муҳитини яратишнинг муҳим иқтисодий институти.

29. М.Портернинг мамлакат халқаро рақобатбардошлиги назарияси.

30. Антимонопол қонунчилик ва монополияларни тартибга солиш

Мустақил ўзлаштириладиган мавзулар бўйича талабалар томонидан рефератлар тайёрлаш ва уни тақдимот қилиш тавсия этилади.

**Фан бўйича курс иши.** Курс иши фан мавзуларига тааллуқли масалалар юзасидан талабаларга яқка тартибда тегишли топшириқ шаклида берилади. Курс ишининг ҳажми, расмийлаштириш шакли, баҳолаш мезонлари ишчи фан дастурида ва тегишли кафедра томонидан белгиланади. Курс ишини бажариш талабаларда фанга оид билим, кўникма ва малакаларни шакллантиришга хизмат қилиши керак.

**Курс иши учун таҳминий мавзулар:**

1. М. Портернинг рақобат беш кучи модели

2. Рақобатбардошлик ва унинг намоён бўлиш шакллари

3. Ўзбекистон иқтисодиётининг рақобатбардошлигини баҳолашга нисбатан услубий ёндашувлар

4. Стратегик режаларнинг SWOT таҳлили ва SWOT таҳлили босқичлари.

5. Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишнинг ижтимоий омиллари

6. А. Маршаллнинг танлаш зркинлиги концепцияси

7. М. Портернинг миллий ромби.

8. Нарх шаклланиши миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигининг асосий омили сифатида

9. Рақобат устунлиги ва унга эришиш концепциялари

10. Миллий иқтисодиётнинг рақобат устунликларини шакллантиришнинг методологик асослари

11. Рақобатнинг инновацияларни тадбиқ этиш стратегияси

12. Рақобатнинг дифференциаллаш стратегияси

13. Рақобатнинг бозор таҳмонлари стратегияси

14. Ўзбекистонда рақобатчилик муҳитининг вужудга келиши ва монополияга қарши қонунчилик

15. Рақобат муҳитини шакллантиришнинг инновацион омиллари.

16. Республикамизда соғлом рақобат муҳитини яратишга оид Ўзбекистон Республикасининг махсус қонунлари

17. Рақобатнинг инновацияларни тадбиқ этиш стратегияси

18. Рақобатнинг дифференциаллаш стратегияси

19. Ўзбекистонда рақобат муносабатларини шакллантиришнинг иқтисодий институтлари.

20. Рақобатни ривожлантиришнинг замонавий тенденциялари

21. Глобаллашув шароитида Ўзбекистоннинг жаҳон хўжалик тизимида интеграциялашувининг асосий йўналишлари

22. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш рақобат муҳитини яратишнинг муҳим иқтисодий институти.

23. М.Портернинг мамлакат халқаро рақобатбардошлиги назарияси.

24. Антимонопол қонунчилик ва монополияларни тартибга солиш

25. Рақобатнинг дифференциаллаш стратегияси

26. Ўзбекистонда рақобат муносабатларини шакллантиришнинг иқтисодий институтлари.

27. Рақобатни ривожлантиришнинг замонавий тенденциялари

28. Глобаллашув шароитида Ўзбекистоннинг жаҳон хўжалик тизимига интеграциялашувининг асосий йўналишлари

29. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш рақобат муҳитини яратишнинг муҳим иқтисодий институти.

30. М.Портернинг мамлакат халқаро рақобатбардошлиги назарияси.

## **VI. Асосий ва қўшимча ўқув адабиётлар ҳамда ахборот манбалари**

### **Асосий адабиётлар**

1. Д.Б.Рубин, «Теория и практика предпринимательской конкуренции». Учебник, 7-е издание.- М.: Маркет ДС, 2008. 608 стр.
2. М.Портер. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. Учебник. 2-е издание-М: Альпина Бизнес Букс, 2006. 715 стр.
3. М.Портер. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. Учебник. 2-е издание.М: Альпина, Бизнес Букс. 2006. 454стр
4. Ян Гордон. Целевая конкуренция. Учебное пособие. Пер. С англ. (С. Жильцов, И.Малкова, Е.Федорова.) – М: Вершина 2006, 368стр.
5. Ю.Б.Рубин. Теория и практика предпринимательской конкуренции. Учебник. 4-е издание. М. ООО “Маркет”. ДС Корпорейшн 2004. 782 стр.
6. Б.Ю. Ходиев, Шодмонов Ш.Ш., Иқтисодиёт назарияси. Дарслик. – Т.:, “Barkamol fauz media”. 2017. 783 б.
7. Алимов Р.О., Расулев А.Ф., Қодиров А.М. “Ўзбекистон иқтисодиётининг рақобатбардошлигини ошириш муаммолари: назария ва амалиёт”. Монография.Т.:CONSAUDITINFORM - NASHR, 2006. – 438 б.

### **Қўшимча адабиётлар**

8. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси –Т.: Ўзбекистон, 2015. – 46 б.
9. Ўзбекистон Республикасининг “Рақобат тўғрисида” ги қонуни. 2011 йил 14 ноябрь.
10. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев 19 сентябрь куни Бирлашган Миллатлар Ташкилоти Бош Ассамблеясининг 72-сессиясида нутқи 19.09. 2017.
11. Шавкат Мирзиёев “Конституция – эркин ва фаровон ҳаётимиз, мамлакатимизни янада тараққий эттиришнинг мустаҳкам пойдеворидир” Куч адолатда газетаси 2017, 8 декабр.
12. Шавкат Мирзиёев “Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга мурожаатномаси” 2017, 23 декабр.
13. Мирзиёев Ш.М. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик – ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик коидаси бўлиши керак. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2016 йил яқунлари ва 2017 йил истиқболларига бағишланган

мажлисидаги Ўзбекистон Республикаси Президентининг нутқи. // Халқ сўзи газетаси. 2017 йил 16 январь, №11.

14. Арментано, Доминик Антитраст против конкуренции / Доминик Арментано. - М.: ИРИСЭН, 2017. - 432 с.

15. Кирцнер Израэл Конкуренция и предпринимательство; Социум - М., 2016. - 1425 с.

16. “Теория конкуренции” учебное пособие для студентов экономических специальностей Саратов: Изд-во «Саратовского государственного университета им Н.Г.Чернышевского», 2014. – 80с

### Интернет сайтлари

17. [www.gov.uz](http://www.gov.uz) – Ўзбекистон Республикаси ҳукумат портали.

18. [www.gkk.uz](http://www.gkk.uz) Ўзбекистон Республикасини Хусусийлаштирилган корхоналарга қўмаклашиш ва рақобатни ривожлантириш давлат қўмитаси сайти

19. [www.lex.uz](http://www.lex.uz) – Ўзбекистон Республикаси Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси.

20. [www.economist.com](http://www.economist.com)

21. [www.webofscience.com](http://www.webofscience.com)

22. [www.tradingeconomics.com](http://www.tradingeconomics.com)

23. <http://grad-schools.usnews.rankingsandreviews.com/best-graduate-schools/top-humanities-schools/economics-rankings>

24. [www.ereport.ru](http://www.ereport.ru) - Обзорная информация по мировой экономике

25. [www.stplan.ru](http://www.stplan.ru) - экономика и управление

---

## **ФАННИНГ ИШЧИ ЎҚУВ ДАСТУРИ**

---

## 1. Ўқув фани ўқитилиши бўйича услубий кўрсатмалар.

“Ҳозирги замон рақобат назариялари” фани талабаларни назарий билимлар, амалий кўникмалар, иқтисодий ҳодиса ва жараёнларга услубий ёндашув ҳамда илмий дунёқарабини шакллантириш вазифаларини бажаради.

Фан бўйича талабаларнинг билим, кўникма ва малакаларига қўйдаги талаблар қўйилади. **Талаба:**

- рақобат назариясининг эволюцияси, рақобат тадқиқотларини олиб бориш тўғрисида **тасаввурга эга бўлиши;**

– рақобатнинг типологияси, рақобатбардошлик ва уни ривожлантиришнинг усуллари, фирманинг бозордаги ўрни, рақобатбардошлик ва унинг моделлари, рақобат шароитида фирманинг фаолият давомийлиги, замонавий бозор шароитида рақобатнинг курашиш усуллари **билиши ва улардан фойдалана олиши;**

- талаба рақобатбардошликнинг моҳияти ва унинг шакллари, рақобатчи корхоналар товарининг рақобатбардошлигини, тармоқларнинг рақобатбардошлигини, фирмаларнинг рақобатбардошлигини, рақобат устунлиги ва концепциясини, рақобат кучлари назариясини, янгиликларни жорий қилишнинг рақобат стратегиясини, жаҳон бозоридаги рақобат усулларида фойдаланиш **кўникмаларига эга бўлиши керак.**

## 2. Маъруза машғулотлари

1- жадвал

№	Маъруза машғулотлари мавзулари	Дарс соатлари ҳажми
<b>4-семестр</b>		
1.	Рақобат назарияси эволюцияси	4
2.	Мукамал ва номукамал рақобат назариялари	4
3.	Рақобат кучлари назарияси	2
4.	Рақобатбардошлик ва унинг намоён бўлиш шакллари	2
5.	Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини баҳолашга нисбатан услубий ёндашувлар	2
6.	Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишнинг ижтимоий омиллари	2
7.	Нарх шаклланиши миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигининг асосий омили сифатида	4
8.	Рақобат устунлиги ва унга эришиш концепциялари	2
9.	Миллий иқтисодиётнинг рақобат устунликларини шакллантиришнинг методологик асослари	2
10.	Рақобатнинг инновацияларни тадбиқ этиш стратегияси	2
11.	Рақобатнинг дифференциаллаш стратегияси	4
12.	Рақобатнинг бозор таҳмонлари стратегияси	2
13.	Ўзбекистонда рақобатчилик муҳитининг вужудга келиши ва монополияга қарши қонунчилик	4
14.	Миллий иқтисодиётда рақобат муҳитини шакллантиришнинг институционал асослари	2
15.	Рақобатни ривожлантиришнинг замонавий тенденциялари	2

Жами 40 соат

Маъруза машғулотлари мультимедиа қурулмалари билан жиҳозланган аудиторияда академ. гуруҳлар оқими учун ўтилади.

### 3. Амалий машғулотлар

2- жадвал

№	Амалий машғулотлар мавзулари	Дарс соатлари ҳажми
<b>4-семестр</b>		
1.	Рақобат назарияси эволюцияси	4
2.	Мукамал ва номукамал рақобат назариялари	4
3.	Рақобат кучлари назарияси	2
4.	Рақобатбардошлик ва унинг намоён бўлиш шакллари	2
5.	Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини баҳолашга нисбатан услубий ёндашувлар	2
6.	Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишнинг ижтимоий омиллари	2
7.	Нарх шаклланиши миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигининг асосий омили сифатида	4
8.	Рақобат устунлиги ва унга эришиш концепциялари	2
9.	Миллий иқтисодиётнинг рақобат устунликларини шакллантиришнинг методологик асослари	2
10.	Рақобатнинг инновацияларни тадбиқ этиш стратегияси	2
11.	Рақобатнинг дифференциаллаш стратегияси	4
12.	Рақобатнинг бозор тахмонлари стратегияси	2
13.	Ўзбекистонда рақобатчилик муҳитининг вужудга келиши ва монополияга қарши қонунчилик	4
14.	Миллий иқтисодиётда рақобат муҳитини шакллантиришнинг институционал асослари	2
15.	Рақобатни ривожлантиришнинг замонавий тенденциялари	2

**Жами 40 соат**

Амалий машғулотлар мультимедиа қурулмалари билан жиҳозланган аудиторияда ҳар бир академ. гуруҳга алоҳида ўтилади. Машғулотлар фаол ва интерфаол усуллар ёрдамида ўтилади, “Кейс-стади” технологияси ишлатилади, кейслар мазмуни ўқитувчи томонидан белгиланади. Кургазмали материаллар ва ахборотлар мультимедиа қурулмалари ёрдамида узатилади.

### 4. Мустақил таълим

3-жадвал

№	Мустақил таълим мавзулари	Дарс соатлари ҳажми
<b>4-семестр</b>		
1.	Рақобат назарияси эволюцияси	2
2.	Мукамал ва номукамал рақобат назариялари	4

3.	Рақобат кучлари назарияси	2
4.	Рақобатбардошлик ва унинг намоён бўлиш шакллари	2
5.	Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини баҳолашга нисбатан услубий ёндашувлар	2
6.	Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишнинг ижтимоий омиллари	2
7.	Нарх шаклланиши миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигининг асосий омили сифатида	4
8.	Рақобат устунлиги ва унга эришиш концепциялари	2
9.	Миллий иқтисодиётнинг рақобат устунликларини шакллантиришнинг методологик асослари	2
10.	Рақобатнинг инновацияларни тадбиқ этиш стратегияси	2
11.	Рақобатнинг дифференциаллаш стратегияси	2
12.	Рақобатнинг бозор тахмонлари стратегияси	2
13.	Ўзбекистонда рақобатчилик мухитининг вужудга келиши ва монополияга қарши қонунчилик	4
14.	Миллий иқтисодиётда рақобат мухитини шакллантиришнинг институционал асослари	2
15.	Рақобатни ривожлантиришнинг замонавий тенденциялари	4

**Жами 38 соат**

Мустақил ўзлаштириладиган мавзулар бўйича талабалар томонидан рефератлар тайёрланади ва уни тақдироти ташкил қилинади.

**Фан бўйича курс иши.** Курс иши фан мавзуларига тааллуқли масалалар юзасидан талабаларга яқка тартибда тегишли (вариантланган) топшириқ шаклида 4-семестрда берилади. Курс ишининг ҳажми 20 бетдан кам бўлмаслиги, А4 форматдаги варақларда ёзилиши ва тикилиб расмийлаштирилиши лозим. Курс ишини бажариш тартиби кафедранинг услубий қўлланмасида келтирилган.

**Курс иши учун мавзулар:**

1. Рақобат назарияси эволюцияси
2. Мукамал ва номукамал рақобат назариялари
3. Рақобат кучлари назарияси
4. Рақобатбардошлик ва унинг намоён бўлиш шакллари
5. Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини баҳолашга нисбатан услубий ёндашувлар
6. Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишнинг ижтимоий омиллари
7. Нарх шаклланиши миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигининг асосий омили сифатида
8. Рақобат кучлари назарияси
9. М. Портернинг рақобат беш кучи модели
10. Рақобатбардошлик ва унинг намоён бўлиш шакллари
11. Ўзбекистон иқтисодиётининг рақобатбардошлигини баҳолашга нисбатан услубий ёндашувлар
12. Стратегик режаларнинг SWOT таҳлили ва SWOT таҳлили босқичлари.
13. Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишнинг ижтимоий омиллари
14. А. Маршаллнинг танлаш зркинлиги концепцияси
15. М. Портернинг миллий ромби.



16. Нарх шаклланиши миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигининг асосий омили сифатида
17. Рақобат устунлиги ва унга эришиш концепциялари
18. Миллий иқтисодиётнинг рақобат устунликларини шакллантиришнинг методологик асослари
19. Рақобатнинг инновацияларни тадбиқ этиш стратегияси
20. Рақобатнинг дифференциаллаш стратегияси
21. Рақобатнинг бозор тахмонлари стратегияси
22. Ўзбекистонда рақобатчилик мухитининг вужудга келиши ва монополияга қарши қонунчилик
23. Рақобат мухитини шакллантиришнинг инновацион омиллари.
24. Республикамизда соғлом рақобат мухитини яратишга оид Ўзбекистон Республикасининг махсус қонунлари
25. Рақобатнинг инновацияларни тадбиқ этиш стратегияси
26. Рақобатнинг дифференциаллаш стратегияси
27. Ўзбекистонда рақобат муносабатларини шакллантиришнинг иқтисодий институтлари.
28. Рақобатни ривожлантиришнинг замонавий тенденциялари
29. Глобаллашув шароитида Ўзбекистоннинг жаҳон хўжалик тизимига интеграциялашувининг асосий йўналишлари
30. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш рақобат мухитини яратишнинг муҳим иқтисодий институти.

**5. Фан бўйича талабалар билимини баҳолаш ва назорат қилиш меъзонлари**

Баҳолаш усуллари	Экспресс тестлар, ёзма ишлар, оғзаки сўров, презентациялар.
<b>Баҳолаш мезонлари</b>	<p><b>86-100 балл «аъло»</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– фанга оид назарий ва услубий тушунчаларни тўла ўзлаштира олиш;</li> <li>– фанга оид кўрсаткичларни иқтисодий таҳлил қилишда ижодий фикрлай олиш;</li> <li>– ўрганилаётган жараёнлар ҳақида мустақил мушоҳада юритиш;</li> <li>– меҳнат муносабатларига оид таҳлил натижаларини тўғри акс эттира олиш;</li> <li>– ўрганилаётган жараёнга таъсир этувчи омилларни аниқлаш ва уларга тўла баҳо бериш;</li> <li>– таҳлил натижалари асосида вазиятга тўғри ва ҳолисона баҳо бериш;</li> <li>– ўрганилаётган иқтисодий ҳодиса ва жараён тўғрисида тасаввурга эга бўлиш;</li> <li>– ўрганилаётган жараёнларни аналитик жадваллар орқали таҳлил этиш ва тегишли қарорлар қабул қилиш.</li> </ul> <p><b>71-85 балл «яхши»</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ўрганилаётган жараёнлар ҳақида мустақил мушоҳада юритиш;</li> <li>– таҳлил натижаларини тўғри акс эттира олиш;</li> <li>– ўрганилаётган иқтисодий ҳодиса ва жараён тўғрисида</li> </ul>

	<p>тасаввурга эга бўлиш;  – ўрганилаётган жараёнга таъсир этувчи омилларни аниқлаш ва уларга тўла баҳо бериш;  – ўрганилаётган жараёнларни жадваллар орқали таҳлил этиш ва тегишли қарорлар қабул қилиш.  <b>55-70 балл «қониқарли»</b>  – ўрганилаётган жараёнга таъсир этувчи омилларни аниқлаш ва уларга тўла баҳо бериш;  – ўрганилаётган иқтисодий ҳодиса ва жараён тўғрисида тасаввурга эга бўлиш;  – ўрганилаётган жараёнларни аналитик жадваллар орқали таҳлил этиш.  <b>0-54 балл «қониқарсиз»</b>  – ўтилган фаннинг назарий ва услубий асосларини билмаслик;  – иқтисодий ҳодиса ва жараёнларни таҳлил этиш бўйича тасаввурга эга эмаслик;  – ўрганилаётган жараёнларга иқтисодий усулларни қўллай олмаслик.</p>		
	<b>Рейтинг баҳолаш турлари</b>	<b>Макс.балл</b>	<b>Ўтказиш вақти</b>
	<b>Жорий назорат:</b>	<b>30</b>	Семестр давомида
	Мустақил таълим топшириқларининг ўз вақтида ва сифатли бажарилиши	10	
	Амалий машғулотларда фаоллиги, саволларга тўғри жавоб берганлиги, амалий топшириқларни бажарганлиги учун	20	
	<b>Оралиқ назорат</b>	<b>40</b>	
	Оралиқ назорат (маърузачи ва семинар ўқитувчилари томонидан қабул қилинади). Топшириқлар тақдимот шаклида 2-3-ҳафтalar оралиғида талабаларга бириктирилади. Гуруҳнинг фаоллиги, берилган топшириқни назарий ва амалий жиҳатдан ёритилиши, хулосаларнинг мантиқий боғлиқлиги, креатив мулоҳазаларнинг мавжудлиги, ҳукукий-норматив ҳужжатларни билиши ва бошқа талабларга мослиги ҳисобга олинади. Гуруҳдаги ҳар бир талабага 0-40 оралиғида бир хил балл қўйилади. Ҳимоя кафедра мудири томонидан	40	17-ҳафта

	тасдиқланган график асосида дарс машғулотларидан сўнг ташкил этилади		
	<b>Якуний назорат</b>	<b>30</b>	20 ҳафта
	Ўзма иш	30	
	<b>ЖАМИ</b>	<b>100</b>	

#### 6. Асосий ва қўшимча ўқув адабиётлар ҳамда ахборот манбаалари

26. Д.Б.Рубин, «Теория и практика предпринимательской конкуренции». Учебник, 7-е издание.- М.: Маркет ДС, 2008. 608 стр.
27. М.Портер. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. Учебник. 2-е издание-М: Альпина Бизнес Букс, 2006. 715 стр.
28. М.Портер. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. Учебник. 2-е издание.М: Альпина, Бизнес Букс. 2006. 454стр
29. Ян Гордон. Целевая конкуренция. Учебное пособие. Пер. С англ. (С. Жильцов, И.Малкова, Е.Федорова.) – М: Вершина 2006, 368стр.
30. Ю.Б.Рубин. Теория и практика предпринимательской конкуренции. Учебник. 4-е издание. М. ООО “Маркет”. ДС Корпорейшн 2004. 782 стр.
31. Б.Ю. Ходиев, Шодмонов Ш.Ш., Иқтисодиёт назарияси. Дарслик. – Т.: “Barkamol fauz media”. 2017. 783 б.
32. Алимов Р.О., Расулев А.Ф., Қодиров А.М. “Ўзбекистон иқтисодиётининг рақобатбардошлигини ошириш муаммолари: назария ва амалиёт”. Монография.Т.:CONSAUDITINFORM - NASHR, 2006. – 438 б.

