

## HUDUDLAR RAQOBATBARDOSHIGI BO'YICHA AMALGA OSHIRILAYOTGAN ISLOHATLAR.

*Iqtisodiyot 4 -bosqich talabasi .*

*Tursunov Muxammadali Xayrullo o'g'li. AndMI.*

*Muftaydinov Qiyomiddin. AndMI.prof.,i.f.D.*

**Anotatsiya:** Ushbu maqolada, O'zbekiston iqtisodiyotida hududlar raqobatbardoshligi bo'yicha amalga oshirilayotgan islohotlar, muammolar va yechimlar hamda tadbirkorlik faoliyati bilan bog'liq masalalar tahlil qilingan. Raqobat mavjud bo'lishining boshqa shartlaridan biri tovar-pul munosabatlarining ma'lum darajada rivojlangan bozor tizimida amal qilishidan dalolat beradi. Hozirgi kunda bu sohani naqadar kerakliligi, undagi turli xildagi muammolar va ularni yechish yo'llari va keyinchalik kutilayotgan natijalar tahlil qilingan.

**Kalit so'zlar:** Iqtisodiyot, hududlar raqobatbardoshligi, tadbirkorlik, tendensiya, monopoliya, texnik taraqqiyot, xususiylashtirish, resurslar.

**Kirish:** Bugungi davrda jahonda bozor iqtisodiyoti o'zining yetuklik darajasi va rivojlanish xususiyatlaridan qat'iy nazar, raqobatning mavjud bo'lishini taqozo qiladi. Shuningdek, bozor iqtisodiyoti rivojlanib borishi bilan raqobatchilik munosabatlari ham takomillashib, o'z shakllarini o'zgartirib boradi. Muhtaram birinchi prezidentimiz I.A. Karimov raqobatning bozor iqtisodiyotidagi ahamiyatini ko'rsatib: "Raqobat bo'lmasa, bozor iqtisodiyotini barpo etib bo'lmaydi. Raqobat-bu, tadbirkorlikning ajralmas bir bo'lagi bo'lib, u iqtisodiy faoliyat ishtirokchilarining o'z manfaatlarini to'laroq yuzaga chiqarish, ya'ni yaxshi daromad olish, o'z mavqeini mustahkamlash, o'z qobiliyatini namoyon etish va imij (obro' – e'tibor) ga ega bo'lish uchun boshqalar bilan kurashuvdir. O'zbekiston Respublikasining "Raqobat to'g'risida"gi Qonunida raqobat tushunchasiga quyidagicha ta'rif berilgan: "raqobatxo'jalik yurituvchi sub'ektlarning (raqobatchilarning) musobaqalashuvi bo'lib, bunda ularning mustaqil harakatlari ulardan har birining tovar yoki moliya bozoridagi tovar muomalasining umumiy shartsharoitlariga bir tomonlama tartibda ta'sir ko'rsatish imkoniyatini istisno etadi yoki cheklaydi"<sup>1</sup>Raqobat kurash vositalari va usullari jihatidan halol raqobat va g'irrom raqobatga bo'linadi. Halol raqobat - qonuniy, yo'l berilgan va hamma tan olgan, insoniy usullar bilan o'zaro bellashuvdir. Bu raqobatda madaniy usullar qo'llaniladi, Bu usullardan narx vositasida raqobatlashuv, tovar sifatini oshirish orqali kurashish, servis (xizmat ko'rsatish) orqali bellashuv keng tarqalgan. Bu usullardan alohidaalohida emas, balki birgalikda foydalanish ham qo'llaniladi. G'irrom raqobat –

<sup>1</sup> O'zbekiston respublikasining "Raqobat to'g'risida" gi Qonuni. O'zbekiston Respublikasi Qonunchilik palatasi tomonidan 2011 – yil 14 – noyabrda qabul qilingan va Senat tomonidan 2011 – yil 5 – dekabrda ma'qullangan.

