

2-1-2019

THE THEORETICAL BASES OF IMPROVING ECONOMICAL COMPETITIVENESS OF NATIONAL ECONOMY AND ITS IMPROVING DIRECTIONS

U. Zaynutdinova
Tashkent Financial institute

M. Hamidov
Tashkent Financial institute

Follow this and additional works at: <https://uzjournals.edu.uz/interfinance>

Recommended Citation

Zaynutdinova, U. and Hamidov, M. (2019) "THE THEORETICAL BASES OF IMPROVING ECONOMICAL COMPETITIVENESS OF NATIONAL ECONOMY AND ITS IMPROVING DIRECTIONS," *International Finance and Accounting*: Vol. 2019 : Iss. 1 , Article 10.

Available at: <https://uzjournals.edu.uz/interfinance/vol2019/iss1/10>

This Article is brought to you for free and open access by 2030 Uzbekistan Research Online. It has been accepted for inclusion in International Finance and Accounting by an authorized editor of 2030 Uzbekistan Research Online. For more information, please contact brownman91@mail.ru.

МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ОШИРИШНИНГ НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ ВА УНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ

У.Дж.Зайнутдинова, М.Э.Ҳамидов

Тошкент молия институти, Тошкент, Ўзбекистон

Ушбу мақолада рақобатбардошлик тушунчасининг мазмун-моҳияти, миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишнинг назарий-услубий асослари ёритилган. Рақобатбардошликнинг микро, мезо ва макро даражада амал қилишининг моҳияти очиб берилган. Миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишда товар, корхона, тармоқ ва минтақа рақобатбардошлигини таъминлашнинг аҳамияти ва уларни ривожлантиришнинг устувор йўналишлари баён этилган.

Таянч сўзлар: миллий иқтисодиёт, рақобат, рақобатбардошлик, миллий иқтисодиёт рақобатбардошлиги, товарлар рақобатбардошлиги, тармоқлар рақобатбардошлиги, минтақа рақобатбардошлиги.

В данной статье изложены понятия конкурентоспособности, теоретико-методологические основы повышения национальной конкурентоспособности. Сущность конкурентоспособности в микро, мезо и макро уровне объясняется. Описывается важность обеспечения конкурентоспособности товара, фирм, сфер и региона в продвижении национальной конкурентоспособности и приоритетов их развития.

Ключевые слова: национальная экономика, конкуренция, конкурентоспособность, конкурентоспособности национальной экономики, конкурентоспособности товаров, конкурентоспособности сфер, конкурентоспособности региона.

Кириш

Миллий иқтисодиёт тараққиёти бозор муносабатларининг ривожланганлик даражаси ва кўлами, жаҳон иқтисодиётига интеграциялашув даражаси, иқтисодиётнинг рақобатбардошлиги, техник-технологик ривожланиш даражаси ҳамда тармоқ ва соҳаларининг тузилиши, ривожланиш хусусиятлари билан характерланади.

Бугунги кунда халқаро иқтисодий муносабатларнинг тобора ривожланиб бориши, иқтисодиётнинг глобаллашуви натижасида мамлакат миллий иқтисодиётининг рақобатбардошлигини ошириш долзарб вазифалардан бирига айланиб бормоқда.

Ўзбекистон Республикасида ҳам миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини ошириш вазифаларига алоҳида эътибор қаратилмоқда. 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегиясида “Таркибий ўзгартиришларни чуқурлаштириш, миллий иқтисодиётнинг етакчи тармоқларини модернизация ва

диверсификация қилиш ҳисобига унинг рақобатбардошлигини ошириш”[1] бўйича устувор вазифалар белгилаб берилган.

2019 йилда мамлакатимизни ривожлантиришнинг энг муҳим устувор вазифалари тўғрисидаги Ўзбекистон Республикаси Президентининг Парламентга Мурожаатномасида ҳам “очиқ иқтисодиёт, соғлом рақобат, ишбилармонлик ва инвестиция муҳитини тубдан яхшилаш учун зарур шароитларни яратиш”[2] таъкидланган.

Миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини шакллантириш ҳамда оширишга қаратилган ислохотлар давомийлиги ва самарадорлигини таъминлаш, рақобатбардошлик категориясининг мазмун-моҳияти ва услубий асосларини ҳозирги замон иқтисодиёти нуқтаи назаридан келиб чиқиб, талқин этишни тақозо этади. Иқтисодиётни инновацион ривожлантириш ҳисобига миллий иқтисодиётнинг халқаро рақобатбардошликка эришиши ва халқаро бозорларда мустаҳкам нуфузга эга бўлишида муҳим омил бўлиб хизмат қилади.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили

Иқтисодчи-маркетолог олим М.Портер “Рақобатбардошлик - товар, хизмат ва бозор муносабатлари субъектининг бозорда мавжуд бўлган ўхшаш товар, хизматлар билан, шунингдек, бозор муносабатларининг рақобатлашувчи субъектлари билан баравар бозорга чиқиш хусусиятидир, бу хусусиятни баҳолаш эса юқори, ўрта ва паст даражадаги рақобатбардошликларни алоҳида-алоҳида белгилаб бериш имконини беради”[3] - деб таъриф берган.