#### Қўшимча адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси –Т.: Ўзбекистон, 2015. – 46 б.
2. Ўзбекистон Республикасининг “Рақобат тўғрисида” ги қонуни. 2011 йил 14 ноябрь.
3. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев 19 сентябрь куни Бирлашган Миллатлар Ташкилоти Бош Ассамблеясининг 72-сессиясида нутқи 19.09.2017.
4. Шавкат Мирзиёев “Конституция – эркин ва фаровон ҳаётимиз, мамлакатимизни янада тараққий эттиришнинг мустақкам пойдеворидир” Куч адолатда газетаси 2017, 8 декабр.
5. Шавкат Мирзиёев “Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга мурожаатномаси” 2017, 23 декабр.
6. Мирзиёев Ш.М. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик – ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қондаси бўлиши керак. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2016 йил яқунлари ва 2017 йил истиқболларига бағишланган мажлисидаги Ўзбекистон Республикаси Президентининг нутқи. // Халқ сўзи газетаси. 2017 йил 16 январь, №11.
7. Арментано, Доминик Антитраст против конкуренции / Доминик Арментано. - М.: ИРИСЭН, 2017. - 432 с.
8. Кирцнер Израэл Конкуренция и предпринимательство; Социум - М., 2016. - 1425 с.

9. “Теория конкуренции” учебное пособие для студентов экономических специальностей Саратов: Изд-во «Саратовского государственного университета им Н.Г.Чернышевского», 2014. – 80с

### Интернет сайтлари

10. [www.gov.uz](http://www.gov.uz) – Ўзбекистон Республикаси ҳукумат портали.
11. [www.gkk.uz](http://www.gkk.uz) Ўзбекистон Республикасини Хусусийлаштирилган корхоналарга қўмаклашиш ва рақобатни ривожлантириш давлат қўмитаси сайти
12. [www.lex.uz](http://www.lex.uz) – Ўзбекистон Республикаси Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси.
13. [www.economist.com](http://www.economist.com)
14. [www.webofscience.com](http://www.webofscience.com)
15. [www.tradingeconomics.com](http://www.tradingeconomics.com)
16. <http://grad-schools.usnews.rankingsandreviews.com/best-graduate-schools/top-humanities-schools/economics-rankings>
17. [www.ereport.ru](http://www.ereport.ru) - Обзорная информация по мировой экономике
18. [www.stplan.ru](http://www.stplan.ru) - экономика и управление

---

**ФАН БЎЙИЧА ТАРҚАТМА  
МАТЕРИАЛЛАР**

---

## 1-МАВЗУ. РАҚОБАТ НАЗАРИЯСИ ЭВОЛЮЦИЯСИ

1

• Рақобатнинг иқтисодий мазмуни ва моҳияти.

2

• Рақобат назариялари

3

• Рақобатнинг асосий вазифалари, турлари ва усуллари

4.

• Рақобат стратегияси ва рақобат босқичлари

*Рақобат кураши кўйидаги  
субъектлар ўртасида  
амалга ошади*

Сотувчи билан  
сотувчи

Сотувчи билан  
харидор

Харидор билан  
харидор

## Рақобат назариялари

- Ф.Перру рақобатни доимий таҳдидли ҳаракат сифатида тушунтиради. Инсон ўз манфаатини кўзлаб қимматроқ сотиб, арзон харид қилишга интилади, лекин шахс ягона эмас. Шунинг учун рақобат билан доимий тўқашилга тўғри келади.

### Рақобатнинг асосий вазифалари

- 1 • *тартибга солиш*
- 2 • *ресурсларни жойлаштириш*
- 3 • *инновацион вазифа*
- 4 • *модерништириш*
- 5 • *тақсимлаш*
- 6 • *назорат қилиш.*

## Рақобатнинг асосий турлари

Тармоқ  
ичидаги  
рақобат

Тармоқлараро  
рақобат



### ТАРМОҚ ИЧИДАГИ РАҚОБАТ

Бу

Бир тармоққа тегишли бўлган корхона  
ва ташкилотлар ўртасидаги рақобатдир.

Унинг  
турлари

Эркин  
рақобат

Монопо-  
листик  
рақобат

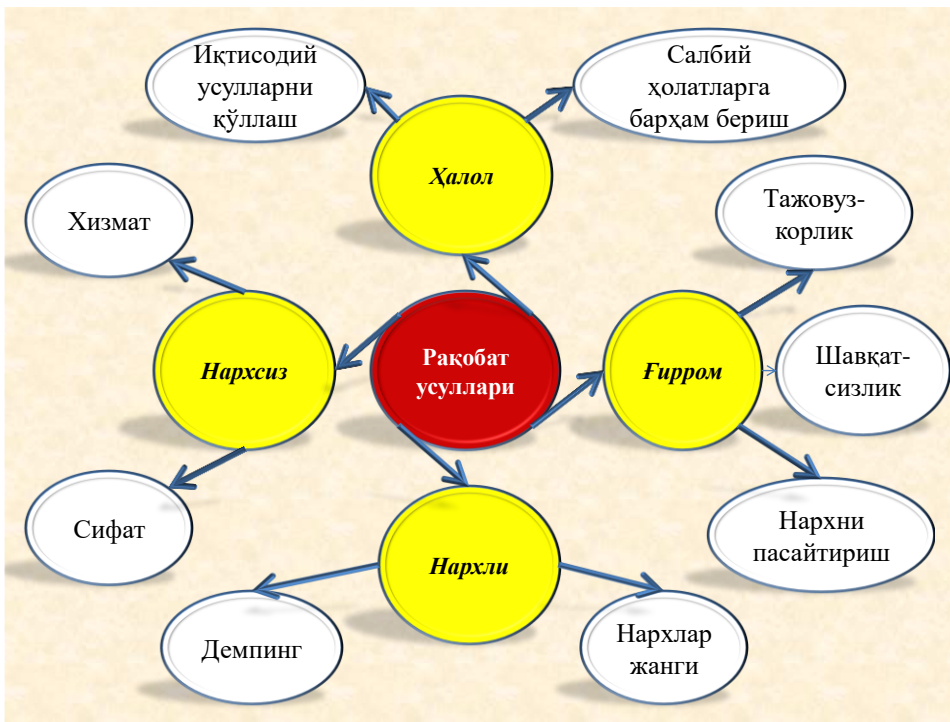
Олигопо-  
листик  
рақобат

Соф  
монополия



## Тармоқлараро рақобат

*Бу- турли тармоқлар корхоналари ўртасида энг юқори фойда нормаси олиш учун олиб бориладиган курашдан иборат. Бундай рақобат фойда нормаси кам бўлган тармоқлардан фойда нормаси юқори тармоқларга капиталларнинг оқиб ўтишига сабаб бўлади.*



### Нархсиз рақобат усуллари ичида маркетинг муҳим аҳамиятга эга бўлиб,

- у маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотиш жараёнини талабга мослаштирувчи тадбирлар тизимидан иборат. Бозор иқтисодиёти шароитида талабни яхши ўрганган ва истеъмолчилар эҳтиёжларини тўлароқ қондира оладиган корхоналар ҳар доим рақобат курашида ютиб чиқади.

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

- Нарх воситасида рақобатлашиш усулларида бири – демпинг нархларни қўллашдир.

### Нархсиз рақобат

- рақобат курашнинг асосий омили товарларнинг нархи эмас, балки унинг сифати, сервис хизмат кўрсатиш, ишлаб чиқарувчи фирманинг обрў-эътибори ҳисобланади.

## Рақобат стратегияси ва рақобат боскичлари

- **Рақобат стратегияси** - рақобат курашининг узок даврга мулжалланган йул-йурикларини ифода этади.
- Рақобат курашида самарали фаолият юргизиш, унда муваффақият қозониш рақобат стратегиясининг қанчалик пухта, изчил, узокни кура оладиган режасини ишлаб чиқишга узвий боғлиқдир.

## Рақобат стратегиясининг мақсади

- Тез кунда фойдани максималлаштириш, оз фойда билан қаноат қилган ҳолда уз бозорини қенгайтириш ёки рақибни бозордан сиқиб чиқариш, янги бозорга аста-секин кириб бориш қаби масалаларда ҳаракат йулларини белгилашдан иборат. Стратегияга қараб кураш тактикаси (усули ва шакллари) танланади.

## 2-МАВЗУ. МУКАММАЛ ВА НОМУКАММАЛ РАҚОБАТ

1

- Мукаммал рақобат тавсифи

2

- Номукаммал рақобат турлари

3

- Монополияларнинг иқтисодий асоси ва уларнинг турлари



2014 йилга мўлжалланган кенг кўламли дастурий мақсад ва вазифалар ислохотларимизни янада чуқурлаштириш, мамлакатимизнинг иқтисодий ривожланиши йўлида ғов бўлиб турган муаммоларни ечиш учун бор куч ва имкониятларимизни сафарбар этишни талаб қилиши ҳақида бугун гапириб ўтиришнинг зарурати йўқ, деб ўйлайман.

Бу ўринда сўз, биринчи навбатда, мамлакатимизда том маънодаги рақобат муҳитини шакллантириш ҳақида бормоқда. Маълумки, бундай муҳит ишлаб чиқаришни техник ва технологик янгилаш ва модернизация қилиш, жаҳон бозорларига чиқиш йўлида ҳал қилувчи омил бўлиб хизмат қилади.

### 3. Монополияларнинг иқтисодий асоси ва уларнинг турлари.

*Монополия – монопол юқори нархларни ўрнатиш ҳамда монопол юқори фойда олиш мақсадида тармоқлар, бозорлар ва яхлит макроиқтисодиёт устидан ҳукмронликни амалга оширувчи йирик корхоналар (фирма, корпорациялар)нинг бирлашмалари.*

#### Монополияларнинг моддий асоси

*Бу*

*Ишлаб чиқаришнинг, яъни ишлаб чиқариш воситалари, ишчи кучи ҳамда маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмининг йирик корхоналар қўлида тўпланиши ҳисобланади.*

*Бунинг асосий сабаби*

*Олинаётган фойда ҳажмининг кўпайиши*

## Монополияларнинг асосий турлари

### Бозорни қамраб олиш даражасига кўра:

- *Соф монополия*
- *Олигополия*
- *Моносония*

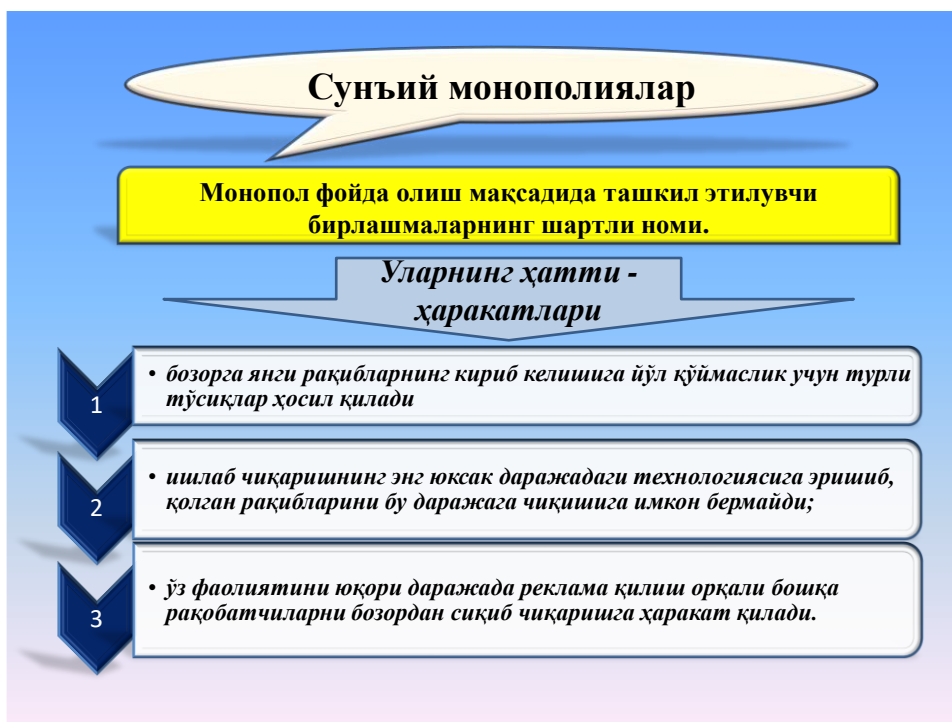
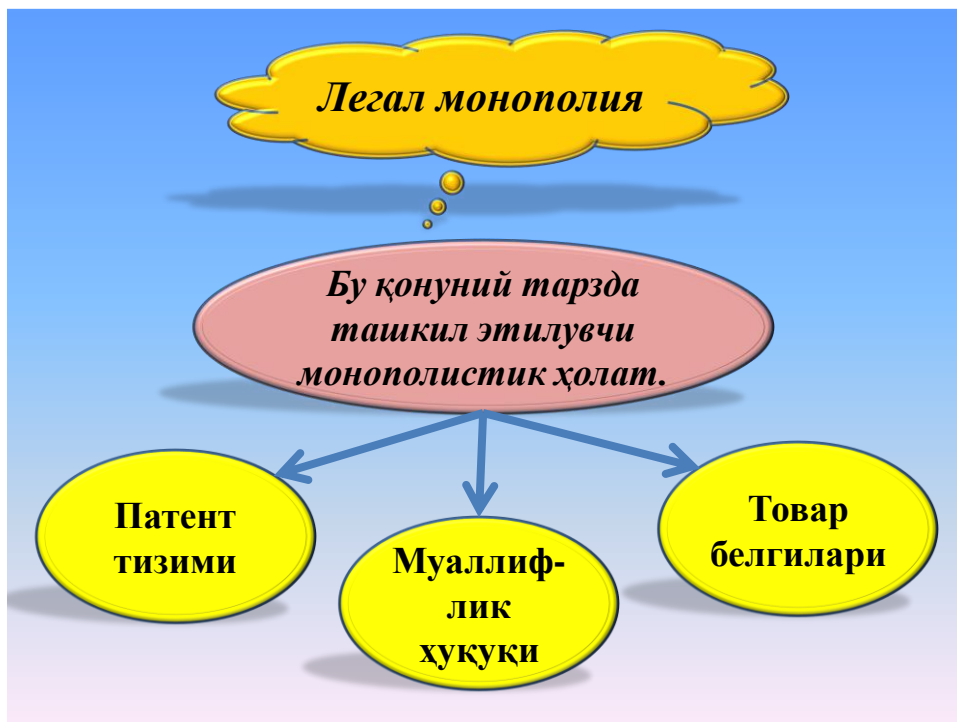
### Вужудга келиши сабаби ва тавсифига кўра:

- *Табиий монополия*
- *Легал (қонуний) монополия*
- *Сунъий монополия*

*Табиий  
монополия*

**Бу**

*Корхонанинг технологик хусусиятлари сабабли маҳсулотга бўлган талабни қондириш рақобат мавжуд бўлмаган шароитда самаралироқ амалга оширилувчи товар бозорининг ҳолати.*





## Сунъий монополияларнинг намоён бўлиш шакллари

### Трест

- ишлаб чиқариш воситалари ва тайёр маҳсулотга биргаликдаги мулкый эгаликни таъминловчи ишлаб чиқарувчиларнинг юридик шахс қўринишидаги бирлашмаси.

### Консорциум

- тадбиркорларнинг йирик молиявий операцияларини биргаликда амалга ошириш мақсадида бирлашуви

### Концерн

- расмий жиҳатдан мустақил бўлган, кўп тармоқли корхоналар (саноат, савдо, транспорт ва банк каби турли соҳа корхоналари) нинг мажмуини ўз ичига оловчи бирлашма.

## МОНОПОЛИЯЛАРНИНГ ИЖОБИЙ ТОМОНИ

### *Ижобий томонлар*

**у маълум тармоқларда нисбатан самарали амал қилади ва харажатларнинг тежалишига олиб келади**

Монополист бўлмаган, майда, рақобатлашувчи соҳа корхоналарига нисбатан монополистик корхоналарда ишлаб чиқаришга илмий-техника тараққиёти ютуқларини жорий этиш учун кўпроқ рағбат ва имконият мавжуд бўлади.



**Монополияларнинг салбий  
томонлари**

ресурсларнинг оқилона тақсимланмаслиги

даромадлардаги тенгсизликнинг кучайиши

иқтисодий турғунлик ва фан-техника тараққиётининг  
секинлашуви.

иқтисодиётда демократик ҳаракатларнинг тўсиб  
қўйилиши

Ўзбекистонда «Монопол фаолиятни  
чеклаш тўғрисида»ги қонун  
(1992 йил, август)

*Бозорда атайлаб тақчиллик ҳосил қилиш*

*Нархларни монополлаштириш*

*Рақобатчиларнинг бозорга кириб боришига тўсқинлик  
қилиш*

*Рақобатнинг зирром усуллари қўллаш*

**Ман этилади**

**Қуйидаги ҳатти-ҳаракатлар  
монополияга қарши қонунчиликка  
зид ҳисобланади:**

1

• *ҳўжалик юритувчи субъект томонидан бозордаги устунлик ҳолатининг суистеъмол қилиниши (5-модда);*

2

• *ҳўжалик субъектларининг рақобатни чеклашга қаратилган битимлари (ўзаро келишилган ҳатти-ҳаракатлари) (6-модда);*

3

• *давлат бошқаруви органлари ва маҳаллий ҳокимияти органларининг рақобатни чеклашга йўналтирилган ҳатти-ҳаракатлари (7-модда);*

4

• *инсофсиз рақобат (8-модда).*

**Ўзбекистонда монопол мавқега эга бўлган  
корхоналарни Давлат реестрига киритиш  
мезонлари**

**Озиқ – овқат  
маҳсулотлари учун**

*Агар корхона ишлаб  
чиқарган муайян  
маҳсулотлар  
бозордаги шу турдаги  
маҳсулотнинг 20 %  
идан ортиқ бўлса, бу  
корхона  
монополистик  
корхона сифатида  
Давлат реестрига  
киритилади.*

**Бошқа  
товарлар**

*Агар корхона ишлаб  
чиқарган муайян  
маҳсулотлар  
бозордаги шу турдаги  
маҳсулотнинг 35%  
идан ортиқ бўлса, бу  
корхона  
монополистик  
корхона сифатида  
Давлат реестрига  
киритилади.*

## Рақобат кучи назарияси

### Р Е Ж А:

- 1. М.Портернинг рақобатнинг беш кучи назарияси
- 2. Рақобат 5 кучи назариясининг олтин қоидаси
- 3. Корхона (фирмада)SWOT анализини қўллаш схемаси
- 4. SWOT анализи босқичлари
- 5. “McKinsey 7S” таҳлил модели
- 6. Фирманинг стратегик ҳолатини баҳолаш кўрсаткичлари

## Рақобат кучи назарияси

Ҳар бир бозор ўзининг хусусиятларига эга бўлишига қарамай, рақобатнинг моҳияти унинг табиати ва интенсивлигини очиб бериш ва баҳолаш имконини берувчи ягона концепция орқали ифодаланиши мумкин.

