

KORXONA RAQOBATDOSHILIGINING IQTISODIY MOHIYATI

A.N.Xoliqulov – SamISI “Iqtisodiy tahlil va statistika” kafedrası mudiri, i.f.n., professor, “Ipak yo‘li” Turizm va madaniy meros xalqaro universiteti “Xalqaro biznes va kreativ iqtisodiyot” kafedrası professori

O‘zbekiston Respublikası qonunchilik palatasi tomonidan 2023-yil 14-fevralda “Raqobat to‘g‘risida”gi Qonun qabul qilindi qabul qilingan. Ushbu Qonunni maqsadi tovar va moliya bozorlarida raqobat sohasidagi munosabatlarni tartibga solishdan iborat. Ushbu Qonun xo‘jalik yurituvchi sub‘ektlar, jimoniy shaxslar, davlat boshqaruvi organlari va mahalliy davlat hokimiyati organlarining O‘zbekiston Respublikası xududida va undan tashqarida sodir etiladigan, O‘zbekiston Respublikasidagi tovar va moliyaya bozorlarida raqobatning cheklanishiga olib keladigan yoki olib kelishi mumkin bo‘lgan harakatlariga nisbatan tadbir etiladi.

Ushbu Qonunda raqobatga quyidagicha ta‘rif beriladi:

- raqobat – xo‘jalik yurituvchi sub‘ektlarning (raqobatchilarning) musobaqalashuvi bo‘lib, bunda ularning mustaqil harakatlari ulardan har birining tovar yoki moliya bozoridagi tovar muomalasini umumiy sharoitlariga bir tomonlama tartibda ta‘sir ko‘rsatish imkoniyatini istisno etadi yoki cheklaydi.

- insofsiz raqobat- xo‘jalik yurituvchi sub‘ektning yoki shaxslar guruxining iqtisodiy faoliyatni amalga oshirishda afzalliklarga ega bo‘lishga qaratilgan, qonun xujjatlariga, ish muomalasi odatlariga zid bo‘lgan hamda boshqa xo‘jalik yurituvchi sub‘ektlarga (raqobatchilarga) zarar yetkazadigan yoki zarar yetkazishi mumkin bo‘lgan yoxud ularning ishchanlik obro‘sigga putur yetkazadigan yoki putur yetkazishi mumkin bo‘lgan harakatlari.

Bozor iqtisodiyoti munosabatlari tamoyillariga amal qilgan holda rivojlanayotgan mamlakatlar tajribasining ko‘rsatishicha, raqobat munosabatlarini rivojlantirish ancha murakkab va uzoq davrni oluvchi jarayon hisoblanadi.

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

- tarmoqlar tuzilishidagi nomuvofiqliklar va ishlab chiqarishda yuqori texnologiyalarning yetishmasligi;

- soha va tarmoqlar miqyosidagi raqobatda adolat mezonlarining buzilishi;
- mansabdor shaxslar tomonidan tadbirkorlik faoliyati borasida suiste'mollik holatlariga yo'l qo'yilishi;
- narx belgilashda monopol mavqening saqlanib qolishi, xususan iqtisodiyotning agrar va industrial sektorida narxlarning keskin farqlanishi;
- mamlakatga tovarlarning kontrabanda yo'li bilan kirib kelishi;
- faoliyat turini va daromadlarni yashirish holatlarining mavjudligi;
- sog'lom pul muomalasi uchun hozirgi sharoitdan kelib chiqadigan bozor infratuzilmasining yetarli emasligi;
- milliy valyutani xorij valyutalariga erkin almashtirish imkoniyatlarining cheklanganligi;
- sub'ektlarning bozor iqtisodiyoti qoidalarini chuqur tushunib yetmasliklari;
- iqtisodiy jinoyatchilik holatlarining mavjudligi.