man etilgan vositalar yordamida va g'ayriinsoniy usullar bilan olib borilgan kurashdir. Bu raqobat turi yovvoyi bozor iqtisodiyotining belgisi hisoblanadi. G'irrom raqobat yuz berganda josuslik, qo'poruvchilik, reket, tuxmat, tovar belgisini o'g'irlash va hatto, qotillik kabi usullar qo'llaniladi, raqibni turli yo'llar bilan obro'sizlantirish choralari ko'riladi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida sarf-xarajatdagi ustunlik, bozordagi salmoqli ulush, ijodiy yondashuv va tadbirkorlikka ega rahbarlik, iste'molchilarning o'sish bazasi va jalb etish imkoni mavjudligi, o'ta individuallashtirilgan mahsulot kabilar raqobatning kuchli belgilari bo'lib hisoblanadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida raqobatda kuchsizlik belgilari bo'lib, yuqori xarajatda ishlab chiqarish, raqobatdan orqada qolish vaziyati, mahsulotni takomillashtirishdagi oqsashlar, o'sib kelayotgan xavf-xatar oldida ojizlik, soha doirasida maslahatning yetishmovchiligi, moliyaviy zaxiralar yetishmovchiligi, mahsulot sifatining pastligi hisoblanadi. Raqobatli afzallik deganda tovar yoki markaning firmaga o'zining bevosita raqobatchilariga nisbatan ma'lum bir afzallik beradigan xarakteristika va xususiyatlari tushuniladi. Bu xarakteristikalar g'oyatda xilma-xil bo'lishi va tovarning o'ziga ham, asosiy xizmatga qo'shimcha xizmatlarga, ishlab chiqarish, savdo shakllariga ham taalluqli bo'lishi, hamda firma yoki tovarga xos bo'lishi mumkin. Demak, bunday afzallik nisbiy bo'ladi va tovar bozorida yoki bozor segmentida eng yaxshi mavqega ega bo'lgan raqobatchiga nisbatan belgilanadi. Bu eng xavfli raqobatchi imtiyozli raqobatchi deb ataladi. Raqobatchining nisbiy afzalligi turli omillar bilan belgilanadi. Umuman olganda, bu omillarni ular vujudga keltiradigan ichki va tashqi afzalliklardan kelib chiqqan holda ikki keng toifaga ajratish mumkin. Agar raqobatli afzallik tovarning ajralib turuvchi sifatlariga asoslangan bo'lsa, u tashqi afzallik deb ataladi, bu sifatlar xarajatlarning qisqartirilishi yoki samaradorlikning oshirilishi hisobiga xaridor uchun qiymatli bo'ladi. Binobarin, tashqi raqobatli afzallik firmaning bozor qudratini oshiradi, ya'ni u bozorni imtiyozli raqobatchidagiga nisbatan yuqoriroq sotish narxlarini qabul qilishga majbur qila oladi, chunki raqobatchi bunday ajralib turuvchi sifatlarini taklif eta olmaydi. Tashqi raqobatli afzallikdan kelib chiqadigan strategiya differentsiatsiya strategiyasi bo'lib, bu strategiya firmaning marketing sohasidagi nouxausiga, uning mavjud tovarlardan norozi bo'lgan xaridorlarning istaklarini aniqlash va qondirishdagi afzalligiga tayanadi. Agar raqobatli afzallik firmaning ishlab chiqarish xarajatlari, firmani boshqarishdagi afzalligiga yoki raqobatchidan ko'ra kamroq tannarxga erishishga imkon beruvchi va ishlab chiqaruvchi uchun qiymat hosil qiluvchi tovarga asoslangan bo'lsa, bunday afzallik ichki afzallik deb ataladi. Ichki raqobatli afzallik firmaga ko'proq rentabellik keltiruvchi va uni sotuv narxlarining bozor yoki raqobat tomonidan pasaytirilishiga ko'proq darajada bardoshli qiluvchi yuqoriroq unumdorlik oqibatidir. Ichki raqobatli afzallikka asoslangan strategiya xarajatlardan bo'yicha afzallik strategiyasi bo'lib, u asosan firmaning tashkiliy va ishlab chiqarish nou-xausiga asoslanadi. Raqobatli afzallikning kelib chiqishi va tabiati turlicha bo'lgan

bu ikki turi ko'pincha bir-biriga to'g'ri kelmaydi, chunki ular mutlaqo farq qiluvchi ko'nikma va madaniyatni talab qiladi. Raqobatli afzallikning quyidagi ikki savoldan foydalangan holda aniqlash mumkin bo'lgan ikkala jihati ko'rsatilgan.