Таниқли америкалик олим М.Е.Портернинг тадқиқотларига кўра, алоҳида бозордаги рақобатнинг ҳолатини **бешта** рақобат кучи орқали тавсифлаш мумкин: Унинг стратегик модели Портер томонидан 1979 йилда тавсифлаб берилган.

## М.Портернинг рақобатнинг беш кучи назарияси

- 1. Сотувчиларнинг бозордаги ҳукмронлиги
- 2. Бир-бирини ўрнини босувчи ва нарх нуқтаи назаридан рақобатбардош бўлган товарлар ўртасидаги рақобат.
- 3. Янги рақобатчиларнинг пайдо бўлиш хавфи.
- 4. Харидорларнинг бозордаги ҳукмронлиги
- 5. Тармоқ ичидаги рақобат.

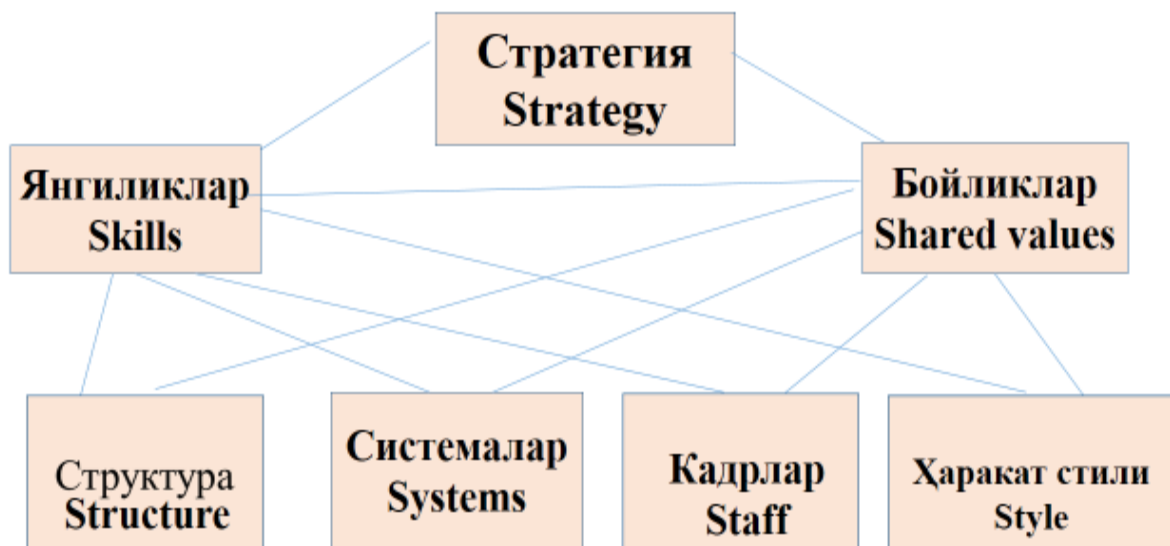
## SWOT анализ қўллаш схемаси

<p><b>СИЛЫ (S) STRENGTH</b> Кучлар</p> <p>заифликни кучга ва таҳдидни имко</p>	<p><b>СЛАБОСТИ (W) WEAKNESS</b> заифлик</p> <p>ниятга айлантириш учун барча кучни сарфлаш.</p> <p>Превращение</p>
<p><b>ВОЗМОЖНОСТИ (O) OPPORTUNITY</b> Имкониятлар</p> <p>фирманинг кучли томонларини унинг чекланган имкониятлари асосида ривожлантириш.</p>	<p><b>УГРОЗЫ (T) THREAT</b> Таҳдидлар</p> <p>Превращение</p>

## Тармоққа кириш тўсиқлари

<p><b><u>Харидорларнинг савдо маркасига содиқлиги</u></b> (кириб келаётган компаниялар буни катта инвестициялар эвазига баргараф қилишлари мумкин)</p>	<p><b><u>Харажатлар бўйича мутлақ устунликлар</u></b> (ишлаб чиқариш харажатларининг янада камлиги мавжуд компаниялар учун янги компаниялар эришиши қийин бўлган катта устунликлар беради)</p>	<p><b><u>Кўламдан тежаш</u></b> - махсулотни ишлаб чиқаришда харажатларнинг камайтирилиши, хом ашё ва таркибий қисмларни катта миқдорда сотиб олишдаги чегирмалар, рекламага сарфланадиган харажатларни камайтириш. Булар ишлаб чиқаришни энди бошлаётган компаниялар учун катта қийинчиликлар туғдиради.</p>
--	--	---

“McKinsey 7S” таҳлил модели. (Компания фаолиятининг 7та фактори )



### Фирмининг стратегик ҳолатини баҳолаш кўрсаткичлари:

- Нисбий ўлчам;
- Ўсиш;
- Бозор улуши;
- Позиция;
- Солиштирма рентабеллик;
- Соф даромад;
- Технологик ҳолат;
- Ташқи кўриниш;
- Раҳбарият ва инсонлар.

### Бозор жозибadorлигини баҳолаш кўрсаткичлари:

- Абсолют размер;
- Бозор ўсиши;
- Бозорнинг кенглиги;
- Нарх шаклланиши;
- Рақобат структураси;
- Фойданинг тармоқдаги нормаси;
- Ижтимоий роли;
- Атроф-муҳитга таъсири;
- Юридик чегара.

## Фирма бойликлари, устиворликлари

### Товарнинг устиворлиги ва нафлиги кўрсаткичлари

Буюмнинг хоссалари	Буюмнинг устиворлиги	Буюмнинг нафи
<b>Физик хоссалари</b>		
Мустаҳкамлиги	Хизмат муддати даврида мустаҳкамлигини тўла сақлайди	Узоқ хизмат қилиш ишончилиги
Қалинлиги	Қалинлиги 2 мм дан кам эмас	Истеъмолга чидамлилиги
Эластиклиги	Ўртача даражадан юқори	Одам танасига яхши ўтириши, ҳар қандай ҳаракатга ҳалақит бермаслиги
<b>Кимёвий хоссалари:</b>		
Ювиш ва тозалаш мумкинлиги	Оддий воситалар билан ювилиши	Ювиш ва тозалашга қулайлиги
<b>Термик хоссалари:</b>		
Иссиқликка чидамлилиги	Катта диапазонда чидамли	Жуда баланд ва паст ҳароратга бардош бериши
Иссиқлик ўтказувчанлиги	Энг паст	Ҳароратни нормал сақлаши
<b>Оптик хоссалари:</b>		
Ёруғлик ўтказувчанлиги	Қуёш нурларини синдириш қобилияти	Табиий ёруғликни ўтказиб, қуёш нурларидан ҳимоя қилиши
<b>Акустик хоссалари:</b>		
Товушни ютувчанлиги	Энг юқори	Товушни ўтказмаслиги ва қайтармаслиги

## сегментларнинг жозибдорлигини баҳолаш кўрсаткичлари

Сегментнинг фойдалилиги

Корхонанинг рақобатбардошлиги

Сегментнинг ўсиши

Сегментнинг кўлами

Корхонанинг бозор улуши

Талабнинг барқарорлиги

## Ўзбекистоннинг рақобат жиҳатдан устунликлари

- Мамлакат сиёсий ва ҳуқуқий тизимининг барқарорлиги;
- Инсонни ривожлантиришга (таълим, соғлиқни сақлаш, ижтимоий эҳтиёжларга) катта қўйилмалар;
- Аҳоли ҳаёт кечиришининг узоқлиги;
- Ишчи кучи ресурсларининг рақобатбардошлиги;
- Мамлакат аҳолиси таълим даражасининг юқорилиги.

## Рақобат устунлиги назарияси (М.Портер)

Ривожланган Ғарб мамлакатларида, хусусан, Жаҳон иқтисодий форумида мунтазам марказий ўрин эгаллайдиган Рақобат устунлиги назарияси бугунги кунда Ўзбекистон мисолида қайта-қайта ўз тасдиғини топмоқда.

- Рақобат устунлиги назариясига кўра (М.Портер, Дж.Сакс, П.Кругман) халқаро бозорда компаниянинг рақобатбардошлиги мамлакатнинг ишлаб чиқариш омиллари билан устунроқ таъминланганлиги эмас, балки ушбу компания учун давлат қандай иқтисодий институтлар ва механизмлар орқали имконият яратаётганлиги билан баҳоланади.



#### 4-мавзу. Рақобатбардошлик ва унинг намоён бўлиш шакллари

##### Р Е Ж А:

- 1. Рақобатбардошлик тушунчасининг иқтисодий мазмуни ва ўзига хос хусусиятлари.
- 2. Рақобатбардошликни тавсифловчи муҳим кўрсаткичлар.
- 3. Макроиктисодий, мезоиктисодий ва микроиктисодий даражадаги рақобатбардошликни баҳолаш.

Рақобатбардошлик тушунчасининг иқтисодий мазмуни ва ўзига хос хусусиятлари.

Иқтисодиётни глобаллаштириш даврида унинг самарадорлиги ва ишлаб чиқарилаётган маҳсулот талабгирлигининг ягона мезони рақобатбардошликдир. Ҳозирги вақтда “Рақобатбардошлик” тушунчасининг ягона таърифи мавжуд эмас.

Рақобатбардошлик – нисбий тушунча, чунки бир турдаги бозорларда муваффақиятли рақобатлашувчи товар бошқа бозорларда умуман рақобатбардош бўлмаслиги мумкин. Бу ҳол ташқи ва ички бозорларда рақобатбардошликни чегаралаш заруратини келтириб чиқаради. Рақобатбардошлик макродаражада, мезодаражада ва микродаражада бўлади.

## **2. Рақобатбардошликни тавсифловчи муҳим кўрсаткичлар.**

- Мамлакатнинг рақобатбардошлиги мамлакатнинг жаҳон бозори талабларини қондирувчи товарларни ишлаб чиқариш ва хизматлар кўрсатиш қобилияти сифатида таърифлаш мумкин.
- Мамлакатнинг рақобатбардошлик кўрсаткичи биринчи галда мамлакатнинг жаҳон бозоридаги мавқеини тавсифловчи – товар ва товар ишлаб чиқарувчининг ҳамда тармоқнинг рақобатбардошлигини бирлаштирувчи умумий кўрсаткич ҳисобланади.

### **1-бўлим. Мамлакат фаолиятининг умумий кўрсаткичлари:**

- **1.01. ЯИМ**
- **1.02. Аҳоли**
- **1.03. Аҳоли жон бошига ЯИМ**
- **1.04. Аҳоли жон бошига ЯИМнинг реал ўсиши**
- **1.05. Ишсизлик даражаси**
- **1.06. Аҳолининг бандлиги.**

## 2-бўлим. Макроиқтисодий муҳит

- 2.01. Иқтисодиётнинг кутилаётган пасайиши
- 2.02. Молиявий бозорнинг ривожланиш даражаси, банкларнинг барқарорлиги, давлат қарзларини баҳолаш (Standart & Poor df Moody компанияларининг методикаси бўйича), инфляция, реал валюта курси, экспорт, импорт, божхона таърифи ставкаси, даромад, қўшилган қиймат ва фойда солиғи ставкаси.....ва ҳ.к. 35та кўрсаткич.

## 3- бўлим. Технологик янгиликлар ва уларнинг диффузияси

- Мамлакатнинг технологик жиҳатдан такомиллашганлиги, компанияларнинг инновацион фаоллиги, илмий тадқиқот муассасаларининг рақобатбардошлиги, Компаниянинг ИТТКИ учун харажатлари, ўрта таълим қамраб олган ўқувчилар сони, олий таълим қамраб олган ўқувчилар сони.....ҳ.к. 17 та кўрсаткич.

#### **4-бўлим. Ахборот ва коммуникация технологиялари**

- **Бизнесда мобиль телефонларнинг қулайлиги, мактабларда интернет тармоғининг қулайлиги, интернет провайдерлар хизматининг сифати, ҳукумат томонидан ахборот ва коммуникация технологияларидан фойдаланиш ва қўллаб-қувватлаш даражаси.....ҳ.к. 11 та кўрсаткич.**

#### **5- бўлим. Мамлакатнинг умумий инфратузилмаси**

- **Мамлакатда инфратузилманинг сифати, темир йўллар, портлар, транспорт инфратузилмасининг сифати, давлат мактабларининг сифати, камбағаллар ва бойларга тиббий хизмат кўрсатиш сифатидаги табақалаш сифати, электр энергияси йўқотишлари фоизи .....ҳ.к. 16 та кўрсаткич.**

## **6- бўлим. Давлат муассасалари- қонунлар ва фаолият.**

- **Суд ҳокимиятининг мустақиллиги, федерал норматив ҳужжатларнинг амалийлиги, интеллектуал мулк муҳофазаси, сўз эркинлиги, маъмурий бюрократизм даражаси, полиция хизматининг ишончлилиги, уюшган жиноятчилик, яширин иқтисодиётнинг улуши .....х.к. 22 та кўрсаткич.**

## **7-бўлим. Давлат муассасалари-коррупция.**

- **Экспорт ва импорт учун асоссиз қўшимча тўловлар (АҚТ), солиқ органларига, давлат ссудаларини олишда, давлат шартномаларини тузишда, коммунал хизматларга АҚТ, сиёсатчиларга жамоатчилик ишончи.....х.к. 15 та кўрсаткич.**

## **8-бўлим. Маҳаллий рақобат**

- **Маҳаллий рақобатнинг жадаллиги, унга компанияларнинг таъсири, янги бизнесни бошлаш учун маҳаллий тўсиқлар, монополияга қарши сиёсатнинг самарадорлиги, янги бизнесни рўйхатга олишнинг умумий қиймати.....х.к. 11та кўрсаткич.**

## **9-бўлим. Бозор субъектларининг ривожланиши.**

- **Харидорларнинг товарлар сифати ҳақида хабардорлиги, маҳаллий етказиб берувчилар сони, маҳаллий етказиб берувчилар сифати, мамлакатда стандартларга амал қилиш даражаси, бозор субъектларини марказлаштириш ва интеграциялашиш даражаси.....х.к. 10 та кўрсаткич.**

## **10-бўлим. Компания стратегияси ва тактикаси.**

- **Компаниянинг рақобат жиҳатдан устунликлари хусусияти, маҳсулот ҳаётий цикли босқичларининг интеграциялашганлиги, брэнднинг ривожланиш даражаси, компаниянинг инновацияларга қобилияти, маркетингнинг ривожланиш даражаси.....х.к. 21та кўрсаткич.**

## **11-бўлим. Атроф муҳитни муҳофаза қилиш.**

- **Ҳаво муҳитининг ифлосланишини тартибга солишнинг қатъийлиги, ишлаб чиқариш чоқида кимёвий моддаларни концентрациялашни тартибга солиш, мамлакатда АММҚ бўйича норматив ҳужжатларга амал қилиниши.....х.к. 14 та кўрсаткич.**

## **5-мавзу. Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини баҳолашга нисбатан услубий ёндашувлар**

### **Р Е Ж А:**

- 1. Рақобатбардошлик даражалари**
- 2. Товар рақобатбардошлигини баҳолаш боскичлари**
- 3. Рақобатбардошликни шакллантириш ва ривожлантиришнинг М. Портер модели (миллий ромб)**

### **Рақобатбардошлик даражалари**

- Товарнинг рақобатбардошлиги;**
- Ходимнинг рақобатбардошлиги;**
- Товар ишлаб чиқарувчининг рақобатбардошлиги;**
- Тармоқнинг рақобатбардошлиги;**
- Мамлакатнинг рақобатбардошлиги.**

**Рақобатбардошликнинг барча даражалари ўртасида жипслик, ўзаро боғлиқлик мавжуд.**

**Мамлакат ва тармоқнинг рақобатбардошлиги муайян товар ишлаб чиқарувчининг рақобатбардош товар ишлаб чиқариш қобилиятига боғлиқ.**



### **Микродаражадаги рақобатбардошликни баҳолаш**

- **Бозорда рақобатнинг асосий элементи бўлиб товар иштирок этади. Товарнинг рақобатбардошлиги унинг бозордаги муваффақиятини, бошқа товарлардан устунлигини белгилаб берувчи истеъмол ва нарх наво хусусиятларининг йиғиндиси тушунилади.**

### **Товар рақобатбардошлигини баҳолаш боскичлари**

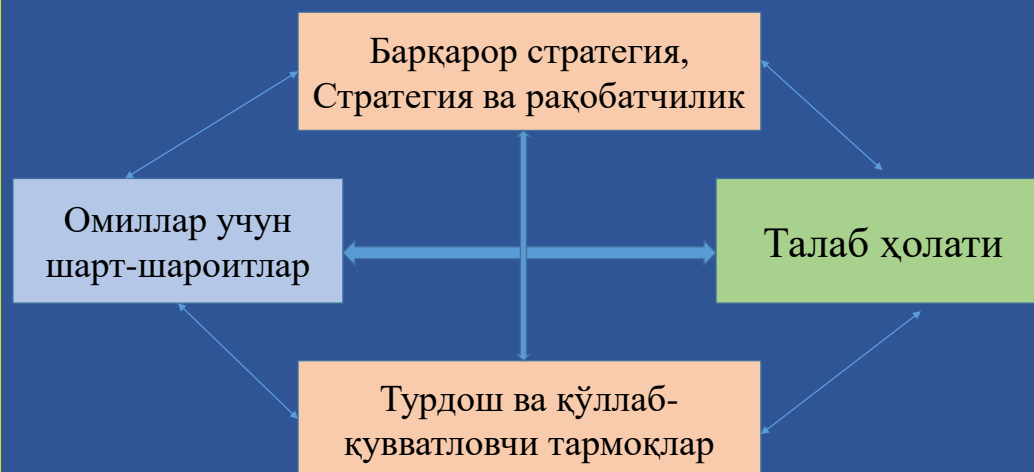
- **Биринчи боскич — бозорни таҳлил этиш ва қиёс тарзида фойдаланиш учун энг рақобатбардош намуна-товарни танлаш. Намунани танлаш рақобатбардошликни таҳлил қилишнинг энг масъулиятли вазифаларидан бири ҳисобланади. Бу боскичда хатоларга йўл қўйиш жами иш натижаларини йўққа чиқариши мумкин. Намуна таҳлил қилинадиган товар мансуб бўлган товарлар гуруҳидан, шу бозорга хос, кенг доирада харидорлар ҳурматини қозонган бўлиши лозим.**

## Рақобатбардошликни шакллантириш ва ривожлантиришнинг М. Портер модели

- М. Портер концепциясига асосланган замонавий модель мамлакатнинг умумий хусусиятга эга бўлган ва унда ишлаб чиқарувчилар рақобатлашадиган рақобат муҳитини шакллантирувчи 4 та хусусиятдан иборат. Ушбу муҳит рақобат устунликларини шакллантиришга кўмаклашиши ҳам ёки унга тўсқинлик қилиши ҳам мумкин.

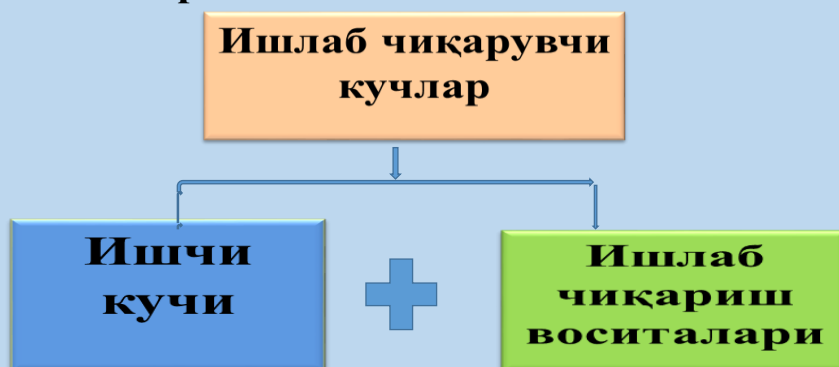
## М. Портернинг миллий ромби

Мамлакатнинг рақобат жihatдан устунликлари детерминантлари:



## Ишлаб чиқарувчи кучлар

- ижтимоий ишлаб чиқариш жараёнида кишилар билан табиат ўртасидаги боғланишни амалга оширувчи шахсий ва техник-буюмлашган элементлар тизимидан иборат.