Iqtisodi rivojlangan mamlakatlar iqtisodiyotida raqobat bozor xo'jaligining ajralmas qismi sifatida tabiiy ravishda paydo bo'lgan bo'lsa, o'nlab yillar davomida ma'muriy buyruqbozlik tartibi hukmron bo'lgan, raqobatni va bozorning boshqa belgilarini tan olmagan mamlakatlarda bu jarayon elementlarini "joriy qilish" va hatto majburan qabul qilishga to'g'ri keladi. Shu munosabat bilan iqtisodiyotning o'tish davri holatida raqobat munosabatlarini rivojlantirishning mavjud real imkoniyatlarini hisobga olish muhim rol o'ynaydi.

Birinchidan, raqobatsiz iqtisodiyotning samarali harakat qila olmasligiga ishonch shakllandi. Bu ishonch ta'sirida yaqin vaqtlargacha hukmron mavqega ega bo'lgan rejali-buyruqbozlik tizimining g'oyaviy qarashlari yemirilmoqda. Ikkinchidan, respublikada raqobatni davlat tomonidan rag'batlantirish va tartibga solishning keng rejali harakatlari shakllanmoqda. Uchinchidan, raqobat hali keng joriy qilinmasada, bozor iqtisodiyotiga o'tishda muhim qadamlar qo'yilmoqda. Bozor iqtisodiyotiga o'tish davrida raqobatni shakllantirishning asosiy tamoyillari qatorida, eng birinchi navbatda, bozor munosabatlarining qaror toptirilishini ta'kidlash mumkin. Shunday ekan, bozor iqtisodiyotini yuzaga keltirish ayni vaqtda raqobatchilik muhitining shakllanishini bildiradi.

Raqobatning to'laqonli amal qilishi iqtisodiy jarayonlarning erkinligini taqozo etadi. Iqtisodiyotdagi faoliyat va jarayonlarning erkinligining har qanday ko'rinishdagi cheklanishi o'z navbatida raqobatning ham cheklanishi holatlariga olib keladi. Bugungi kunda ma'muriy-buyruqbozlik tizimidan bozor iqtisodiyotiga

o'tayotgan ko'plab mamlakatlar uchun erkinlashtirish jarayonlarini amalga oshirish tamoyili xos bo'lib, bu quyidagi hodisalarni sodir bo'lishi bilan bolg'liq:

- ko'p ukladli iqtisodiyotni shakllantirish;
- xususiy sektorni rivojlantirish;
- raqobat muhitini yaratish, yakkahukmronlik holatini bartaraf etish va monopoliyaga qarshi tartiblashni takomillashtirish;
- bozor infratuzilmasini rivojlantirish, moliya va bank tizimini takomillashtirish, bank islohotlarini jadallashtirish;
- tashqi iqtisodiy faoliyat hamda valyutani tartibga solishni erkinlashtirish;
- xo'jalik yurituvchi sub'ektlar faoliyatiga davlatning aralashuvini cheklash. ularning iqtisodiy va moliyaviy mas'uliyatlarini oshirish, bankrotlik instituti rolini kuchaytirish, xo'jalik sudlarini faollashtirish. Shuningdek, ta'kidlash o'rinliki, faoliyat erkinligi, har bir kishining tanlash imkoniyatiga ega bo'lishigina raqobat uchun keng yo'l ochadi va bu jarayonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik g'oyat muhim ahamiyatga ega bo'lib, unda raqobat muhitining shakllanishi o'ziga xos xususiyatlarga ega.

Bozor munosabatlariga o'tish sharoitida tadbirkorlikni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash masalalari O'zbekiston ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishining muhim omili bo'lib hisoblanadi. Binobarin har qanday biznes davlat ko'magisiz o'zining istiqbolli kelajagini va o'z qonuniy manfaatlari himoyasini ko'ra olmaydi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalarda raqobatni rivojlantirish tamoyillaridan yana biri - sog'lom raqobatni ta'minlashga yo'naltirilgan meyoriy-huquqiy asosning yaratilishi isoblanadi.