Bozor kuchi: bozor tomonidan qabul qilinadigan bizning maksimal sotuv narximiz raqobatchining narxiga qanday nisbatda? Unumdorlik: bir mahsulot birligiga to'g'ri keladigan xarajatlarimiz, ya'ni birlik xarajatlar raqobatchinikidan ko'pmi yo kammi? gorizontali o'q bozor qabul qiladigan maksimal narxga, vertikal o'q esa ishlab chiqarish xarajatlariga mos keladi. Bu ikki kattalik raqobatchidagi shu kattaliklarga nisbatan foiz hisobida keltirilgan. -chapdagi yuqori va o'ngdagi quyi kvadratlar mos ravishda eng yomon va eng yaxshi vaziyatlarga to'g'ri keladi; -chapdagi quyi kvadrat xarajatlar bo'yicha peshqadamlikni anglatadi; -o'ngdagi yuqori kvadrat differentsiatsiya strategiyasiga mos keladi; -bissektrisa qulay va noqulay hududlarni ajratib turadi. Bu tahlil korxonalarining bozorq udratini va unumdorligini o'zlarining raqobatchilariga nisbatan pozitsiyasini aniqlab olishga va faoliyatini ijobiy amalga oshirishga imkon beradi. Halokatli vaziyat Tannarx (EXR ga nisbatan % da) 1.3 1.2 1.1 0.7 0.8 0.9 1.1 1.2 1.3 0.9 0.8 0.7 Maksimal maqbul sotish narxi Ideal zona (EXR ga nisbatan % da) EXR – eng xavfli raqobatchi.

Raqobatli afzallik tushunchasi<sup>2</sup>. Raqobatbardoshlikni tahlil qilishning vazifasi strategik xulosalar chiqarish va ustuvor maqsadlarni belgilash uchun firmaga shu o'qlarda joylashishga imkon berishdan iboratdir. Bozor kuchi o'qidagi o'rinni tanlash uchun markaning imijini tadqiq qilishda olingan ma'lumotlardan foydalanish kerak. Bu tadqiqotlar bozor qabul qiladigan qiymatni o'lchash va narx bo'yicha egiluvchanlikni baholashga imkon beradi. Unumdorlikni tahlil qilishda tajriba egri chizig'idan kelib chiqish yoki bozorni razvedka qilish xizmati ma'lumotlarini hisobga olish lozim, bu xizmat raqobatchilar ustidan kuzatuv o'rnatish vazifasini bajaradi. Hozirgi sharoit ishlab chiqarishdan shuni talab qiladi-ki, ular o'z oldiga qo'ygan maqsadga erishish uchun o'z strategiya yo'llarini mustaqil tanlashi yoki ishlab chiqishi lozim. Chunki, aniq va o'z vaqtida tanlangan hamda amalga oshirilgan strategiya korxonaga uchun juda ko'p afzalliklar beradi.

**Xulosa;** Hududlar raqobatbardoshligi muhim bir mamlakatlararo masala va uning hal qilinishi uchun amalga oshirilayotgan bir nechta islohatlar mavjud. Iqtisodiy hamkorlik va savdo munosabatlarni rivojlantirish: Mamlakatlar orasidagi iqtisodiy hamkorlikni rivojlantirish, savdo munosabatlarni oshirish, iqtisodiy integratsiyani kuchaytirish. Ekologik muammolarga yechim topish: Hududlar orasidagi ekologik muammolarga yechim topish uchun birgalikda ishlash, atrof-muhitni saqlash, suv resurslarini birlashtirish va ekologik muammolarni hal qilish.

<sup>2</sup> Bekmurodov A.SH., Qosimova M.S., Ergashxodjayeva SH.J. "Strategik marketing". O'quv qo'llanma. Toshkent: "Iqtisod – Moliya", 2010, 376-bet.

Bu turdagi islohatlar mamlakatlararo munosabatlarni kuchaytirish, hududlar raqobatbardoshligini mustahkamlash va o'zaro foydali hamkorlikni rivojlantirishga yordam beradi.

#### **Foydaliniilgan adabiyotlar.**

1. O'zbekiston Respublikasining "Raqobat to'g'risida" gi Qonuni. O'zbekiston Respublikasi Qonunchilik palatasi tomonidan 2011 – yil 14 – noyabrda qabul qilingan va Senat tomonidan 2011 – yil 5 – dekabrda ma'qullangan.
2. Bekmurodov A.SH., Qosimova M.S., Ergashxodjayeva SH.J. "Strategik marketing". O'quv qo'llanma. Toshkent: "Iqtisod – Moliya", 2010, 376-bet.
3. Iqtisodiyot nazariyasi. B.Y.Xodiyev, Sh.Sh. Shodmonov; Toshkent-2017.
4. Jahon iqtisodiyoti va xalqaro iqtisodiy munosabatlar. A.V. Vaxabov, D.A. Tadjibayeva, Sh.X. Xajibakiyev; Toshkent-2015.
5. [www.oriens.uz](http://www.oriens.uz)