## Иқтисодий муносабатлар

Ишлаб чиқариш муносабатлари

- мулкчилик
- ишлаб чиқариш
- тақсимот
- айирбошлаш
- истеъмол муносабатлари ва бошқалар

## ИШЛАБ ЧИҚАРИШ МУНОСАБАТЛАРИ ТАРКИБИ



## Турдош ва қўллаб-қувватловчи тармоқлар детерминанти

- Асосий ишлаб чиқариш учун материал ва маҳсулот етказиб берувчи компаниялар халқаро миқёсда рақобатбардош бўлиши керак, шунда улар харажатлар нуқтаи назаридан янада самарали ишлаб чиқариш омилларини таъминлаган ҳолда устунликларни ҳосил қилади. Турдош ва қўллаб қувватловчи тармоқлар инновация ва ишлаб чиқаришни модернизациялашни таъминлайди, чунки мазкур устунлик компаниялар ўртасида ахборотнинг тез ва доимий оқимини таъминлаш, ғоялар ва инновациялар билан алмашиш, техник такомиллашув йўналишларига таъсир кўрсатиш имкониятларига асосланади.

## Талаб ҳолати детерминанти

- Рақобатни глобаллаштириш жараёни миллий иқтисодиёт ички талабининг муҳимлиги роли ва даражасини оширди. Бироқ ушбу ҳолатда уларнинг ички талаби компанияларга харидорлар эҳтиёжларининг юзага келиши ҳақидаги аниқ ёки илгариги ахборотни таъминловчи тармоқларда рақобат жиҳатдан устунликка эга бўлиши мумкин.
- Бунда асосийси ички талабнинг ҳажми эмас, балки унинг хусусияти муҳимдир, чунки ривожланган ва талабчан харидорлар компанияларни юқори стандартни ушлаб туриш, такомиллашиш ва янгиликларни жорий этишга мажбур қилган ҳолда улар учун буюртмачилар эҳтиёжларини олдиндан кўра олишни таъминлайди.

## Ўзбекистоннинг рақобат жиҳатдан устунликлари

- Мамлакат сиёсий ва ҳуқуқий тизимининг барқарорлиги;
- Инсонни ривожлантиришга (таълим, соғлиқни сақлаш, ижтимоий эҳтиёжларга) катта қўйилмалар;
- Аҳоли ҳаёт кечиришининг узоқлиги;
- Ишчи кучи ресурсларининг рақобатбардошлиги;
- Мамлакат аҳолиси таълим даражасининг юқорилиги.

## **6-мавзу: Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишнинг ижтимоий омиллари**

Миллий иқтисодиётда инсон капитали ривожланишининг асосий йўналишлари.

концепцияси.

Ишчи кучини такрор ишлаб чиқариш харажатлари таркиби.

Ишга ёлловчиларнинг ишчи кучига харажатлари.

Давлат ва маҳаллий бюджетнинг ижтимоий мақсадларга харажати.

Инсон капиталини такрор барпо этиш харажатлари ва самарадорлиги.

### **Инсон тараққиёти ўлчовлари. Инсон тараққиёти индекси (ИТИ)**

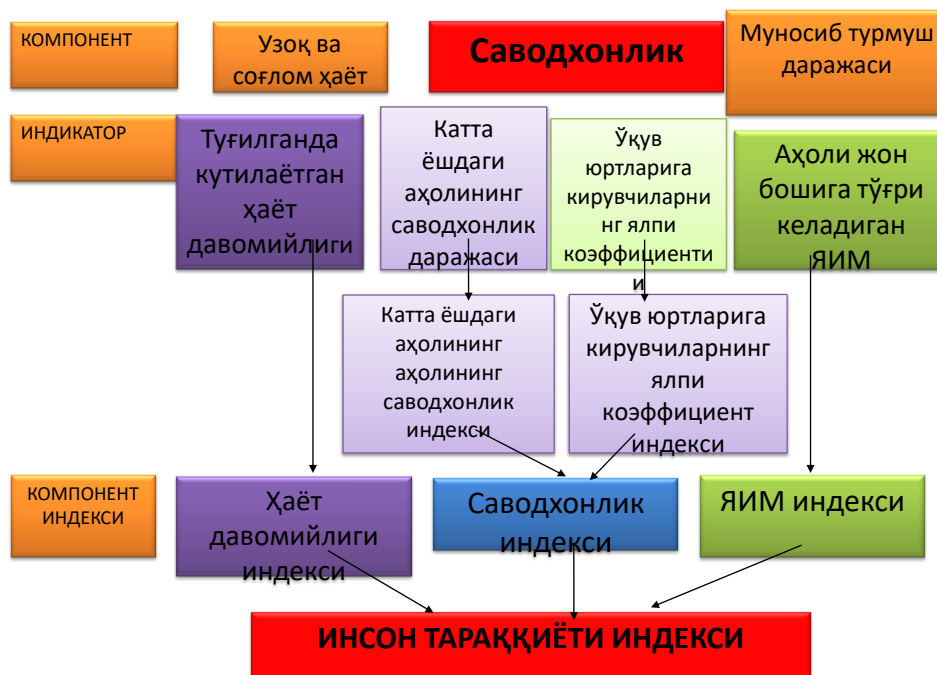
Инсон ривожланишининг асосий ўлчови бўлиб инсон ривожланиши индекси ҳисобланиб, у ҳаёт давомийлигини, саводлилиқ ва ресурсларга етиша олиш имкониятини акс эттиради. Ушбу кўрсаткичнинг афзаллиги бўлиб, ижтимоий-иқтисодий тараққиёт нафақат даромад, балки таълим олиш ва соғлиқни сақлаш имкониятлари билан ҳам ўлчаниши ҳисобланади.

ИТИни ҳисоблашда кўрсатилган учта кўрсаткичнинг ҳар бири учун белгиланган минимал ва максимал қийматлар ўрнатилган. Ҳар бир кўрсаткич 0 дан 1 гача бўлган чегараларда индексланади.

Қиймати 0 дан 1 гача доирада бўлган  $x$ -ни индексга ўтказиш учун қуйидаги формуладан фойдаланилади:

$$x - \text{индекс} = \frac{x - \min(x)}{\max(x) - \min(x)}$$

Бу ерда:  $\min(x)$  ва  $\max(x)$  барча тадқиқ қилинаётган мамлакатлар орасида  $x$ -нинг минимал ва максимал қиймати бўлиб ҳисобланади.



## Аҳолини ижтимоий ҳимоялашнинг асосий йўналишлари

Биринчи  
йўналиш

Нархлар эркинлаштирилиши ва пулнинг қадрсизланиш даражаси ортиб бориши муносабати билан даромадларнинг энг кам ва ўртача даражасини мунтазам ошириб бориш

Иккинчи  
йўналиш

Ички истеъмол бозорини ҳимоя қилиш ҳамда озиқ-овқат маҳсулотлари ва ноозиқ-овқат моллари асосий турлари истеъмолини муайян даражада сақлаб туриш

Учинчи  
йўналиш

Аҳолининг кам таъминланган табақаларини ижтимоий ҳимоялаш ва қўллаб-қувватлаш

## Сўнги йилларда аҳолини иш билан банд қилиш соҳасида қандай меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар қабул қилинди?

Мамлакатимизда аҳолини ижтимоий муҳофаза қилиш ҳамда иш билан таъминлаш муҳим устувор мақсадларимиздан бири ҳисобланади. Бу борада кўплаб қарор ва фармонлар қабул қилинди. Жумладан:

- Ўзбекистон Республикаси Президентининг **«Йирик саноат корхоналари билан касаначиликни ривожлантириш асосидаги ишлаб чиқариш ва хизматлар ўртасидаги кооперацияни кенгайтиришни рағбатлантириш чора-тадбирлари тўғрисида»**ги Фармони. 2006 йил 5 январ. ПФ-3706 – сон.
- Ўзбекистон Республикаси Президентининг **«Шахсий ёрдамчи, деҳқон ва фермер хўжаликларида чорва молларини кўпайтиришни рағбатлантириш чора-тадбирлар тўғрисида»**ги Қарори. 2006 йил 23 март. ПФ-308 – сон.
- Ўзбекистон Республикаси Президентининг **«Аҳоли бандлигини ошириш ҳамда Меҳнат ва аҳоли ижтимоий муҳофаза қилиш органлари фаолиятини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»**ги Қарори. 2007 йил 6 апрел. ПҚ-616 – сон.



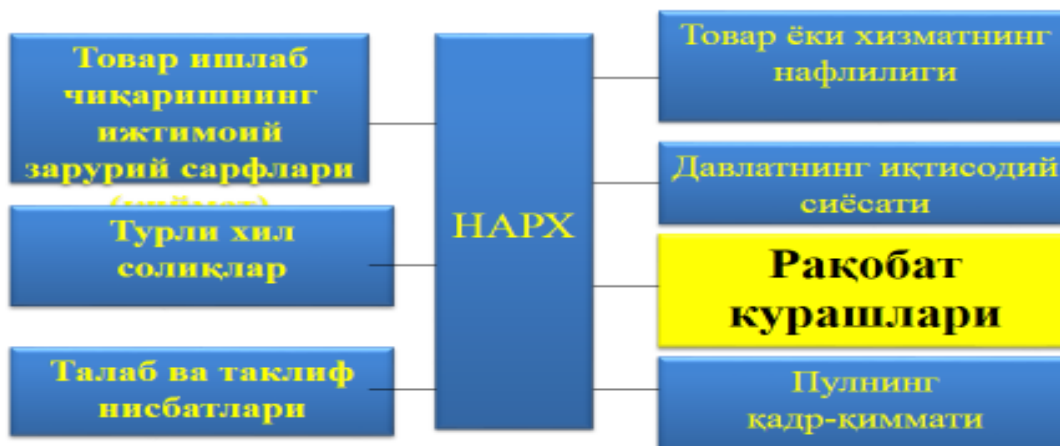
**Р Е Ж А:**

- 1. Рақобатнинг турли кўринишлари шароитида нархнинг шаклланиш хусусиятлари**
- 2. Рақобатли нархлар шаклланишида давлат нарх сиёсатининг ўрни**
- 3. Рақобатбардошликни оширишда нарх омилидан фойдаланишнинг жаҳон тажрибаси**

**Рақобатнинг турли кўринишлари шароитида нархнинг шаклланиш хусусиятлари**

- Нарх ўзида фақатгина қиймат ёки нафлиликнинг бирини эмас, балки ҳар иккаласининг бир вақтда мавжудлигини ва уларнинг маълум миқдорини пул кўринишида ифода этади.**

## Нархга таъсир қилувчи омиллар



## Рақобатнинг турли кўринишлари шароитида нархнинг шаклланиш хусусиятлари

### Мукаммал рақобат шароитида

- ишлаб чиқарувчи (ёки сотувчи) ҳамда истеъмолчи (ёки харидор)ларнинг сони жуда кўп бўлиб, уларнинг ишлаб чиқариш ҳажмини ўзгартириш орқали нарх шаклланишига таъсири умуман сезилмайди.

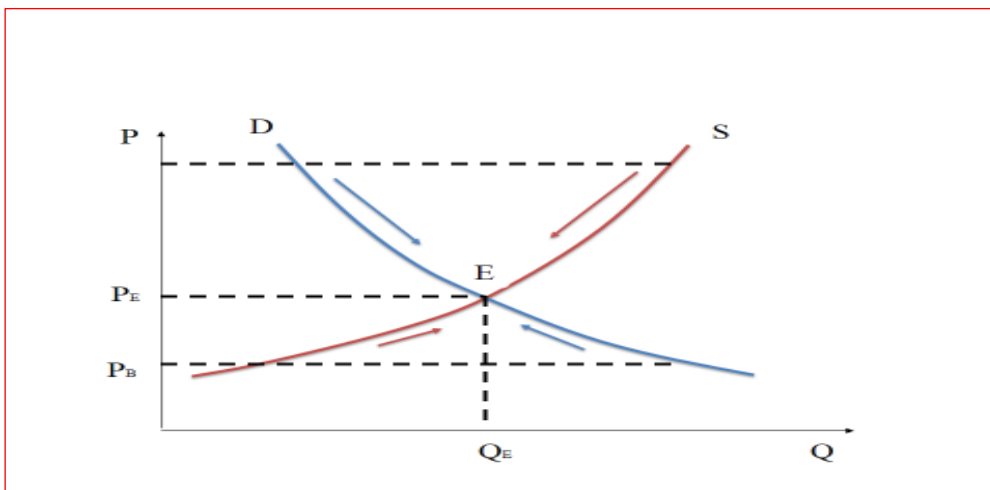
### Номукаммал рақобат шароитида

- ишлаб чиқарувчилар (сотувчилар) ёки истеъмолчилар (харидорлар)дан бирининг сони чекланган бўлиши уларнинг бозордаги ишлаб чиқариш ҳажмига ва, бозордаги нархнинг шаклланишига суъбий таъсир кўрсатиш имконини беради.

## Мукаммал рақобат шароитида нархнинг шаклланиши.

- Эркин рақобат кураши шароитида нархнинг ташкил топиш хусусиятларини тадқиқ этган дастлабки иқтисодчилардан бири А.Маршалл ҳисобланади. Унинг фикрича, товарнинг олди-сотди жараёнига қадар икки хил, яъни сотувчи ва харидор нархлари мавжуд бўлади. Назарий жиҳатдан ҳар икки нархнинг юқори ва қуйи даражалари мавжуд. Сотувчи ўз товари нархнинг имкон қадар юқори бўлишидан манфаатдор, чунки бундай нарх унинг фойдаси ҳажмини оширади. Бироқ, эркин рақобат шароитида нархни бошқалардан юқори даражада белгилашга интилиш мазкур сотувчининг бозордан сиқиб чиқарилишига олиб келиши мумкин. Сотувчи нархнинг энг паст даражаси шу товарни ишлаб чиқариш учун кетган харажатларни қоплаши керак.

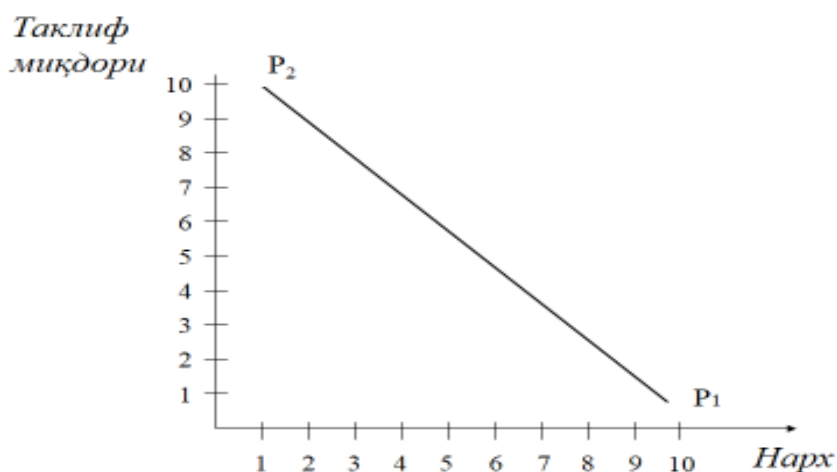
## Мукаммал рақобатли бозор шароитида нархнинг шаклланиши



## Монополия шароитида нархнинг шаклланиши.

- монополиялар бозор нархларини ўзлари белгилай оладилар. Бунда монополиялар оммавий талабнинг ошиши билан нархнинг ошиши ҳамда оммавий таклифнинг ошиши билан нархнинг пасайиб боришидан ўзига хос тарзда фойдаланадилар.
- Оммавий тартибда товарларни сотувчи монополиялар ўз манфаатлари йўлида таклиф кам бўлганда нархнинг ошиши тенденциясидан фойдаланадилар.
- Оммавий таклиф бўйича нарх ўзгариши қуйидаги миқдорий боғлиқликни акс эттиради: талабга нисбатан товарлар таклифи қанчалик юқори бўлса, бозор нархи даражаси шунчалик паст бўлади ва аксинча, таклиф камайиши билан нарх ошиб боради.

## Таклиф бўйича нарх эгри чизиғи



## Олигополия шароитида нархнинг шаклланиши.

- Тармоқдаги товар ишлаб чиқарувчилар томонидан қўлланилувчи **«эргашиш»** ҳамда **«инкор этиш»** хатти-ҳаракатлари орқали изоҳланади.
- **«Эргашиш»** ҳолатида бир олигополист томонидан нархни пасайтириш ёки оширишга қолган олигополистлар томонидан ҳам эргашиш, яъни шундай ўзгаришлар қилиш кузатилади.
- **«Инкор этиш»** ҳолатида бир олигополист томонидан нархни пасайтириш ёки оширишга қолган олигополистлар томонидан инкор этиш, яъни ҳеч қандай ўзгаришлар қилмаслик кузатилади. Кўпинча бундай ҳолат олигополист томонидан ўз товарига нархни оширган чоғида рўй беради, яъни қолган олигополистлар товарлари нархларини оширмайдилар. Натижада нархни оширган олигополист ўз истеъмолчиларини йўқотиб, бозордан сиқиб чиқарилади.

## Рақобатли нархлар шаклланишида давлат нарх сиёсатининг ўрни

- Нарх шаклланишини тартибга солишнинг самарали модели маҳаллий маҳсулотларнинг рақобатбардошлигини оширишга ёрдам кўрсатиши керак. Бунда корхонанинг соф даромади кўламлари "олиб сотарлик омиллари" (нархларни ошириш ўйини)га эмас, балки ресурслардан самарали фойдаланишга боғлиқ бўлиши керак.
- Давлат бошқарувининг яна бир муҳим вазифаси, ижтимоий товар ишлаб чиқарувчиларини импорт маҳсулотлар билан бир қаторда, маҳаллий корхоналар товарларига ҳам қўйилиши мумкин бўлган демпинг (асоссиз равишда пасайтирилган) нархлардан ҳимоя қилишдан иборат.

**8- Мавзу: Мамлакатнинг халқаро рақобатбардошлигига инновацион сиёсатнинг таъсири**

РЕЖА:

1. Инновацион ривожланиш мамлакат халқаро рақобатбардошлигининг муҳим омили сифатида.
2. М.Портернинг мамлакат халқаро рақобатбардошлиги назарияси.
3. Инновацион бизнеснинг глобал рақобатдаги роли.

Мамлакатнинг рақобатдошлигини оширишни таъминлаш учун иқтисодиётни таркибий ўзгартириш жараёнларини чуқурлаштириш сиёсатини давом эттириш 2013 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурни амалга оширишнинг муҳим устувор йўналишига айланиши лозим.

- *И.Каримов (маърузадан)*

## Миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлик даражаси омиллари

- Миллий иқтисодиётнинг табиий ресурс салоҳияти, меҳнат ресурсларининг сони ва сифати (малака даражаси), ишлаб чиқаришнинг техник-технологик модернизациялашганлик даражаси, иқтисодиёт таркибий тузилишининг такомиллашганлиги, давлатнинг иқтисодий ривожланиш ҳамда ислоҳотлар стратегияси қай даражада илмий асосланганлиги ва ўзгаришлар жараёнларини ҳисобга олганлиги каби омилларга боғлиқ.