Iqtisodiyotni erkinlashtirish va islohotlarni chuqurlashtirishning ustuvor yo'nalishlaridan biri iqtisodiyotga investitsiyalarni jalb qilish

masalasidir. Xorijiy investiyalarni jalb etmay, ayniqsa yetakchi tarmoqlarda chet el sarmoyasi ishtirokini kengaytirmay turib, iqtisodiyotda tarkibiy o'zgarishlarni amalga oshirish va modernizatsiyalash, korxonalarni zamonaviy texnika-tehnologiyalar bilan jihozlash hamda raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish mumkin emas. Lekin shunday bo'lsada, xususiylashtirishning kengayishi hamda xususiy sektorning rivojlanib borishi bilan davlat budjeti mablag'lari evaziga investitsiyalash kamayib boradi. Bunday hollarda bozor iqtisodiyotiga endigina o'tib borayotgan davlatlarda, jumladan O'zbekistonda ham davlat budjeti tomonidan tibbiyot, sog'liqni saqlash, fan va madaniyat, maorif va boshqa ijtimoiy sohalar loyihalari moliyalashtiriladi va bu maqsadga muvofiqdir. Bunga misol qilib, keyingi paytlarda mamlakatda keng miqyosda qurilib

foydalanishga topshirilayotgan sog'liqni saqlash muassasalari, akademik litseylar hamda kasb-hunar kollejlari va boshqalarni ko'rsatish mumkin. Bunday maqsadlar uchun davlat budjeti, mahalliy budjetlar hamda boshqa manbalardan mablag'lar ajratiladi.

Iqtisodiyotda monopollashuv prinsiplari kuchayib borishi bilan raqobat cheklanadi, shu sababli raqobatchilik muhitini vujudga keltirishda davlat ham qatnashadi. Bu esa davlatning monopoliyalarga qarshi siyosatida o'z aksini topadi. Har bir mamlakatdagi aniq vaziyat, ya'ni iqtisodiyotning monopollashuv darajasi uning miqyosi va xarakteriga qarab, bu siyosat erkin rakobat muhitini yangidan yaratish, uni saqlab qolish, zarur bo'lganda qaytadan tiklash, raqobat usullarini qaror toptirish kabilarga qaratiladi. Masalan, AQShda davlatning xususiy monopoliyalar faoliyatini cheklashga qaratilgan tadbirlari 1880 yilda trestlarga qarshi qabul qilingan Sherman konuni, 1914 yildagi Kleyton qonuni va Federal savdo komissiyasining konunlarida o'z ifodasini topadi. Monopoliyalarga qarshi qonunchilik va uni amalga oshirish uchun zarur bo'lgan chora-tadbirlar boshqa mamlakatlarda xam sharoit taqozo etgan shakllarda amal qiladi.

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

Ustunlik mavqeiga ega bo'lgan korxonalar tovar bozorlarida yuzaga kelgan munosabatlarga o'z ta'sirini ko'rsatish imkoniyatiga ega bo'ladilar. Ba'zida

iste'molchilar monopolistik korxonalar tomonidan ishlab chiqariladigan ma'lum bir tovarlarga ehtiyojining yuqori bo'lganligi sababli, ularning turli xil noqonuniy shartlariga ko'nikishga majbur bo'ladilar.

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

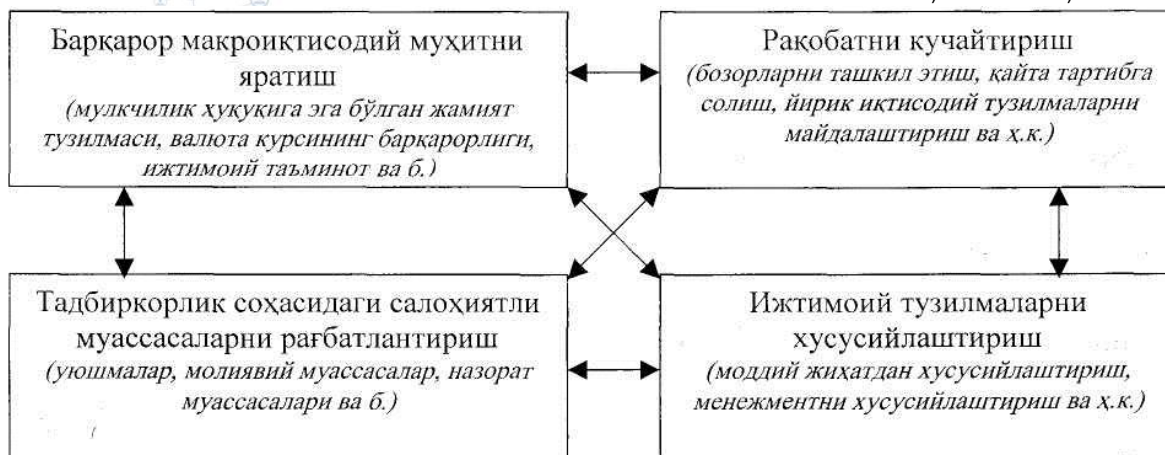
Bozor iqtisodiyotiga o'tish sharoitida raqobat uchun shart-sharoitlarni shakllantirishning boshqa muhim tamoyili - xo'jalik yurituvchi sub'ektlar o'rtasidagi kelishib qilingan noqonuniy harakatlari (bitimlari) ustidan nazoratni olib borish