## Рақобатни

- Масалан, компьютернинг ўз маҳсулотини чекланмасдан, корхона ҳолатида фойдаланишга муддатда ва унинг ишларини бажариш кўрсатиш каби маҳсулот хосса эҳтиёжларига яқин

Бугунги кунда замон талабларига жавоб бермай қолган «Товар бозорларида монополистик фаолиятни чеклаш ва рақобат тўғрисида»ги Қонун ўрнига «Рақобат тўғрисида»ги янги қонунни ишлаб чиқиш



- монополистик фаолиятни нафақат товарлар бозорида, балки молия бозорларида ҳам тартибга солиш



- биржа савдоларида ҳам монополияга қарши механизмларни, акцияларни сотиб олиш, қўшиш ва бирлаштириш битимларини тартибга солиш



- назорат қилиш тартиб-қоидаларини соддалаштириш бўйича нормаларни ушбу қонунга киритиш

**Кимё, машинасозлик ва қурилиш  
материаллари соҳаларининг монополлашуви  
асосий сабаблари**

- **Тармоқнинг юқори капиталга талабчанлиги**
- **Тармоқда модернизация даражаси пастлиги**
- **Технологик жараённинг узлуксизлиги ва мураккаблиги туфайли рақобатдош корхоналарнинг пайдо бўлиши паст даражада**



## 9-мавзу. Инновацион сиёсатни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш муаммолари

РЕЖА:

1. Давлат инновацион сиёсатининг шаклланиши.
2. Инновацион сиёсатнинг асосий йўналишлари.
3. Давлат инновацион сиёсатини амалга оширишнинг усуллари ва инструментлари.
4. Инновацион сиёсат: амалга ошириш тажрибаси ва ривожлантиришнинг устувор йўналишлари.

Давлат инновацион сиёсатининг икки тури:

### **СТРАТЕГИК**

Давлат инновацион сиёсатининг стратегияси мамлакатнинг ижтимоий-иқтисодий ва сиёсий ривожланишининг узоқ муддатли концепциялари асосида шакллантирилади ва қуйидагиларни талаб қилади:

- инновацион фаолиятни давлат томонидан тартибга солишнинг асосий йўналишларини аниқлаш;
- илмий потенциални ривожлантириш ва ундан фойдаланиш методларини танлаш;
- ижтимоий-иқтисодий ривожланишга мос ҳолда инновацион ривожланишнинг асосий мақсадларини белгилаш.

### **ТАКТИК**

Тактик инновацион сиёсатда жорий мақсадлар ва бу мақсадларга юқори самарадорлик билан эришишни таъминлайдиган аниқ тадбирлар аниқланади. Тактик воситалар– бу (ИТЛКИ) молиялаштириш, моддий-техник ва ахборот таъминоти, ходимларни танлаш, инновацияни ривожлантириш бўйича тадбирларни амалга ошириш учун ҳуқуқий ва ташкилий шароитлар яратишдир.

## Давлат инновацион сиёсатини амалга ошириш усуллари

Тўғри усул		Эгри усул
Маъмурий шакл.	Дастурли-мақсадли шакл.	
Бунда инновацияга бевосита таъсир қилиш мақсадида у махсус қонунлар асосида молиялаштирилади.	давлат томонидан янгиликларни контракт асосида сотиб олиш тизими ташкил этилади. Шартномада ишларни тугатиш вақти, ишларни иштирокчилар орасида тақсимлашни моддий рағбатлантириш аниқ кўрсатилади. Бу ерда ўзаро мажбуриятлар, иқтисодий санкциялар келишиб олинади.	<p><b>1. Инновацион жараёнларни рағбатлантиришга</b></p> <p><b>2. Инновацион фаолият учун қулай муҳит (иқтисодий, ижтимоий ва психологик) яратишга йўналтирилган.</b></p> <p><b>Инновацион фаолиятни давлат томонидан тартибга солувчи эгри методларнинг таркиби: солиқ имтиёзлари ва кредит имтиёзларини киритиш мумкин.</b></p>

### Инновацион фаолият бўйича халқаро алоқаларни тартибга солиш шакллари

- хорижий инновацион инвестицияларни рағбатлантириш;
- ҳамкорликнинг энг перспектив ва устивор йўналишларини асосли танлаш;
- инновацион ишламаларни экспорт назоратидан ўтказиш;
- халқаро кичик инновацион тадбиркорлик алоқаларини қўллаб қувватлаш;
- ҳамкорликда бажарилаётган инновацион лойиҳанинг иштирокчи давлатларга (корхоналарга) махсус солиқ ва кредит имтиёзларини қўллаш;
- мамлакатга халқаро стандарт ва нормаларни жорий қилиш

**15-мавзу: Ўзбекистонда рақобатчилик муҳитининг вужудга келиши ва монополияга қарши қонунчилик**

РЕЖА:

1. Рақобатчилик муҳитининг вужудга келиши ва уни сақлашда давлатнинг роли.
2. Ўзбекистонда рақобатчилик муҳитини юзага келтириш ва амал қилиши учун маълум шарт-шароитлар.
3. Монополистик фаолиятни чеклашга оид ҳуқуқий кафолатлар.
4. Ўзбекистон Республикаси Монополиядан чиқариш ва рақобатни ривожлантириш давлат қўмитасининг иқтисодиётни барқарор ривожланишидаги роли.

Рақобатчилик муҳитининг вужудга келиши ва уни сақлашда давлатнинг роли.

- Ўзбекистонда рақобатчилик муҳитини юзага келтириш ва амал қилиши учун маълум шарт-шароитлар мавжуд бўлишини тақозо қилади. Бу шарт-шароитлар фақат бозор иқтисодиёти муносабатлари қарор топган муҳитда юзага келиши мумкин. Шундай экан, бозор иқтисодиётини юзага келтириш айна вақтда рақобатчилик муҳитининг шаклланишини билдиради.

Ўзбекистон Республикаси Монополиядан чиқариш ва рақобатни ривожлантириш давлат қўмитасининг иқтисодий ва рақобатчилик муҳитини барқарор ривожланишидаги роли.

- Мамлакатимизда давлатнинг рақобатчилик муҳитини шакллантиришга қаратилган ҳолатда хусусийлаштириш, давлат мулки ҳисоби мулкчиликнинг бошқа шакллари вужудга келтиришда асосий ўрин тутди. Биринчидан, хусусийлаштириш натижасида бериладиган мулк ўз эгалари қўлига топширилса, иккинчидан, кўп укладли иқтисодий ва рақобатчилик муҳитини вужудга келтиради. Ҳозирги кунда мамлакатимизда ялпи ички маҳсулотнинг 80 фоиздан ортиғини нодавлат сектор таъминламоқда.

### Республикада монополиялар рўйхатига кирган корхоналарни тартибга солишда давлатнинг усуллари



- Монопол мавқедаги корхоналар маҳсулотларига нархларнинг энг юқори даражасини ёки рентабелликнинг чегарасини белгилаб қўйиш.



- Ўз монопол мавқеини суистеъмол қилган монополистик бирлашмаларни бўлиб ташлаш ёки майдалаштириш.

## Монопол корхоналарни Давлат томонидан тартибга солиш усуллари



Монопол мавқеидаги корхоналар махсулотларига нархларнинг энг юқори даражасини ёки рентабелликнинг чегарасини белгилаб қўйиш.



Ўз монопол мавқеини суниистъомол қилган монополистик бирлашмаларни бўлиб ташлаш ёки майдалаштириш.

**1992 йилда Ўзбекистонда монополияга қарши орган Молия вазирлигининг Монополияга қарши ва нарх сиёсати бош бошқармаси сифатида ташкил этилди.**

1996 йилда ушбу бошқарма негизида Молия вазирлиги хузуридаги Монополиядан чиқариш ва рақобатни ривожлантириш қўмитаси ташкил қилинди. 2000 йилда Республика Президентининг «Ўзбекистон Республикаси Монополиядан чиқариш ва рақобатни ривожлантириш давлат қўмитасини ташкил этиш тўғрисида»ги Фармонида асосан монополияга қарши орган Молия вазирлиги таркибидан чиқарилди ва мустақил давлат қўмитасига айлантирилди. Кейинчалик ЎзР Президентининг 2005 йил 30 апрелдаги Фармонида биноан у Монополиядан чиқариш, рақобатни ва тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш давлат қўмитасига айлантирилди. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2010 йил 26 февралдаги ПФ-4191 фармонида мувофиқ, ЎзР Хусусийлаштириш, Монополиядан чиқариш ва рақобатни ривожлантириш давлат қўмитаси қайта ташкил қилинди.

## 8-МАВЗУ. РАҚОБАТ БОЗОРНИНГ ЖОЗИБАДОРЛИГИНИ ТАҲЛИЛ ҚИЛИШ ВА ТАЛАБНИ ЎРГАНИШ

### РЕЖА

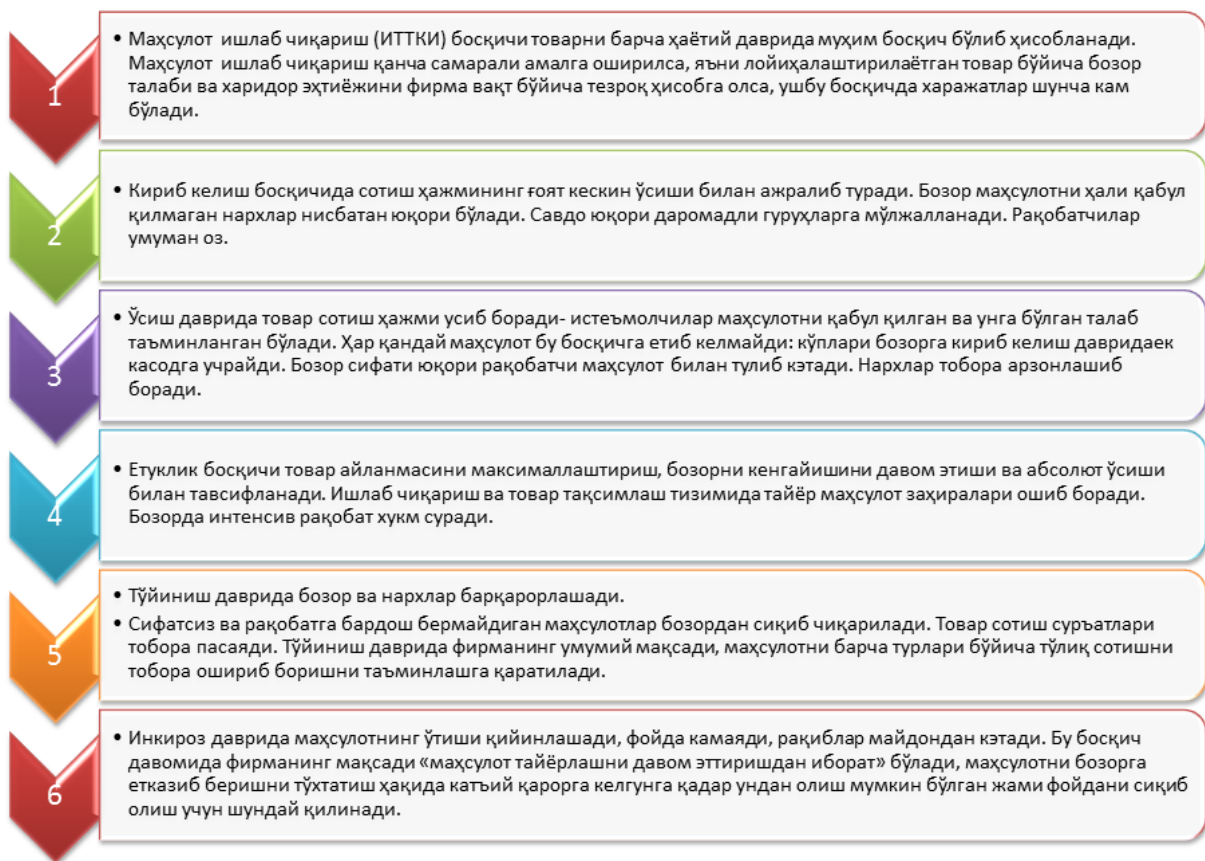
- 1 • Рақобат бозорининг мутлақ ва жорий сиғимини аниқлаш
- 2 • Рақобат ва товарнинг рақобатбардошлиги ҳақида тушунча
- 3 • Товарнинг яшаш даври ва унинг босқичлари
- 4 • Талабни ўрганиш ва янги товар ишлаб чиқариш

### 8.3. Товарнинг яшаш даври ва унинг босқичлари

Фирмалар маҳсулотнинг ҳолатини аниқлашда унинг яшаш даврини тадқиқ этишга таянадилар. Маҳсулотнинг яшаш даври товарнинг бозорга кириб келишидан бошлаб, то унинг бозордан чиқиб кетишига қадар бўлган даврда амалга ошириладиган тадбирлардан иборат концепциядир. Биринчи марта товарнинг яшаш даври концепциясини 1965 йили Теодор Левитт томонидан эълон қилинган.

Товарнинг анъанавий яшаш даврида қуйидаги босқичлар ажралиб туради.

1. ишлаб чиқариш;
2. кириб келиш;
3. ўсиш;
4. етуклик;
5. тўйиниш;
6. инкироз (қасодлик).



#### 8.4. Талабни ўрганиш ва янги товар ишлаб чиқариш

Фирманинг самарали товар сиёсатини олиб бориши икки йирик муаммо билан боғлиқдир. Биринчидан, фирма мавжуд товар номенклатураси чегарасида яшаш даври босқичларини ҳисобга олган ҳолда ишни оқилона ташкил этишни ташкил этиши лозим, иккинчидан, янги товар ишлаб чиқаришни ўз вақтида амалга ошириш керак. Фирма доимо товар стратегиясини такомиллаштириб бориши зарур. Бу барқарор ассортимент тўзилишига, доимий сотувга ва фойдага эришишга имкон беради.

Товар стратегияси истиқбол учун ишлаб чиқарилади ва фирмада мавжуд товар миксни жалб етувчанлигини яхшилаш бўйича 3 та стратегик йўналишни ўз ичига олади:

1. Товар инновацияси

2. Товар вариацияси

3. Товар елиминацияси.

Мақсадли бозорни ўзлаштириш йўллари қидиришда муқобил стратегияларни аниқлаш учун И.Ансофф томонидан 1966 йилда тақлиф этилган «товар-бозор» матрицаси ишлатилади.

Товарлар	Бозорлар	
	Жорий	Янги
Жорий	<p><u>Бозорга чуқурроқ кириб бориш стратегияси</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Сотишни жадаллаштириш</li> <li>• Янги харидорларни қидириш</li> <li>• Рақобатчиларни синдириш</li> <li>• Товарни истеъмол соҳасини кенгайтиши</li> </ul>	<p><u>Бозорни ривожлантириш стратегияси</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Янги бозорлар</li> <li>• Янги сотиш ҳудудлари</li> <li>• Ҳалқаро бозорлар</li> <li>• Товарни ишлатилишини янги соҳаларини тузиш</li> </ul>
Янги	<p><u>Товарни ривожлантириш</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Уз кучи билан янги товар ишлаб чиқариш</li> <li>• Битимларни ривожлантириш</li> <li>• Лицензия</li> <li>• Махорат билан айирбошлаш</li> </ul>	<p><u>Диверсификация</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Горизонтал</li> <li>• Вертикал</li> <li>• Концентрик</li> </ul>

**«Товар-бозор» матрицаси**

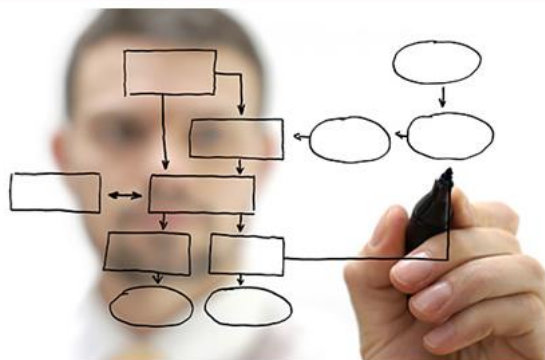




Янги товарларни ишлаб чиқиш ва қўллаш инновация сиёсатининг тамойил ва услубларига, хусусан, товар инновацияси жараёнига мос ҳолда амалга оширилади.

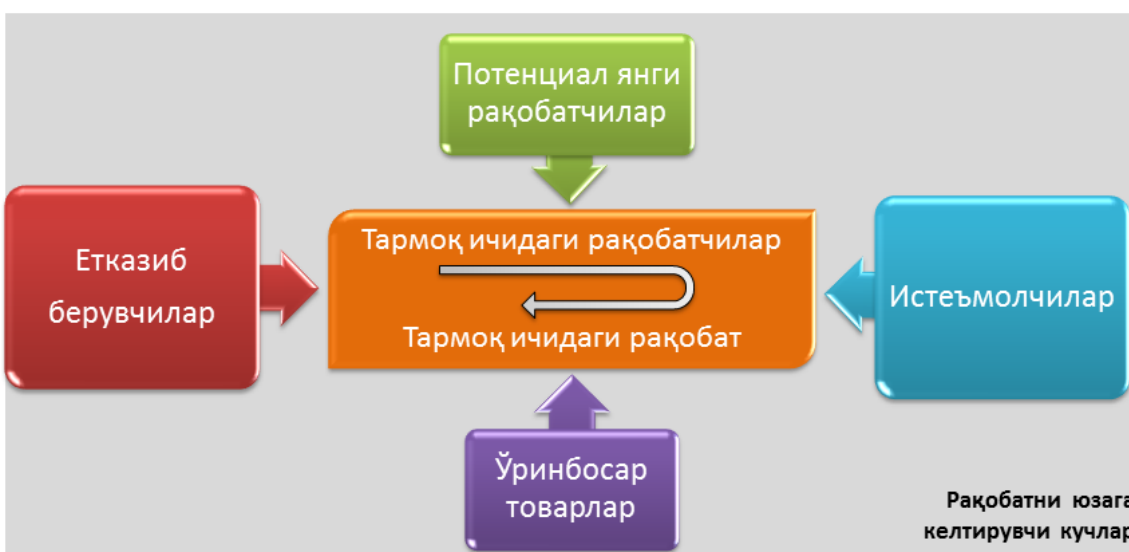
### Товар инновацияси жараёни 6 босқични ўз ичига олади:

- 1. • янги товар ҳақида ғояни қидириш
- 2. • ғояни танлаш
- 3. • янги товар ғоясини тижоратлашувини иқтисодий таҳлили
- 4. • товарни ишлаб чиқиш
- 5. • бозор шароитида уни тажрибадан ўтказиш
- 6. • товарни бозорга қўллаш



### Рақобат матрицаси (Портер).

Америкалик олим Портер 1975-1980 йилларда ўсиш суръатининг пасайиши ва саноатнинг кўпчилик тармоқларнинг стагнацияга учраш даврида рақобат стратегияси концепциясини ишлаб чиқди. Корхона диққат марказида нафақат харидорлар эҳтиёжини қондириш, балки бозордаги рақобат кучлари ҳам туради. Портер томонидан кўрсатилган рақобатни ҳаракатга келтирувчи бешта куч қуйидаги чизмада берилган.



М. Портернинг тадқиқотлари қуйидаги хулосаларга олиб келди: аввало катта бозор улушига эга бўлган йирик корхоналар, бир томондан ва, иккинчи томондан, кичик ихтисослаштирилган корхоналар талаб қилинадиган рентабеллик даражасига эришиш имкониятига эга бўлади. Демак, ўрта позиция хавфли, бозорда етакчилик қилишга эришиш қобилияти ёки маблағлари йўқ, барча корхоналарга ўз ишини белгиланган сегментда жамлаб, рақобатчиларга нисбатан афзалликларни барпо этиш тавсия этилади.

### Портер стратегиясининг афзалликлари:

1

• корхонанинг бошқа рақобатчилари кучли кураш натижасида зарар кўра бошласа, унча кам бўлмаган харажатлар билан ҳам корхона даромад олади;

2

• харажатдаги афзаллик самарадорлиги бўйича иккинчи сотувчининг қилган харажатларига нисбатан баҳони ортиқ тушира олмайдиган кучли харидорлардан ҳимоя қилади;

3

• кам харажатлар мол етказиб берувчиларга афзаллик яратади, баҳоларнинг кўтарилиши эса етакчига камроқ таъсир қилади;

4

• кам харажатлар бозорга киришда катта тўсиқларни ҳосил қилади;

5

• ўринбосар товарларнинг пайдо бўлиши етакчига рақобатчисига нисбатан харажатлар доирасида эркин ҳаракат қилишга имконият беради.

---

## ТЕСТЛАР

---

Тест топшириғи	Тўғри жавоб	Муқобил жавоб	Муқобил жавоб	Муқобил жавоб
Номукаммал рақобат тури;	*маълум даражада чекланган рақобат;	эркин рақобат	нархли рақобат	нархсиз рақобат
Рақобатнинг асосий турлари;	*тармоқ ичидаги ва тармоқлараро рақобат	оддий ва имтиёзли	бозор ва нобозор	талаб ва таклиф
Рақобат усуллари;	*нарх орқали ва нархсиз	мажбур этувчи	ишлаб чиқариш ва ғайри ишлаб чиқариш	моддий ва номоддий
Қайси рақобат ҳолатида баҳо эркин, талаб ва таклиф асосида шаклланади;	*мукаммал рақобатда	рақобатнинг ҳамма шаклида	олигополия ва монопол рақобатда	номукаммал рақобатда
Ўзбекистонда монополизм қандай тартибга солинади;	*монополияларга қарши қонун билан	ҳеч қандай тартибга солинмайди	монополияларнинг ўзи Ўзбекистонда йўқ	монополияни бошқаришга ҳожат йўқ
Олигополия-бу.....	*номукаммал рақобат	мукаммал рақобат	эркин рақобат	нархсиз рақобат
Монополия-бу.....	*танҳо истеъмолчининг ҳукмронлиги	бозорда у қадар кўп бўлмаган истеъмолчиларнинг ҳукмронлиги	тармоқда у қадар кўп бўлмаган корхоналарнинг ҳукмронлик қилиши	танҳо ишлаб чиқарувчининг ҳукмронлиги
Товар ишлаб чиқарувчилар ўртасидаги рақобатдан қандай мақсад кўзда тутилади?	*бозорда ўз мавқеини мустаҳкамлаш ва истеъмолчиларни оғдириб олиш	аукционда ютиб чиқиш	товарларни паст нархларда сотиш	товар рекламасига кўпроқ маблағ сарфлаш
Рақобатнинг қайси шаклида ишлаб чиқарувчилар бозор баҳоларини тўлиқ назорат қилиш имкониятига эга бўлади?	*соф монополияда	монополистик рақобатда	соф рақобатда	олигополияда
Баҳосиз рақобат усули қандай йўллар билан олиб борилади?	*товарларни эркин бозор нархларида сотиш	кафолатланган муддатда ва ундан кейинги даврда турли хизматлар кўрсатиш	товарни ким ошди савдолари орқали сотиш	товар нархини тушириб бориш
Рақобатнинг турли шакллари бир-биридан қандай белгилар бўйича	*тармоқдаги корхоналар сони бўйича	нарх даражаси бўйича	бир типдаги ёки табақалашган	товар сифати бўйича

фарқ қилади?			маҳсулотлар ишлаб чиқарилиши бўйича	
Соф рақобатли тармоқларда баҳониманинг таъсирида шаклланади?	*товарларнинг ялпи таклифи ва уларга бўлган ялпи талаб таъсирида	алоҳида товарлар таклифи таъсирида	алоҳида товарларга талаб таъсирида	алоҳида истеъмолчилар бозор баҳоларини белгилайди
Соф рақобат шароитида товарларнинг бозор баҳолари билан уларнинг сотиб олинadиган миқдори ўртасида қандай боғлиқлик мавжуд бўлади?	*баҳо қанчалик юқори бўлса, сотиб олинadиган товарлар миқдори шунча кам бўлади ва аксинча	товарлар учун давлат стандарт нархларни белгилаб қўяди	баҳо билан сотиб олинadиган товарлар ўртасида боғлиқлик мавжуд бўлмайди	давлат товарларнинг сотиб олиш миқдорини қатъий белгилаб қўяди
Аукцион нима?	*товар ёки мол-мулкнинг энг юқори нарх таклиф қилган шахс томонидан катта омма олдида ошқора сотиб олиниши	товарларни айирбошлаш жараёнидаги битим тузиш жараёни	қимматбаҳо қоғоз тури	қадимги пул бирлиги
Товарларнинг нархи эмас унинг сифати ва сервис билан рақобатлашиш;	*нархсиз рақобат	нарх воситасида рақобат	ғирром рақобат	эркин рақобат
Тендер – бу....	*харидор танлови	кўргазма	ёзма график, оферта, талабнома	саноат моллари кўргазмаси
Меҳнат унумдорлиги қандай аниқланади?	*маҳсулот миқдорини уни ишлаб чиқаришга кетган иш вақтига нисбати билан	маҳсулот миқдорини қилинган сарф-харажатларга нисбати билан	маҳсулот миқдорини асосий капиталга таққослаш йўли билан	маҳсулот миқдорини айланма капиталга таққослаш йўли билан
Эркин бозорда;	*сотувчи ҳам, харидор ҳам ҳеч қандай ҳукмрон мавкега эга бўлмайди	истеъмолчи ва ишлаб чиқарувчилар ўртасида рақобат бўлмайди	нарх-наво назорат остида бўлади	сотувчи сифатида бир фирма бозорда танҳо ҳукмронлик 2қилади
Олигополистик бозорда;	*санокли, озчилик фирмалар ва компаниялар бозорда ҳукмронлик қилади	сотувчи сифатида бир фирма бозорда танҳо ҳукмронлик қилади	рақобат умуман бўлмайди	сотувчи ва харидорларда н ҳеч бири бозорда ҳукмрон мавкега эга

				бўлмайди
Бозор конъюнктураси деганда;	*бозорда мувозанатнинг мавжудлиги ёки бузилганлиги тушунилади	бозор иқтисодиёти учун хизмат кўрсатувчи ҳар хил соҳалар тушунилади	мазкур бозорнинг таркибида амал қилувчи бўғинлар тушунилади	бозордаги талаб ва таклифнинг миқдоран ва таркибан бир-бирига мувофик келиши тушунилади
Бозор интервенцияси – бу;	*миллий регионал бозорга ташқаридан суқулиб кириш ва у бозорни узига тобеъ этиш тушунилади	миллий бозор экспорти ва импортини давлат томонидан ҳимоя қилиниши тушунилади	мазкур бозорнинг таркибида амал қилувчи бўғинлар тушунилади	маълум белги, аломатлар ва савдо-сотикнинг шарт-шароитига қараб бозорни ҳар хил бўғинларга ажратиш, табақалаш тушунилади
Бозорни сегментлаш (табақалаш) деганда;	*маълум белги, аломатлар ва савдо-сотикнинг шарт-шароитига қараб бозорни ҳар хил бўғинларга ажратиш, табақалаш тушунилади	миллий бозор экспорт-импортини давлат томонидан ҳимоя қилиниши тушунилади	миллий ёки регионал бозорга ташқаридан суқулиб кириш ва у бозорни ўзига тобеъ этиш тушунилади	бозордаги ҳолат яъни мувозанатнинг мавжудлиги ёки бузилганлиги тушунилади
Бозорни тартибга солиш механизми;	*талаб, таклиф, баҳо, рақобат	монополия, олигополия, моносония	тадбиркорлик, бизнес, фойда	бозор мувозанати.
Бозор субъекти;	*айирбошлаш муносабатларининг қатнашчилари	талаб, таклиф, нарх, рақобат	бозорга жалб қилинган товар ва хизматлар	иқтисодий жараёнларни уйғунлаштиришни таъминлайдиган дастак
Бозор инфратузилмаси-бу;	*айирбошлаш муносабатларига хизмат қилувчи муассасавий тузилма	монополия, олигополия, талаб, таклиф	бозорга жалб этилган товар ва хизматлар	бозор мувозанати
Адам Смит тилга олган «Кўзга кўринмас қўл» нима?	*бу-эркин тадбиркорлик	бу- нарх қонуни	бу- рақобат	бу-қиймат қонуни
Куйидагилардан қайси бири бозор иқтисодиётининг умумий ва муҳим	*нарх-навони давлат нарх органлари томонидан қатъий	турли шакллардаги мулкчиликнинг мавжуд	тадбиркорлик ва танлов эркинлиги	рақобат курашининг мавжудлиги

белгилари таркибига кирмайди?	белгиланиши	бўлиши ва унда хусусий мулкчиликнинг устун туриши		
Интеллектуал товарлар бозорида қандай товарлар олди-сотди қилинади?	*ақлий меҳнат маҳсули бўлган товарлар	рақобатга бардош берадиган товарлар	арзонлаштирилган товарлар	маҳаллий ишлаб чиқарувчилар томонидан таклиф этилган товарлар
Бозор регулятори амал қилиши учун;	*эркин бозор рақобатига йўл берилиши зарур	монополияга йўл қўйиш керак	олигополияга йўл бериш керак	монополияга имкон бериш лозим
«Трансферт тўловлари» - деганда;	*кам таъминланган аҳоли гуруҳларига, ногиронларга, қарияларга, боқувдаги кишиларга, ишсизларга тўланадиган нафақалар	давлат секторидаги хизматчиларнинг даромадлари	йирик компаниялар ва тадбиркорлар фойдаси	бозор секторига ёлланган ишчиларнинг иш ҳақи
Қайси рақобат ҳолатида баҳо эркин, талаб ва таклиф асосида шаклланади?	* мукаммал рақобатда	рақобатнинг ҳамма шаклида	олигополия ва монопол рақобатда	нотукаммал рақобатда
Стагнация-бу ;	*иқтисодиётдаги танг ҳолат	халқаро битим	бозордаги кескин вазият	нархлар ўсиши
Эмитент ким?	*капитални жалб қилиш мақсадида қимматли қоғозларни муомалага чиқарган шахс	акциялар билан олди-сотди қилувчилар	қимматли қоғозлар бозорининг иштирокчиси	векселларни қайта расмийлаштирувчи шахс
Инновация ;	*янги техника-технологияларни ишлаб чиқариш учун маблағларни йўналтириш	экспорт учун маблағларни йўналтириш	кредит бериш	халқ хўжалиги товарлари импортини кучайтириш
Соф монополияда ишлаб чиқарувчилар қандай имкониятга эга бўлади?	*бозор баҳоларини тўлиқ назорат қилади	бозор баҳоларини назорат қилмайди	рақобатда иштирок этиш имкониятга эга бўлади	барча имкониятлари чекланади
Пул эмиссияси нима маънони англатади?	*иқтисодиётга қўшимча пул массасини чиқариш	пулларнинг қадрсизланиши	пулларни алмаштириш	иқтисодиётда н қўшимча пул массасини

				йиғиб олиш
Ҳар қандай инфляция негизида нима ётади?	*муомалага керагидан кўп пул чиқарилиши	иқтисодий танглик	қиймат қонунига амал қилмаслик	иқтисодий мувозанатнинг бузилиши
Девальвация-.....	*бошқа мамлакатлар валютасига нисбатан миллий ёки халқаро пул бирлиги курсининг пасайиши	бирор давлат пул бирлиги қадрининг ошиши	инфляция	фуқароларнинг бир йил давомидаги ялпи даромадидан олинadиган мажбурий тўлов
Дефлятор - ...	*инфляция суръатини кўрсатувчи умумий кўрсаткич	пул қадрининг тушиб кетиши	соф фойда	пулнинг қадрини ошириш учун муомаладаги қоғоз пуллар ва банкнотлар миқдорини камайтириш
Аҳоли фаровонлиги даражаси тушунчаси;	*одамларнинг муносиб турмуш кечириши	аҳолининг бир хил даражада даромад олиши	оилалар ўртача даромадларининг минимал истеъмол бюджетидан юқори бўлиши	аҳолининг етарли даражада фаровон яшаши
Давлатнинг иқтисодиётни тартибга солишдаги ролини оширишни ёқловчи назария – бу;	*Кейнсча назария	.Смитнинг «Тинч қўйиш» назарияси	Монетаристик назария	Маржиналистик назария
Макроиқтисодиёт қайси даражадаги иқтисодиёт?	*бутун миллий ва жаҳон иқтисодиёти	иқтисодиётнинг давлат сектори	иқтисодиётнинг кооператив сектори	бутун халқ хўжалиги даражасидаги иқтисодиёт
Бир тармоққа тегишли бўлган корхона ва ташкилотлар ўртасидаги рақобат бу;	*тармоқ ичидаги рақобат	тармоқ ўртасида	тармоқлараро	ташқи тармоқ
Муайян товарнинг ягона харидори монополияси мавжуд бўлган бозор тузилмаси тури бу;	*монополия	Олигополия	Дуополия	олигополия
Монополия бу.....	*Муайян товарнинг ягона харидори монополияси мавжуд бўлган бозор тузилмаси тури	муайян товарнинг ягона сотувчиси монополияси мавжуд бўлган бозор тузилмаси тури	муайян товарнинг ягона сотувчиси ва харидори монополияси мавжуд бўлган бозор тузилмаси	Муайян товарнинг ягона сотувчиси ва харидори монополияси мавжуд бўлган бозор тузилмаси



			тури	тури
Ф.Перрунинг рақобат назарияси?	*рақобатни доимий таҳдидли ҳаракат сифатида тушунтиради	рақобат бу бозор регулятори	рақобатни хатарсиз ҳаракат деб тушунтиради	рақобатни доимий ўзгарувчан деб тушунтиради
Давлат ўз монопол мавқеини суиистеъмол қилган монополистик бирлашмаларга қандай чора кўради?	*бўлиб ташлайди ёки майдалаштиради	ҳеч қандай чора кўрмайди	преференциялар беради	солиқлардан озод этади
Корхона ишлаб чиқарган ноозиқ – овқат маҳсулотларининг бозордаги улуши неча фоиз бўлса, у монополистик сифатида давлат реестрига киритилади?	*35%	) 25%	22%	18%
Корхона ишлаб чиқарган озиқ-овқат маҳсулотларининг бозордаги улуши неча фоиз бўлса, у монополистик сифатида давлат реестрига киритилади?	*20%	15%	17%	19%
Ўзбекистонда «Монопол фаолиятни чеклаш тўғрисида»ги қонун қачон қабул қилинган?	*1992 йил, август	1995 йил, май	1991 йил, март	1997 йил, июн
“Номукамал рақобатнинг иқтисодий назарияси” асарининг муаллифи ким?	*Ж. В. Робинсон	Ж.Б.Сэй	А. Смит	Э. Чемберлин
Деярли юз йил давомида Ж.Б.Сэйнинг ҳамма ерда тан олинган қонуни?	*бозорлар қонуни	истемолчилар қонуни	рақобатчилар қонуни	у қонун яратмаган
XX аср бошларида қайси давлатларда эркин рақобатга асосланган иқтисодиёт тобора монополлашиб борди?	*Европа ва АҚШ	Россия	Марказий Осиё	шарқ ва ғарб
Тадбиркорларнинг йирик молиявий операцияларини биргаликда амалга ошириш мақсадида бирлашуви бу.....	*консорциум	синдикат	картель	трест

Расмий жихатдан мустақил бўлган, кўп тармоқли корхоналарнинг мажмуини ўз ичига олувчи бирлашма бу ....	*концерн	синдикат	трест	картель
Картель, синдикат, трест, консорциум, концерн қандай монополия шаклига киреди?	*сунъий монополия	табиий монополия	легал монополия	бундай шакл мавжуд эмас
Монополиянинг бозорни қамраб олиш даражасига кўра турлари;	*соф монополия, дуополия, олигополия, монопсония	эркин рақобат	мукаммал рақобат	чексиз монополия
Легал монополия.....	*бу қонуний тарзда ташкил этилувчи монополия	бу аҳамиятсиз тарзда ташкил этилувчи монополия	бу ноқонуний тарзда ташкил этилувчи монополия	бундай монополия тури мавжуд эмас
“Рақобат кучи назарияси”да рақобатнинг нечта кучи мавжуд;	*5	4	3	2
Монополиядан асосий мақсад?	*олинаётган фойда ҳажмининг кўпайиши	иқтисодий ёрдам тарафдори	зарардан қочиш	кам маблағ сарфлаш
Ягона товар етказиб берувчи ва ягона истеъмолчининг қарама-қарши кураши вужудга келувчи бозор;	*билатерал монополия	уч томонлама монополия	ягона монополия	чексиз монополия
Муайян товарнинг бир гуруҳ харидорлари мавжуд бўлган бозор тузилмаси тури бу;	*олигопсония	дуополия	олигополия	монопсония
Муайян товарнинг фақат икки нафар етказиб берувчиси мавжуд бўлган бозор тузилмаси тури бу..	*дуополия	олигополия	монополия	монопсония
М.Портернинг рақобатга доир қандай назарияси у томонидан фанга киритилган;	*рақобат 5 кучи назарияси	рақобатбардош лилик назарияси	рақобат стратегияси	рақобат устунлиги
Муайян товарнинг ягона харидори монополияси мавжуд бўлган бозор тузилмаси тури бу..	*монопсония	олигопсония	дуополия	олигополия
Озчилик йирик ишлаб чиқарувчиларнинг ҳукмронлиги-бу.....	*олигополия	дуополия	монополия	бундай ҳукмронлик мавжуд эмас

Олигополияни таржимаси қандай маънони англатади?	*oligos-озчилик, poleo-сотама	oligos-озчилик, poleo-харид қиламан	oligos-кўпчилик, poleo-сотама	oligos-озчилик, poleo-чайқайман
Монополия атамасининг маъноси нимани англатади?	*monos-ягона poleo-сотама	monos-қанча, poleo-қабул қиламан	monos-бир нечта, poleo-оламан	monos-ягона poleo-харид қиламан
Рақобат 5 кучи назариясига ким томонидан асос солинган?	*М.Портер	Э.Х.Чемберлин	Ж.В.Робинсон	Ж.Б.Сэй
5 куч модели асосан қайси иқтисодий соҳада кенг қўлланилади?	*стратегик бошқаришда ва маркетингда	эконометрик таҳлилда	математик моделлаштиришда	ижтимоий-сиёсий соҳада
SWOT анализининг детерминантлари нималардан иборат?	*кучлилик, Заифлик, имкониятлар, таҳдидлар	ишлаб чиқариш, тақсимот	айирбошлаш., истеъмол	ишчи кучи, ишлаб чиқариш воситалари
Хом ашё нархларининг кўтарилиши ишлаб чиқариш харажатларининг кўпайиши нимага олиб келади?	*тайёр маҳсулот таннархининг ошишига олиб келади	фирма фойдасининг кўпайиб боришига олиб келади	чакана савдонинг ривожланишига олиб келади	улгуржи савдонинг ривожланишига олиб келади
Қандай иқтисодий объектда SWOT анализ ўтказилади?	*рақобат бор бўлган иқтисодий объектларда	бозорда	концернда	компанияда
oligos-озчилик, poleo-сотама бу.....	*олигополия	монопсония	монополия	олигопсония
Рақобат кучи назариясида тавсифланган модел қандай модел саналади?	*стратегик модель	интерактив модель	ижтимоий ривожлантирувчи модель	бошқарув модели
Ишлаб чиқариш омиллари қуйидаги жавоблардан қайси бирида тўғри кўрсатилган?	*ишчи кучи, ер-сув, капитал, тадбиркорлик қобилияти	ишчи кучи, харидор, талаб	капитал, ер-сув, таклиф	меҳнат предметлари, ишсизлик даражаси, рақобатбардошлик даражаси
Бозорда асосий нархни пасайтирувчи омил?	*рақобатчилар	истеъмолчилар	сотувчилар	ташқи кучлар
Меҳнат ресурсларининг рақобатбардошлигини таъминловчи асосий омил?	*аҳолининг таълим даражаси	демографик устинлик	малака ва кўникма	аҳолини ижтимоий ҳимояланганлик даражаси