hisoblanadi. Chet el amaliyotida ushbu tarzda kelishib olib boriladigan harakatlarni kartel deb atash qabul silingan. Kartellarning faoliyati nafaqat bir davlatning tovar bozorida balki jahon bozorida ham nohush holatlarni keltirib chiqarish mumkin. Kartel sifatidagi kelishuvlar narxlarni sun'iy ravishda oshishiga, shuningdek ularning ishtirokchilik o'rtasida raqobatni umuman bo'lmasligiga olib keladi, bu esa o'z navbatida ishlab chiqarishni takomillashtirish jarayonini susaytiradi.

O'zbekistonda davlatning raqobatchilik muhitini shakllantirishga qaratilgan siyosatida xususiylashtirish, davlat mulki hisobidan mulkchilikning boshqa shakllarini vujudga keltirish asosiy o'rin tutadi. Xususiylashtirish natijasida, birinchidan, mulk o'z egalari qo'lga topshirilsa, ikkinchidan, ko'p ukladli iqtisodiyot va raqobatchilik muhitini vujudga keltiradi. O'zbekistonda raqobatchilik muhitini vujudga keltirishning asosiy yo'li, bu raqobatni inkor qiluvchi davlat monopoliyasidan nodavlat, turli xo'jalik shakllarining mavjudligiga asoslangan va iloji boricha erkin raqobatni taqozo etuvchi bozor tizimiga o'tishdir. Bu yerda raqobatchilik munosabatlarini shakllantirish, avvalo, mustaqil erkin tovar ishlab chiqaruvchilarning paydo bo'lishini taqozo qiladi, chunki raqobatning asosiy sharti alohidalashgan, mulkiy mas'uliyat asosida o'z manfaatiga ega bo'lgan va tadbirkorlik tahlikasini zimmasiga oluvchi erkin xo'jalik sub'ektlarining mavjudligi va ularni bozor orqali iqtisodiy aloqani yo'lga qo'yish hisoblanadi.

Bozor iqtisodiyotiga o'tish sharoitida raqobatchilik muhitini shakllantirish uzoq muddatli va murakkab jarayon bo'lib, u juda ko'plab omillarning ta'siri ostida shakllanadi. Ayniqsa, iqtisodiyotdagi mulkchilik munosabatlarining yanada takomillashuviga, samaradorligining oshishiga olib keluvchi mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish raqobat muhitining rivojlanishida yetakchi o'rin tutadi.

Xususiylashtirish doirasida davlat korxonalari xususiy shaklga o'tkaziladi. Bu odatda rasmiy xususiylashtirish deb atalib, u keyingi xususiylashtirish jarayonlari uchun huquqiy asos sifatida maydonga tushadi. So'ngra mulkchilik huquqi korxonalarga o'tkazilib, xususiy shaxslar uchun manfaatlarini ro'yobga chiqarish imkoniyati yaratiladi. Uchinchi vazifa yangi mulkdorning samarali xo'jalik yuritishini rag'batlantirish (masalan, dotatsiyalarni qisqartirish hamda raqobat muhitini yaratish va h.k.) orqali, tadbirkorlik javobgarligi va xavf-xatarni o'z zimmasiga olishiga majbur etishdan iborat. Xususiylashtirish keng qamrovli islohotlarning bir qismi zkanligini quyidagi 3-rasm orqali tasavvur etish mumkin:



3-rasm. Xususiylashtirish jarayonida raqobatbardoshlik muhitni yaratish

Rasmdan ko‘rinib turibdiki xususiylashtirish va raqobatni rag‘batlantirish iqtisodiy jarayonga harakatchanlikni baxsh etuvchi islohotlarning muhim elementlarini namoyon ztadi. Foyda olishga bo‘lgan rag‘bat ishlab chiqaruvchilarning iqtisodiy jihatdan to‘qnashuviga va navbatdagi raqobat kurashiga olib kelib, pirovardida iqtisodiyot barcha sub’ektlari farovonligining oshishiga zamin yaratadi.

Xususiylashtirish jarayonining tezlashishi va uning asosida turli mulk shakllarining barpo qilinishi sub’ektlar o‘rtasida raqobat muhitining shakllanishiga va uning rivojlanishiga turtki hisoblanadi. Chunki aniq bir mulk egasigina bu mulkni asrashga, uni yanada ko‘paytirishga harakat qiladi. Mulkni ko‘paytirish yo‘lida qilingan sa’y-harakat ishlab chiqarish sur‘atlarini va hajmini oshirishga, mahsulot turlarini kupaytirishga, bozor va iste‘molchilar talablarini hisobga olgan holda tovarlar ishlab chiqarish uchun undaydi. Bozor munosabatlarida ishtirok qiluvchi har bir sub’ektning bunday hoxishi ular o‘rtasida raqobat muhitining yuzaga kelishiga va yanada rivojlanishiga asos soladi. Shu bois mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishning muhim jihati raqobat muhitini yaratish bilan bir qatorda, ishlab chiqarish va tovarlar rakobatbardoshligiga keng yo‘l ochib berish asosiy msala hisoblanadi.

Raqobatbardoshlik - bu ochiq iqtisodiy tizimning har qanday iqtisodiy sub’ektga qo‘yadigan asosiy talabidir. Raqobatbardosh bo‘lish bu tovar va xizmatlarning tashqi yoki ichki bozorga mo‘ljallanganligidan

qat’iy nazar iste‘mol, sifat va baho ko‘rsatkichlarini dunyo standartlari darajasiga ko‘tarishdan iborat bo‘lib, korxonalarining raqobatchilar bilan iqtisodiy

kurashda ustunlikka zga bo'lishi ko'p jihatdan mamlakatdagi iqtisodiy sharoitga, raqobatchilik afzalliklarining to'rt asosiy belgisi: omil sharoitlari (tabiiy, mehnat, texnologik va investitsion resurslar, infratuzilma va h.k)ning jahon bozoridagi raqobatbardosh, yordamchi sohalarning mavjudligi, mahsulot va xizmatlarga bo'lgan talab korxonaning strategiyasi va uni ichki bozordagi raqobati tarkibi va mazmuni bilan belgilanadi.

Korxonalar raqobatbardoshligini baholashning aniq bir tuzilmaviy shaklini ishlab chiqish borasida bir qator ilmiy tadqiqotlar mavjud bo'lib, biroq bu borada hali bir to'xtamga kelinmagan. Ilmiy adabiyotlarda korxonalarining ishlab chiqarayotgan mahsuloti, faoliyat turi, iqtisodiy faoliyati samaradorligiga yoki marketing faoliyatini qay darajada yo'lga quyganligiga ko'ra raqobatbardoshligini baholash usullari keng tarqalgan.

Raqobatbardoshlikni baholashning umume'tirof etilgan usullarida "mahsulot sifatini oshirish" asosiy omil sifatida ko'riladi (John Maurice Clark.1918, Lawrence Abbott, Columbia University Press: 1955, Michael Spence, 1976.Maurice Stucke, 2013), biroq uni tahlil qilishda shakllangan ilmiy maktablar tajribalari turlicha hisoblanadi. Yaponlar modelida asosiy e'tibor "sifat tizimini yangilash" asosiy omil sifatida baholansa, fransuzlar "marketing faoliyatini" qay darajada tashkil etganligini, amerikacha usullarda esa ko'proq "bozorda yetakchilik"ni ta'minlash yoki "bozor ulushini baholash" usullaridan foydalanadi (Smoleychuk I. M.Vladivastok. 2003).