Рақобат давлат томонидан .....	*қўллаб қувватланади	тақиқланади	юзга чиқарилмайди	эътибор берилмайди
Миллий, давлат ва маҳаллий рақобатбардошлик назарияси кластерларга асосий ўринни беради деб қайси олим айтиб ўтган?	*М. Портер	Қ. Бедринсеф	А. Смит	А. Томас
Алоҳида бозордаги рақобатнинг ҳолатини нечта рақобат кучи орқали тавсифлаш мумкин?	*5	7	2	4
Рақобат – бу?	*тадбиркорликнинг ажралмас бир бўлагидир	тадбиркорликка ҳеч қандай алоқаси йўқ	шунчаки фойда олишга қаратилган мақсад	импортни ривожлантирувчи механизм
Номукамал рақобатнинг олигополистик рақобат тури деганда нимани тушунасиз?	*бу ғоят озчил, лекин йирик фирмалар катнашади	тор доирадаги рақобат	кенг қўламдаги рақобат	бу рақобат турига аниқ бир таъриф берилмаган
Соф монополистик рақобат рақобатнинг қайси турига киради?	*номукамал рақобат	соф рақобат	мукамал рақобат	олигополистик рақобат
Тошкент трактор заводи қандай рақобат турига мансуб?	*соф монополь корхона турига	монополь корхона эмас, унинг рақобатчилари мавжуд	олигополистик рақобат	мукамал рақобат
Ғирром рақобат деганда нимани тушунасиз?	*ман этилган воситалар ёрдамида ва ғайриинсоний усуллар билан олиб борилган курашдир	рақобат курашларида фаол иштирок этадиган рақобат тури	ғирром рақобат шунчаки таъриф халос	қонуний, йул берилган ва ҳамма тан олган рақобат тури ҳисобланади
Рақобатнинг турли усуллари кўллашдан асосий мақсад бу;	*харидорни ўз товарига жалб этиб пулини олиш	йирик корхоналарни ташкил этиш	оилавий тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш	фақат фойда олишни кўзлаш
Рақобат стратегияси деганда нимани тушунасиз?	*рақобат курашининг узок даврга мўлжалланган бош йўли	қисқа муддатга мўлжалланган дастури	банкдан кредит олиш учун тайёрланган бизнес режа	товар ишлаб чиқарадиган корхоналарнинг Низоми

Рақобатни бозор иқтисодиётини ҳаракатга келтирувчи механизм дейиш мумкинми?	*ҳа мумкин	йўқ мумкин эмас	тақиқланган	талабга жавоб бермайди
Бир тармоққа тегишли бўлган корхона ва ташкилотлар ўртасидаги рақобатнинг турларини санаб беринг?	*эркин рақобат, монополистик рақобат, олигополистик рақобат, соф монополия	эркин рақобат ва монополистик рақобат	монополистик рақобат ва олигополистик рақобат	соф монополия
Нархсиз рақобат усуллари ичида Маркетинг муҳим аҳамиятга эгами?	*ҳа аҳамиятга эга	йўқ ҳеч қандай аҳамиятга эга эмас	бозор талабларидан келиб чиққан холда белгиланади	тақиқланган
SWOT анализ қўллаш схемаси қайси жавобда тўғри кўрсатилганини аниқланг;	*заифликни кучга ва таҳдидни имкониятга айлантириш	заифликни ўрнини қоплаш учун ташқаридан ёрдам олиш	корхонани кам қувватда ишлаётган томонларини буткул тўхтатиш	корхонани қайта модернизация қилиш
Ишлаб чиқариш кучлари деганда нимани тушунаси?	*ишчи кучи ва ишлаб чиқариш воситалари	фақат асосий воситалар	ишчи кучи	меҳнат тақсимоти
Рақобат иқтисодий усишни .....	*таъминлайди	фаолиятга тўсқинлик қилади	таъминламайди	қисқаритиради
Цивилизациялашган рақобат иқтисодиётнинг қайси турига мансуб?	*аралаш иқтисодиёт турига	ҳеч қайси турига	иқтисодиётнинг аниқ бири турига	иқтисослашган турига
Рақобатчиларга давлат томонидан қандай имтиёзлар берилмоқда?	*солиқ имтиёзлари	нархларни стандартлаштириш	аралашмаслик	ҳеч қандай имтиёз мавжуд эмас
Рақобат иқтисодиётга қандай таъсир кўрсатади?	*иқтисодиётни барқарор ривожланишига таъсир кўрсатади	иқтисодиётга ҳеч қандай таъсири йўқ	иқтисодий ўсишни пасайтиради	ишсизликни келтириб чиқаради
Халол рекламанинг муҳим шартларидан бири ..... хисобланади?	*махсулот сифати	товарнинг массаси	товарнинг ташқи кўриниши	ишлаб чиқарувчи
Хомашё нархларининг кўтарилиши нимага олиб келади?	*тайёр маҳсулотнинг таннархи ортади	корхона ва фирмаларда ишчиларнинг иш ҳақи ортади	фирманинг фойдаси ортиб боради	бозорларда таварга бўлган талаб ошади.

Билатерал монополия деганда нимани тушунаси?	*ягона товар етказиб берувчи ва ягона истеъмолчиларни қарама-қарши курашга ундовчи бозор тури	бозорда харидорлар билан сотувчиларни низосига сабаб бўлувчи механизм ҳисобланади	бундай монополия мавжуд эмас	бозорнинг тўйинганлик даражасини билдиради
Монополиянинг моҳияти тўғри кўрсатилган жавобни аниқланг.	*таклиф ва нарх устидан назорат ўрнатилади	янги таклифлар ишлаб чиқилади	талаб ва таклиф ўртасида ўзаро мувозанат вужудга келади	бозорда эркин нархлар шаклланади
Давлат ўз монопол мавқеини суистеъмол қилган монополистик бирлашмаларга қандай чоралар кўради?	*бўлиб ташлаш ёки майдалаштириш ҳуқуқига эга	унинг фаолияти буткул тўхтатиб қўйилади	фаолият натижасидан келиб чиққан ҳолда иш кўрилади	бундай бирлашмалар фаолияти бутуллай тугатилади
“Тармоқда рақобат кучларининг аниқлиги ва самарадорлигини аниқлаш” мазкур хусусият қайси назарияга тегишли?	*рақобат кучи назарияси	стратегик менежмент назарияси	робинсон назарияси	мутаносиблик назарияси
Қандай иқтисодий объектда SWOT анализ иўтказилади?	*рақобат бор бўлган иқтисодий объектларда	бозорда	концернда	компанияда
Бозорда асосий нархни пасайтирувчи омил?	*рақобатчилар	истеъмолчилар	сотувчилар	ташқи кучлар
Меҳнат ресурсларининг рақобатбардошлигини таъминловчи асосий омил?	*аҳолининг таълим даражаси	демографик устинлик	малака ва кўникма	аҳолини ижтимоий ҳимояланганлик даражаси
Рақобат давлат томонидан .....	*қўллаб қувватланади	тақиқланади	юзага чиқарилмайди	эътибор берилмайди
Миллий, давлат ва маҳаллий рақобатбардошлик назарияси кластерларга асосий ўринни беради деб қайси олим айтиб ўтган?	*М. Портер	Қ. Бедринсеф	А. Смит	А. Томас
Алоҳида бозордаги рақобатнинг ҳолатини нечта рақобат кучи орқали тавсифлаш мумкин?	*5	7	2	4

Рақобат – бу?	*тадбиркорликнинг ажралмас бир бўлагидир	тадбиркорликка ҳеч қандай алоқаси йўқ	шунчаки фойда олишга қаратилган мақсад	импортни ривожлантирувчи механизм
Quyidagilardan qaysi biri investisiyalarning ichki manbai hisoblanadi?	*foyda, amortizasiya ajratmalari	bank kreditlari	byudjet mablagʻlari	homiylar mablagʻlar
Investor-bu.....	*investisiyalarni amalga oshiruvchi shaxs	asosiy va aylanma kapitalni qayta tiklash	pul mablagʻlari koʻrinishidagi investisiya	investision resurslar
Byudjet-bu .....	*davlat, korxonalar, muassasaning qonuniy tartibda tasdiqlangan davrga moʻljallangan pul ifodasidagi daromad va sarf-xarajatlari	davlat, korxonalar, muassasaning qonuniy tartibda tasdiqlangan davrga moʻljallangan pul ifodasidagi sarf-xarajatlari	davlat, korxonalar, muassasaning qonuniy tartibda tasdiqlangan davrga moʻljallangan pul ifodasidagi daromadlari	davlatning tashqi iqtisodiy aloqalarini aks ettiruvchi, aktiv va passiv tomonlardan iborat jadval
Byudjet profisiti qachon vujudga keladi?	*daromadlar xarajatlar qismidan ortiq boʻlganda	daromadlar va xarajatlar qismi teng boʻlganda	daromadlar xarajatlar qismidan kam boʻlganda	sof eksport ijobiy boʻlganda
Byudjet taqchilligi qachon vujudga keladi?	*daromadlar xarajatlar qismidan kam boʻlganda	daromadlar xarajatlar qismidan ortiq boʻlganda	sof eksport ijobiy boʻlganda	daromadlar va xarajatlar qismi teng boʻlganda
Innovatsiya - .....	*yangi texnika-texnologiyalarni ishlab chiqarish uchun mablagʻlarni yoʻnaltirish	tovarlar importini kuchaytirish	kredit berish	eksport uchun mablagʻlarni yoʻnaltirish
Jahon-moliyaviy iqtisodiy inqirozning yuzaga kelishidagi asosiy omilni ayting;	*pul massasi va tovar miqdori oʻrtasidagi mutanosilikning buzilishi	isteʼmol va jamgʻarma oʻrtasidagi muvozanatning buzilishi	byudjet daromadlari va xarajatlari oʻrtasidagi muvozanatning buzilishi	isteʼmol va jamgʻarma oʻrtasidagi muvozanatning buzilishi
Mamlakatning iqtisodiy oʻsish surʼatini tavsiflaydigan koʻrsatkichlar;	*real YAIM va aholi jon boshiga real YAIMning oʻsishi	Isteʼmol va jamgʻarma	yalpi talab va yalpi taklif	investisiyalar miqdori
Oʻzbekistonning davlat byudjeti qaysi yildan boshlab ketma-ket profisit bilan yakunlanmoqda?	*2005 yildan	2006 yildan	2007 yildan	2008 yildan

Quyidagi soliqlardan qaysi biri egri soliq?	*qo'shilgan qiymat solig'i	yer solig'i	daromad solig'i	mulk solig'i
Tarkibiy inqirozlarni keltirib chiqaruvchi asosiy sabab nima?	*iqtisodiyotning ayrim tarmoqlari va sohalarining rivojlanishidagi chuqur nomutanosibliklar	ishlab chiqarishning notekis rivojlanishi	yalpi talabning o'zgarishi	yalpi taklifning o'zgarishi
Raqobatning qaysi shaklida ishlab chiqaruvchilar bozor baholarini to'liq nazorat qilish imkoniyatiga ega bo'ladi?	*sof monopoliyada	sof raqobatda	monopolistik raqobatda	oligopoliyada
2014 yilda O'zbekistonda YaIM necha foizga o'sdi?	*8,1 foiz	8 foiz	8,3 foiz	6,3 foiz
O'zbekistonda davlat byudjeti daromadlarining asosiy qismini qanday omillar hisobiga tushadigan mablag'lar tashkil qiladi?	*soliqlar	paxta	avtomobil	energiya va metall
Pul emissiyasi nima?	*iqtisodiyotga qo'shimcha pul massasini chiqarish	pullarni almashtirish	pullarning qadrsizlanishi	iqtisodiyotdan qo'shimcha pul massasini yig'ib olish
Respublikada necha pog'onali bank tizimi tashkil qilingan?	*2 pog'onali	1 pog'onali	3 pog'onali	4 pog'onali
Fritredirlik ...	*Inglizcha erkin savdo siyosati	lotincha erkin savdoga yo'l qo'ymaslik	nemischa erkin savdoga yo'l qo'ymaslik	mayda ishlab chiqarish
Давлат ўз монополь мавқеини суистеъмоль қилган монопольстик бирлашмаларга қандай чоралар кўради?	*бўлиб ташлаш ёки майдалаштириш ҳуқуқига эга	уинг фаолияти буткул тўхтатиб кўйилади	фаолият натижасидан келиб чиққан холда иш кўрилади	бундай бирлашмалар фаолияти бутуллай тугатилади
“Тармоқда рақобат кучларининг аниқлиги ва самарадорлигини аниқлаш” мазкур хусусият қайси назарияга тегишли?	*рақобат кучи назарияси	стратегик менежмент назарияси	Робинсон назарияси	мутаносиблик назарияси
Davlatning inflyasiyaga qarshi siyosatidan ko'zlagan maqsad;	*ish haqi va narx darajasini mutanosibligini ta'minlash, takror	iqtisodiy o'sishni pasaytirish	narxlar darajasini oshirish	aholi daromadlarini qisqartirish



	ishlab chiqarishni rag'batlantirish			
Iqtisodiy muvozanat – bu.....	*iqtisodiy jarayonlar, hodisalarning ikki yoki bir necha tomonining bir-biriga teng kelish holati	iqtisodiy jarayonlar, hodisalarning ikki yoki bir necha tomonining tengsizlik holati	ishlab chiqarish samaradorligining ortishi	bu sof milliy mahsulotdagi o'zgarishning yalpi sarflardagi o'zgarishga nisbati
Iqtisodiyotni soliqlar orqali tartibga solishda qanday vositalar qo'llaniladi?	*soliq stavkalari, bojxona bojlari, soliq imtiyozlari	davlat buyurtmalari, zayomlar, dotasiyalar	standartlar, me'yoriy xujjatlar, tariflar, davlat investisiyalari	lisenziyalashtirish va ro'yxatdan o'tkazish
Юқори рақобатбардошлик ва барқарор ўсишнинг асосий омиллини аниқланг;	*янги технологиялар қўлланилишини рақобатлантируучи омиллар	ишчи кучи омиллари	бошқарув омиллари	ижтимоий омиллар
Глобаллашув жараёни қайси ҳолатда ижобий аҳамиятга эга бўлади?	*агар мамлакатда рақобатбардош маҳсулот ишлаб чиқариш учун шароитлар мавжуд бўлса	агар иқтисодиёт хом-ашёга йўналтирилган бўлса	товарлар нархи юқори бўлса	агар соҳа ходимлари юқори малака маҳоратга эга бўлса
Қўрсатилган йўналишлардан қайси бири саноат сиёсатининг асосий омиллини белгилайди;	*инновация сиёсати	таркибий сиёсат	инвестиция сиёсат	ташқи сиёсат
Fiskal siyosat-bu.....	*davlatning soliq byudjet siyosati	davlatning bojxona siyosati	davlatning pul-kredit siyosati	bank foydasi
«Transfert to'lovlari» - deganda;	*kam ta'minlangan aholi guruhlariga, nogironlarga, qariyalarga, boquvdagi kishilarga, ishsizlarga to'lanadigan nafaqalar	bozor sektoriga yollangan ishchilarning ish haqi	davlat sektoridagi xizmatchilarning daromadlari	kichik mulkdorlar daromadi (foyda, renta, foiz, dividend)

Kam ta'minlangan aholi guruhlariga, nogironlarga, qariyalarga, boquvdagi kishilarga, ishsizlarga to'lanadigan nafaqalar.....	*transfert to'lovlari;	bozor sektoriga yollangan ishchilarning ish haqi	davlat sektoridagi xizmatchilarning daromadlari	kichik mulkdorlar daromadi (foyda, renta, foiz, dividend).
Davlat byudjeti nechta qismga bo'linadi?	*2 ta	1 ta	3 ta	4 ta
Ушбу фикр кимга тегишли? «Монополиянинг моҳияти –бу таклиф ва нарх устидан назорат бўлади»;	*Э. Чемберлин	Ж.Б.Сэйнинг	А. Смит	Д.Рикардо
“Номукамал рақобатнинг иқтисодий назарияси” асарининг муаллифи ким?	*Ж. В. Робинсон	Ж.Б.Сэйнинг	А. Смит	М.Фридман
Соф монополистик рақобат рақобатнинг қайси турига киради?	*номукамал рақобат	соф рақобат	мукамал рақобат	олигополистик рақобат
Ғирром рақобат деганда нимани тушунасиз?	*ман этилган воситалар ёрдамида ва ғайриинсоний усуллар билан олиб борилган курашдир	қонуний, йул берилган ва хамма тан олган рақобат тури ҳисобланади	ғирром рақобат шунчаки таъриф халос	рақобат курашларида фаол иштирок этадиган рақобат тури

---

**РЕЙТИНГ ТИЗИМИ АСОСИДА  
ТАЛАБАЛАР БИЛИМИНИ НАЗОРAT  
ҚИЛИШ ВА БАҲОЛАШ БЎЙИЧА  
УСЛУБИЙ КЎРСАТМА**

---

## I. УМУМИЙ ҚОИДАЛАР

“Ҳозирги замон рақобат назарияси” фани бўйича тайёрланган мазкур услубий кўрсатма Ўзбекистон Республикасининг "Таълим тўғрисида"ги (Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг Ахборотномаси, 1997 й., 9-сон, 225-модда) ва "Кадрлар тайёрлаш миллий дастури тўғрисида"ги (Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг Ахборотномаси, 1997 й.. 11-12-сон, 295-модда) қонунларига ҳамда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2001 йил 16 августдаги 343-сон "Олий таълимнинг давлат таълим стандартларини тасдиқлаш тўғрисида" қарорига (Ўзбекистон Республикаси Қонун ҳужжатлари тўплами. 2001 й.. 15-16-сон, 104-модда), Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг 2009 йил 11 июндаги 204-сон буйруғи билан тасдиқланган ва Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлигида 2009 йил 10 июлда 1981-сон билан давлат рўйхатидан ўтказилган топшириққа мувофиқ Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг 2010 йил 25 августдаги 333-сон буйруғи билан ўзгартириш ва қўшимчалар киритилган ҳамда Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлигида 2010 йил 26 августда 1981-1-сон билан давлат рўйхатидан қайта ўтказилган низомга, 2009 йил 26 майдаги 160-сонли буйруғи билан тасдиқланган “Ўзбекистон Республикаси олий таълим муассасалари битирувчиларининг якуний давлат асттестацияси тўғрисида”ги низом, 2009 йил 14 августда 286-сонли буйруқ билан тасдиқланган “Талабалар мустақил ишини ташкил этиш ва назорат қилиш бўйича Йўриқнома”, Ўзбекистон Республикаси олий ва ўрта махсус таълим вазирининг 2013 йил 13 декабрдаги 470-сонли “Олий таълим муассасаларида талабалар билимини назорат қилиш ва баҳолашнинг рейтинг тизими тўғрисидаги низомга киритилаётган ўзгартириш ва қўшимчалар киритиш ҳақида”ги буйруғи ҳамда 2016 йил 30 августда тасдиқланган “Ҳозирги замон рақобат назарияси” фанининг ишчи ўқув дастури асосида ишлаб чиқилган.

Талабалар билимини назорат қилиш ва рейтинг тизими орқали баҳолашдан мақсад таълим сифатини бошқариш орқали рақобатбардош кадрлар тайёрлашга эришиш, талабаларнинг фанларни ўзлаштиришида бўшлиқлар ҳосил бўлишининг олдини олиш, уларни аниқлаш ва бартараф этишдан иборат.

Рейтинг тизимининг асосий вазифалари қуйидагилардан иборат:

а) талабаларда давлат таълим стандартларига мувофиқ тегишли билим, кўникма ва малакалар шаклланганлиги даражасини назорат қилиш ва таҳлил қилиб бориш;

б) талабалар билими, кўникма ва малакаларини баҳолашнинг асосий тамойиллари:

Давлат таълим стандартларига асосланганлик, аниқлик, ҳаққонийлик, ишонччилик ва қулай шаклда баҳолашни таъминлаш;

в) фанларнинг талабалар томонидан тизимли тарзда ва белгиланган муддатларда ўзлаштирилишини ташкил этиш ва таҳлил қилиш;

г) талабаларда мустақил ишлаш кўникмаларини ривожлантириш, ахборот ресурслари манбаларидан самарали фойдаланишни ташкил этиш;

д) талабалар билимини холис ва адолатли баҳолаш ҳамда унинг натижаларини вақтида маълум қилиш;

е) талабаларнинг фанлар бўйича комплекс ҳамда узлуксиз тайёргарлигини таъминлаш;

ж) ўқув жараёнининг ташкилий ишларини компьютерлаштиришга шароит яратиш (электрон журнал жорий этиш, компьютерларда фанлар бўйича тестларни қабул қилиш ва бошқалар).

Фанлар бўйича талабалар билимини семестрда баҳолаб бориш рейтинг назорати жадваллари ва баҳолаш мезонлари асосида амалга оширилади.

Таълим йўналиши ишчи ўқув режасида фанга ажратилган умумий ўқув юкларига 180 соат бўлиб, шундан маъруза машғулотларига 60 соат, амалий машғулотларга 60 соат ва мустақил иш учун 60 соат ҳажмида режалаштирилган.