Yapon modelining asosiy xususiyatlari iste'mol talabiga mahsulotni qay darajada muvofiqligini o'rganishga asoslansa, fransuzlar modelida "marketing bo'yicha raqobat" ya'ni korxonaning marketing faoliyatiga ishlab chiqarish qay darajada muvofiqligi tekshiriladi. Raqobatbardoshlikni baholashning amerikacha modelining asosiy xususiyati esa korxonaning bozorda egallab turgan mavqei va uning bozor imkoniyatlari baholanadi. Yevropa Ittifoqi mamlakatlarida esa raqobatbardoshlikning eng ishonchli ko'rsatkichi sifatida korxonalarining uzoq vaqt davomidagi mahsuldorligi va samaradorligining saqlanib turish qobiliyatiga ko'ra baholash ko'proq uchraydi (Birhan Getaneh. 2011 . p 11).

Raqobatbardoshlikni baholash nazariyalaridan chetlashmagan holda mahsulot raqobatbardoshligi bozor sub'ektining raqobatbardoshligining asosini tashkil etadi degan fikr mukammal raqobat sharoitida u qadar to'g'ri emasligi ilmiy adabiyotlarda keng talqin qilinmoqda (Nordas, H. K. World and I, 7(1) 2004). Shuningdek, raqobat nazariyalarida tovar raqobatbardoshligi, korxonalar raqobatbardoshligi, tarmoq va mintaqalar raqobatbardoshligi o'zaro bog'liq va bir birini to'ldiruvchi bo'lganligi sababli, ularni baholashni o'zaro bog'liq usullarini

ishlab chiqishni taqozo etmoqda (Lee, Juyoung 2013. Graduate Thses and Dissertations. Paper 13517). Korxonalar raqobatbardoshligi kengroq tushuncha sanaladi va ishlab chiqarilayotgan mahsulotlardan tashqari faoliyatning ko'plab jihatlari: marketing, menejment, moliya siyosati, brending imkoniyatlari, kommunikatsiya, transport, logistika siyosati va boshqalarni o'z ichiga oladi.

Korxonalar raqobatbardoshligini tahlil qilish davomida xalqaro raqobatbardoshlik umumiy tamoyil va konsepsiyalarini qo'llash yetarlicha asoslangan fikrimizcha, bir mamlakat doirasida faoliyat yurituvchi monopol korxonalar uchun muvofiqligini nazarda tutish lozim deb hisoblaymiz.

Korxonalar raqobatbardoshligiga to'laqonli baho berishga asoslangan samarali raqobat nazariyasi usulida mahsulot ishlab chiqarish, sotish va moliyaviy boshqaruv tizimini yaxshi tashkil qilingan korxonaning raqobatbardoshlik darajasi yuqori hisoblanadi (M.Boltaboevning. Toshkent 2016.). Metodikada ekspertlarning bosqichma-bosqich taqqoslash usuli yordamida aniqlangan raqobatbardoshlikning to'rt guruh ko'rsatkichlari yoki mezonlariga: korxonaning ishlab chiqarish faoliyatini belgilovchi samaradorlik, korxonaning moliyaviy ahvolini belgilovchi samaradorlik, tovarni sotish va bozorda ilgari surishni tashkil qilish samaradorligi va tovarning raqobatbardoshligiga asoslanadi.

Korxonaning ikkita va faqat ikkita asosiy funksiyasi mavjud: marketing va innovatsiya (Drucker, P.F. 2007) ekanligini inobatga olinganda innovatsion faoliyat asosiy raqobatbardoshlik omili sifatida ko'rilishi maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz. Korxonalar raqobatbardoshligini uning operatsion samaradorligi va strategik joylashtirish kabi muhim tarkibiy qismlardan iboratligi (I.Ansoff, 1989. Krivorotov V.V. Yekaterinburg, 2006) va uni baholashning asosiy omili sifatida tashqi muhim omillariga korxonaning moslashish

indekslarini va ikkinchi bosqichda strategik joylashtirish omillarini indekslarini hisoblash orqali raqobatbardoshlikni baholash usullari kiritilgan. Fikrimizcha, yengil sanoat korxonalari raqobatbardoshligini baholashni 3 darajada:

operatsion faoliyati,

innovatsion faoliyati va ularni korxonaning bozorga moslashishidagi ta'sirini belgilash orqali amalga oshirilsa maqsadga muvofiq.

Raqobatbardoshlikni baholash bo'yicha keltirilgan usullarning aksariyatida korxonalar operatsion faoliyatlari samaradorligiga asosiy urg'u berilib (Voronov, D.S, 2012., Roman, M.I. 2001., Shmeleva A.N. 2011, Bushina N.S 2015,) uning moliyaviy natijalariga (asosiy vositalar, aylanma mablag'lar va nomoddiy aktivlar) asoslanilgan. Biroq, korxonalar faoliyatining mazmunan bozorda faoliyat yuritilishini

nazarda tutilganda uning marketing va innovatsion faoliyatlari korxonaga foyda keltiruvchi o'ta muhim omillar hisoblanadi. Shu nuqtai nazardan taklif etilayotgan uslubiyot korxonaga raqobatbardoshligi baholashning samarali ekanligini ko'rsatib beradi.

Korxonaning bosh maqsadi ishlab chiqarish emas, balki bozorda yuqori foyda va nufuzga intilish hisoblanadi. Bu maqsadlar esa korxonaning marketing faoliyatini ifodalaydi va shunga muvofiq holda ishlab chiqarishni tashkil etadi

va uni bozorga moslab olib boradi. Korxonaning barcha maqsadlari faqat tovarlar taklifiga yo'naltirilganligini hisobga olinganda marketing faoliyati ana shu jarayonlarni muvofiqlashtiruvchisi ham deyish mumkin (Xakimov Z.A, 2016).

Sababi, ishlab chiqarish, savdo, ta'minot, moliya – bularning barchasini ish faoliyati maqsadli bozorga yo'naltiriladi va marketing orqaligina o'z natijasini oladi. Demaq, korxonaga raqobatbardoshligining yakuniy maqsadi sifatida uning bozorga moslashish holatini ifoda etuvchi ko'rsatkichni qabul qilish maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YHATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. «O'zbekiston — 2030» strategiyasi to'g'risida. – Toshkent. 12.09.2023 yil.

2. Sh.M. Mirziyoev. Tanqidiy taxlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik- xar bir raxbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak. -Toshkent: O'zbekiston, 2022. -104 b.

3. Pardaev M.Q., Xoliqulov A.N., Yahyoyev T.I. Iqtisodiy tahlil. Darslik, Samarqand.: Fan bulog'i nashriyoti uyi, 2024, 410 bet bet. T.:

4. Xoliqulov A.N. Birlashish va qo'shib olish. O'quv qo'llanma Samarqand.: Fan bulog'i nashriyoti uyi, 2022, 216 bet

5. Xoliqulov A.N., Maxmudova D.P. Iqtisodiyotni strategik rivojlantirish sharoitida kichik biznesni boshqarishni takomillashtirish. Monografiya. Samarqand, SamDCHTI nashr-matbaa markazi, 2020 yil – 126 bet

6. Xoliqulov A.N., Ibodov K.B. Monopoliyaga qarshi boshqaruv nazariyasi. Darslik, Samarqand.: Fan bulog'i nashriyoti uyi, 2024, 360 bet

7. Xoliqulov A.N. Xizmat ko'rsatish korxonalarini samaradorligini tahlil qilishning metodologiyasini takomillashtirish yo'nalishlari. Monografiya. Samarqand iqtisodiyot va servis instituti – Samarqand.: “STEP-SEL” MCHJ. Nashriyoti, 2023 - 276 bet

8. Xoliqulov A.N., Usmanova D.Q., Raximov X.A. Korxonaga raqobatbardoshligini baholash. O'quv qo'llanma. Samarqand, Turonnashr nashriyoti, 2021 y. – 210 bet.