## II. Назорат турлари ва уни амалга ошириш тартиби

“Ҳозирги замон рақобат назарияси” фанидан назорат турлари, уни ўтказиш тартиби ва мезонлари кафедра мудири тавсияси билан университет (факультет) ўқув-услубий кенгашида муҳокама қилинади ва тасдиқланади ҳамда ҳар бир фаннинг ишчи ўқув дастурида машғулот турлари билан биргаликда кўрсатилади.

Фан бўйича рейтинг жадваллари, назорат тури, шакли, сони ҳамда ҳар бир назоратга ажратилган максимал балл, шунингдек, жорий ва оралик назоратларининг саралаш баллари ҳақидаги маълумотлар фан бўйича биринчи машғулотда талабаларга эълон қилинади.

Фан бўйича талабаларнинг билим савияси ва ўзлаштириш даражасининг Давлат таълим стандартларига мувофиқлигини таъминлаш учун қуйидаги назорат турлари ўтказилади:

- **жорий назорат (ЖН)** - талабанинг фан мавзулари бўйича билим ва амалий кўникма даражасини аниқлаш ва баҳолаш усули. Жорий назорат фаннинг хусусиятидан келиб чиққан ҳолда амалий машғулотларда оғзаки сўров, тест ўтказиш, суҳбат, назорат иши, коллеквиум, уй вазифаларини текшириш ва шу каби бошқа шаклларда ўтказилиши мумкин;

- **оралиқ назорат (ОН)** - семестр давомида ўқув дастурининг тегишли (фанларнинг бир неча мавзуларини ўз ичига олган) бўлими тугаллангандан кейин талабанинг назарий билим ва амалий кўникма даражасини аниқлаш ва баҳолаш усули. Оралиқ назорат бир семестрда бир марта ўтказилади ва шакли (ёзма, оғзаки, тест, тақдимот тайёрлаш ва ҳимоя қилиш ва ҳоказо) ўқув фанига ажратилган умумий соатлар ҳажмидан келиб чиққан ҳолда белгиланади. **ОН** ўтказиш жараёни кафедра мудири томонидан тузилган комиссия иштирокида мунтазам равишда ўрганиб борилади ва уни ўтказиш тартиблари бузилган ҳолларда **ОН** натижалари бекор қилиниши мумкин. Бундай ҳолларда **ОН** қайта ўтказилади;

- **яқуний назорат (ЯН)** - семестр якунида муайян фан бўйича назарий билим ва амалий кўникмаларни талабалар томонидан ўзлаштириш даражасини баҳолаш усули. Яқуний назорат асосан таянч тушунча ва ибораларга асосланган ёзма, оғзаки ёки тест шаклларида ўтказилади.

Олий таълим муассасаси раҳбарининг буйруғи билан ўқув – услубий бошқарма ҳамда мониторинг ва ички назорат бўлими ходимлари таркибида тузилган комиссия иштирокида **ЯН** ни ўтказиш жараёни мунтазам равишда ўрганиб борилади ва уни ўтказиш тартиби бузилган ҳолларда **ЯН** натижалари бекор қилиниши мумкин. Бундай ҳолларда **ЯН** қайта ўтказилади.

Талабанинг билим савияси, кўникма ва малакаларини назорат қилишнинг рейтинг тизими асосида талабанинг фан бўйича ўзлаштириш даражаси баллар орқали ифодаланади.

Фан бўйича талабаларнинг семестр давомидаги ўзлаштириш кўрсаткичи 100 баллик тизимда баҳоланади, шундан: ЖН – 30, ОН – 40, ЯН - 30 балл қилиб тақсимланади.

Балл	Баҳо	Талабаларнинг билим даражаси
86-100	Аъло	Хулоса ва қарор қабул қилиш. Ижодий фикрлай олиш. Мустақил мушоҳада юрита олиш. Олган билимларини амалда қўллай олиш. Моҳиятини тушунтириш. Билиш, айтиб

		бериш. Тасаввурга эга бўлиш
71-85	Яхши	Мустақил мушоҳада қилиш. Олган билимларини амалда қўллай олиш. Моҳиятини тушунтириш. Билиш, айтиб бериш.
55-70	Қониқарли	Моҳиятини тушунтириш. Билиш, айтиб бериш.
0-54	Қониқарсиз	Моҳиятини тушунмаслик. Билмаслик, айтиб бера олмаслик.

Фан бўйича саралаш бали 55 баллни ташкил этади. Талабанинг саралаш баллдан паст бўлган ўзлаштириши рейтинг дафтарчасида қайд этилмайди.

Талабаларнинг ўқув фани бўйича мустақил иши жорий, оралик ва якуний назоратлар жараёнида тегишли топшириқларни бажариши ва унга ажратилган баллардан келиб чиққан ҳолда баҳоланади.

Талабанинг фан бўйича рейтинги куйидагича аниқланади:  $R = V * \check{Y} / 100$ ,

бу ерда:  $V$  - семестрда фанга ажратилган умумий ўқув юкмаси (соатларда);  $\check{Y}$  - фан бўйича ўзлаштириш даражаси (балларда).

Фан бўйича жорий ва оралик назоратларга ажратилган умумий баллнинг 55 фоизи саралаш балл ҳисобланиб, ушбу фоиздан кам балл тўплаган талаба якуний назоратга киритилмайди.

Жорий **ЖН** ва оралик **ОН** турлари бўйича 55 балл ва ундан юқори бални тўплаган талаба фанни ўзлаштирган деб ҳисобланади ва ушбу фан бўйича якуний назоратга ўз хошишига кўра кирмаслигига йўл қўйилади.

Талабанинг семестр давомида фан бўйича тўплаган умумий бали ҳар бир назорат туридан белгиланган қоидаларга мувофиқ тўплаган баллари йиғиндисига тенг.

**ОН ишчи** ўқув режа ва ишчи дастурга мувофиқ профессор-ўқитувчи томонидан тузилган, кафедра мудирини томонидан тавсия этилган ва факультет декани томонидан тасдиқланган жадвал асосида дарсдан ташқари вақтларда ўтказилади. **ЯН** семестрнинг охириги 2 ҳафтаси мобайнида тасдиқланган жадвалга мувофиқ ўтказилади.

**ЖН** ва **ОН** назоратларда саралаш балидан кам балл тўплаган ва узрли сабабларга кўра назоратларда қатнаша олмаган талабага қайта топшириш учун, навбатдаги шу назорат туригача, сўнгги жорий ва оралик назоратлар учун эса якуний назоратгача бўлган муддат берилади.

Талабанинг семестрда **ЖН** ва **ОН** турлари бўйича тўплаган баллари ушбу назорат турлари умумий балининг 55 фоизидан кам бўлса ёки семестр давомида жорий, оралик ва якуний назорат турлари бўйича тўплаган баллари йиғиндиси 55 балдан кам бўлса, у академик қарздор деб ҳисобланади.

Талаба назорат натижаларидан норози бўлса, фан бўйича назорат тури натижалари эълон қилинган вақтдан бошлаб бир кун мобайнида факультет деканига ариза билан мурожаат этиши мумкин. Бундай ҳолда факультет деканининг тақдимномасига кўра ректор буйруғи билан 3 (уч) нафардан кам бўлмаган таркибда апелляция комиссияси ташкил этилади.

Апелляция комиссияси талабаларнинг аризаларини кўриб чиқиб, шу куннинг ўзида ҳулосасини билдиради.

Баҳоланинг ўрнатилган талаблар асосида белгиланган муддатларда ўтказилиши ҳамда расмийлаштирилиши факультет декани, кафедра мудирини, ўқув-услугий бошқарма ҳамда мониторинг ва ички назорат бўлими томонидан назорат қилинади.

#### Талабалар ЖН ва ОНдан тўплайдиган балларнинг намунавий мезонлари

т/р	Назорат турлари	Максимал балл	ЖН ва ОН баллар тақсимооти	
<b>I. Жорий назорат</b>		<b>30 балл</b>	<i>1-ЖН</i>	<i>2-ЖН</i>
<i>Амалий машғулотларда</i>				
1	Талабанинг машғулотларда фаоллиги, саволларга тўғри жавоб берганлиги, уйга	30	Фан хусусиятидан келиб чиқиб,	

	вазифа, амалий топшириқ (масала, мисол) ларни бажарганлиги учун		кафедра томонидан белгиланади
<b>II. Оралиқ назорат</b>		<b>40 балл</b>	
1.	Оралиқ назорат (маъруза машғулот ўқитувчиси томонидан қабул қилинади). Талабаларни кичик гуруҳларга (4-5 талаба) бўлиб топшириқлар 2-3-ҳафталар оралиғида талабаларга бириктирилади. Топшириқни химоясида кичик гуруҳдаги талабаларнинг фаоллиги, берилган топшириқларни назарий ва амалий жиҳатдан ёритилиши, хулосаларнинг мантиқий боғлиқлиги, мулоҳазаларнинг мавжудлиги, норматив-ҳуқуқий ҳужжатларни билиши, тасаввурга эга бўлиши ва бошқа талабларга мослиги ҳисобга олинади. Кичик гуруҳдаги талабаларнинг фаоллигига қараб, ҳар бир талабага 0-40 оралиғида бир хил балл қўйилади. Ҳимоя кафедра мудири тавсия этган ва факультет декани тасдиқлаган жадвал асосида дарс машғулотларидан сўнг ташкил этилади	40	Семестрнинг 4-19-ҳафталар оралиғида
<b>III. Якуний назорат</b>		<b>30 балл</b>	Семестрнинг охириги ҳафтасида
<b>Жами:</b>		<b>100 балл</b>	

*Изоҳ. Ж.Н. ва О.Н. бўйича талабалар рейтинг балларининг тақсимоти шу фан бўйича ишлаб чиқилган проспекти (силлабус)да батафсил келтирилади.*

Якуний назорат “Ёзма иш” шаклида белгиланган бўлса, у ҳолда якуний назорат 30 баллик “Ёзма иш” вариантлари асосида ўтказилади.

Агар якуний назорат марказлашган тест асосида ташкил этилган бўлиб фан бўйича якуний назорат “Тест” шаклида белгиланган бўлса, у ҳолда якуний назорат қуйидаги жадвал асосида амалга оширилади:

№	Кўрсаткичлар	ЯН баллари	
		максимал балл	ўзгариш оралиғи
1.	Фан бўйича якуний ёзма иш назорати	30	0-30
2.	Фан бўйича якуний тест назорати	30	0-30

### **Якуний назоратни “Ёзма иш” асосида ўтказиш М Е З О Н И**

Талабалар фандан якуний назоратни тест топшириқлари ёки “Ёзма иш” усулида топширадилар ва уларни ўзлаштириш кўрсаткичи 0 дан 30 баллгача баҳоланади. Агар якуний назорат “Ёзма иш” усулида амалга оширилса, синов кўп вариантли усулда ўтказилади. Ҳар бир вариантда мавзулар юзасидан бештадан савол бўлиб, ҳар бир саволга тегишли жавоблар ёзилади. Ҳар бир саволга ёзилган жавоблар бўйича ўзлаштириш кўрсаткичи 0-6 балл оралиғида баҳоланади.

Берилган ҳар бир саволга талаб атомонидан фаннинг назарий ва услубий асослари тўғри ва тўлиқ ёритилса, фан доирасида мустақил фикрга эга бўлса ва уни ёзма шаклда

баён эта олса, жавобда мантикий яхлитликка эришилса, ўзлаштириш умумий кўрсаткичи 0-6 балл билан баҳоланади.

Берилган ҳар бир саволга жавоб ёзилмаса, нотўғри жавоб ёзилса ёки ўқув адабиётидан сўзма-сўз ўчириб ёзилса, амалий топшириқ шартда белгиланган амаллар бажарилмаса, иқтисодий ҳодиса ва жараёнларга таъсир этувчи омиллар аниқланмаса, хулоса ёзилмаса ўзлаштириш кўрсаткичи 0-1 балл билан баҳоланади.

Ёзма синов бўйича умумий ўзлаштириш кўрсаткичини аниқлаш учун вариантда берилган саволларнинг ҳар бири учун ёзилган жавобларга қўйилган ўзлаштириш баллари кўшилади ва йиғинди талабанинг якуний назорат бўйича ўзлаштириш бали ҳисобланади.

Агар якуний назорат “Тест топшириқлари” асосида амалга оширилса, синов кўп вариантли усулда компьютер синфларида ўтказилади. Ҳар бир вариантда 30 тадан тест топшириғи бўлиб, талабага саволларнинг жавобини белгилаш учун 30 дақиқа вақт берилади. Ҳар бир тест топшириғига талаба томонидан берилган жавоблар 1 балл билан баҳоланади.

### Фан бўйича талабалар билимини баҳолаш ва назорат қилиш меъзонлари

Баҳолаш усуллари	Экспресс тестлар, ёзма ишлар, оғзаки сўров, презентациялар.
Баҳолаш мезонлари	<p><b>86-100 балл «аъло»</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– фанга оид назарий ва услубий тушунчаларни тўла ўзлаштира олиш;</li> <li>– фанга оид кўрсаткичларни иқтисодий таҳлил қилишда ижодий фикрлай олиш;</li> <li>– ўрганилаётган жараёнлар ҳақида мустақил мушоҳада юритиш;</li> <li>– меҳнат муносабатларига оид таҳлил натижаларини тўғри акс эттира олиш;</li> <li>– ўрганилаётган жараёнга таъсир этувчи омилларни аниқлаш ва уларга тўла баҳо бериш;</li> <li>– таҳлил натижалари асосида вазиятга тўғри ва ҳолисона баҳо бериш;</li> <li>– ўрганилаётган иқтисодий ҳодиса ва жараён тўғрисида тасаввурга эга бўлиш;</li> <li>– ўрганилаётган жараёнларни аналитик жадваллар орқали таҳлил этиш ва тегишли қарорлар қабул қилиш.</li> </ul> <p><b>71-85 балл «яхши»</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ўрганилаётган жараёнлар ҳақида мустақил мушоҳада юритиш;</li> <li>– таҳлилнатижаларинитўғриаксэттяраолиш;</li> <li>– ўрганилаётган иқтисодий ҳодиса ва жараён тўғрисида тасаввурга эга бўлиш;</li> <li>– ўрганилаётган жараёнга таъсир этувчи омилларни аниқлаш ва уларга тўла баҳо бериш;</li> <li>– ўрганилаётган жараёнларни жадваллар орқали таҳлил этиш ва тегишли қарорлар қабул қилиш.</li> </ul> <p><b>55-70 балл «қониқарли»</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ўрганилаётган жараёнга таъсир этувчи омилларни аниқлаш ва уларга тўла баҳо бериш;</li> <li>– ўрганилаётган иқтисодий ҳодиса ва жараён тўғрисида тасаввурга эга бўлиш;</li> <li>– ўрганилаётган жараёнларни аналитик жадваллар орқали</li> </ul>



	таҳлил этиш. <b>0-54 балл «қониқарсиз»</b> – ўтилганфаннинг назарий ва услубий асосларини билмаслик; – иқтисодий ҳодиса ва жараёнларни таҳлил этиш бўйича тасаввурга эга эмаслик; – ўрганилаётган жараёнларга иқтисодий усулларни қўллай олмаслик.		
	<b>Рейтинг баҳолаш турлари</b>	<b>Макс.балл</b>	<b>Ўтказиш вақти</b>
	<b>Жорий назорат:</b>	<b>30</b>	
	Мустақил таълим топшириқларининг ўз вақтида ва сифатли бажарилиши	10	Семестр давомида
	Амалий машғулотларда фаоллиги, саволларга тўғри жавоб берганлиги, амалий топшириқларни бажарганлиги учун	20	
	<b>Оралик назорат</b>	<b>40</b>	
	Оралик назорат (маърузачи ва семинар ўқитувчилари томонидан қабул қилинади). Топшириқлар 2-3-ҳафтalar оралиғида талабаларга бириктирилади. Гуруҳнинг фаоллиги, берилган топшириқни назарий ва амалий жиҳатдан ёритилиши, хулосаларнинг мантиқий боғлиқлиги, креатив мулоҳазаларнинг мавжудлиги, ҳуқуқий-норматив ҳужжатларни билиши ва бошқа талабларга мослиги ҳисобга олинади. Гуруҳдаги ҳар бир талабага 0-40 оралиғида бир хил балл қўйилади. Ҳимоя кафедра мудири томонидан тасдиқланган график асосида дарс машғулотларидан сўнг ташкил этилади	40	17-ҳафта
	<b>Яқуний назорат</b>	<b>30</b>	20 ҳафта
	Ёзма иш	30	
	<b>ЖАМИ</b>	<b>100</b>	

---

**ФАНГА ДОИР ВИДЕО МАЪРУЗАЛАР ВА  
ВИДЕО РОЛИКЛАР**

---

## Фанга доир видео маърузалар, видео роликлар

<https://www.youtube.com/watch?v=sR-qL7QdVZQ> Philip Kotler: Marketing

<https://www.youtube.com/watch?v=hZLMv5aexto4> Principles of Marketing Strategy

<https://www.youtube.com/watch?v=H8aZr-Ula1w> Marketing Mix: Pricing Strategies

<https://www.youtube.com/watch?v=XBmWEduod5k> Pricing Strategies

<https://www.youtube.com/watch?v=GZgFdPWtVGY> Promotion

<https://www.youtube.com/watch?v=ys7zx1Vc9po> The Seven Ps of the Marketing Mix:

Marketing Strategies

<https://www.youtube.com/watch?v=H8FANR-2u2Q> Strategic Planning: SWOT & TOWS

Analysis

<https://www.youtube.com/watch?v=qbyb0ht-dsk> McDonalds SWOT

<https://www.youtube.com/watch?v=mCdcdf-b8AU> PEST Analysis

<https://www.youtube.com/watch?v=Zq391bgs6h0> - What is Market Research? An

Informative Presentation.

<https://www.youtube.com/watch?v=sdQfId91Y0g> - Ethical Behavior in Marketing

[https://www.youtube.com/watch?v=n\\_L4tBP\\_KFQ](https://www.youtube.com/watch?v=n_L4tBP_KFQ) - Market Segmentation: Geographic,

Demographic, Psychographic & More - Study.com

<https://www.youtube.com/watch?v=IyjDjr33wAQ> - Live affiliate marketing case study

[https://www.youtube.com/watch?v=2Zwlb\\_1Q23I](https://www.youtube.com/watch?v=2Zwlb_1Q23I) - Market Feasibility Study: More

Important Than a Business Plan

<https://www.youtube.com/watch?v=b0hle7pVLmM> How to Create a Digital Marketing

Strategy - A Silverstone Case Study

<https://www.youtube.com/watch?v=ZzPjSqvm9P8> Infragistics Marketing Dashboard Case

Study

<https://www.youtube.com/watch?v=laTzwz08M94> Market segmentation: a case study

<https://www.youtube.com/watch?v=bqaEhW3xOck> Market Orientation and Sales

Orientation

<https://www.youtube.com/watch?v=IggKinwxbZ4> Part 5: Marketing, Community and Apps

Case Study featuring Coca-Cola - Salesforce World Tour Chicago

<https://www.youtube.com/watch?v=z-9Yxo02hRk> Case Study 2016: When Content

Marketing Meets SEO

<https://www.youtube.com/watch?v=lcoLoIyGw7I> Nike Marketing Strategy | Successful

Marketing #1

[https://www.youtube.com/watch?v=9\\_XWp5fnXKc](https://www.youtube.com/watch?v=9_XWp5fnXKc) What is Marketing & Brand Strategy?

<https://www.youtube.com/watch?v=CjieRgtjvIc> Eno Mobile Marketing Case Study: 70%

Increase in Product Sales

<https://www.youtube.com/watch?v=No67z1C4HPw> Heineken India - Viral Campaign 2013

<https://www.youtube.com/watch?v=-cvv1oC-ZaM> Guerrilla Marketing - Coca-Cola

Dancing Vending Machine

*Ҳозирги замон рақобат назарияси*

Яхшиева Мавлуда Турсуновна

*Ўқув-услубий мажмуа*

Тошкент: Иқтисодиёт, 2019 йил.