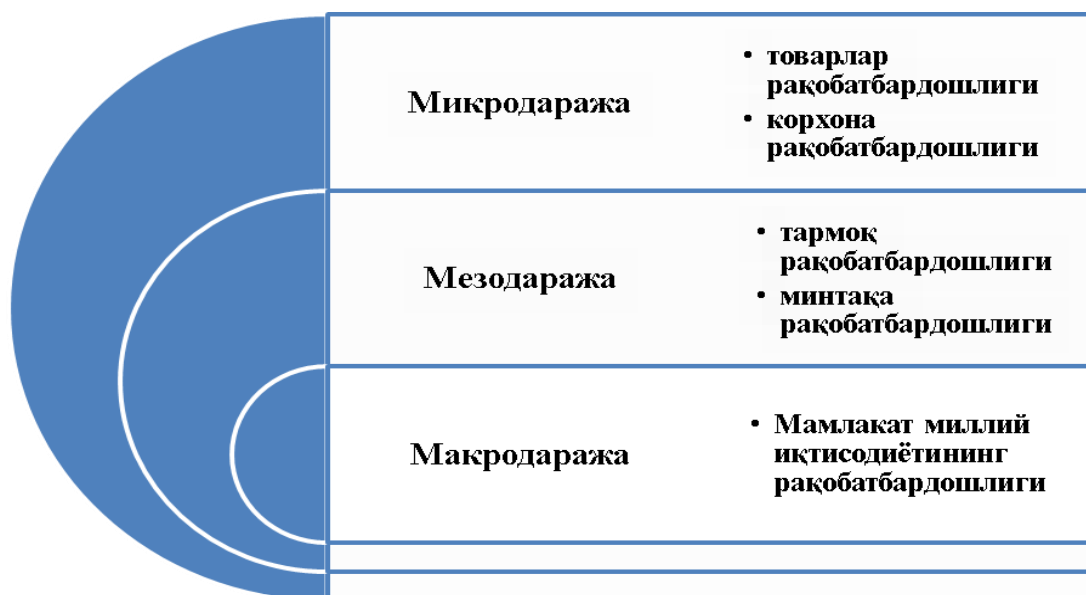
Й.Рубин эса “рақобатбардошликнинг” таянч тоифасига мурожаат қилиб, рақобатбардошлик деганда, тадбиркорлик бизнеси субъектининг ўз рақобатчиларига қарши туриш ва бундай қарши ҳаракат қилиш қобилиятини тушунмоқ керак деб ёзиб, бундай қарши ҳаракат муваффақиятли ёки муваффақиятсиз, нисбатан муваффақиятли ёки нисбатан муваффақиятсиз бўлиши ҳам мумкин деб кўрсатади [4].

Рақобатбардошлик - рақобатчилар билан борадиган курашда ўзининг мавқеини, яъни тенглигини сақлаш, баъзи ҳолларда эса устунликка эришиш демакдир.

Ўзбекистонлик иқтисодчилар Йўлдошев З., Халилова Х. “мамлакат иқтисодиётининг рақобатбардошлиги – мамлакатнинг ўрта ва узоқ муддатга иқтисодий ўсишнинг юқори суръатларини таъминлаб туриш қобилиятидир” дея таъриф беришган [8].

Таҳлил ва натижалар

Илмий ва амалий манбаларда рақобатбардошлик ва унинг турлари, кўринишлари ҳамда даражалари бўйича турли талқинлар келтирилган, биз ушбу таърифлар ва талқинларни умумлаштириб, рақобатбардошликнинг кўринишларини қуйидагича ифодаладик (1-расм).



1-расм. Рақобатбардошлик кўринишлари¹.

Товарларнинг рақобатбардош бўлиши миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини оширишда асос бўлиб хизмат қилади. Корхоналарда ишлаб чиқарилаётган товарларнинг рақобатбардошлиги унинг асосий характеристикаси, сифат даражаси, дизайни ва истеъмолчилар эҳтиёжларига мос келишидир.

Товарнинг рақобатбардошлигини ишлаб чиқарувчилар томонидан бошқариш нафақат товарга у ёки бу истеъмол хусусиятларининг берилишини, қолаверса, у ёки бу нарх стратегиясидан фойдаланишни, балки истеъмол бозорининг бу соҳасида қабул қилинган қарорни амалга ошириш кўзда тутилаётган сегменти даромадларини ҳам ҳисобга олишни англатади. Шунинг таъкидлаш жоизки, рақобатбардошлик ўзида товар сифатининг умумий кўрсаткичларини ва унинг нархининг ўзаро боғлиқлигини ҳам намоён этади.

Спиридонов И.А. товарнинг рақобатбардошлигига “истеъмолчиларнинг конкрет талабини қондиришни таъминловчи товарнинг нарх ва сифат тавсифларининг мажмуидир”[5] деб таъриф берган бўлса, Мазилкина Э.И. ва Паничкина Г.Г.лар “товарнинг нисбий ва умумлаштирилган тавсифи бўлиб, эҳтиёжларни қондириш учун қилинган харажатларни қоплаш даражасига қараб, унинг рақобатчи товардан манфаатли фарқини тавсифловчи кўрсаткичдир”,[6] дея таъриф келтиришган.

Рақобатбардош товарлар ишлаб чиқариш ҳамда товарнинг рақобатбардошлигини ошириш корхона ва фирмаларнинг ҳам рақобат курашида устунликка эга бўлиб рақобатбардошлигини оширишга ёрдам беради.

Товарларнинг рақобатбардош бўлишини таъминлашда қуйидагиларни амалга ошириш мақсадга мувофиқдир:

¹ www.grandars.ru/ Понятие и виды конкурентоспособности. Ушбу маълумотлар асосида муаллифлар ишланмаси.

- принципитал жиҳатдан янги маҳсулот ва технология турларини ўзлаштириш;

- товарлар ишлаб чиқаришда илм-фаннинг сўнгги ютуқлари, яъни инновациялардан фойдаланиш кўламини кенгайтириш;

- замонавий маркетинг усул ва воситаларидан ишлаб чиқаришнинг ҳар бир босқичида фойдаланиш ва бошқалар.

Корхоналарнинг рақобатбардошлиги - ишлаб чиқарган товарлари билан истеъмолчилар эҳтиёжини қондириш бўйича рақобатчилардан устунлиги ҳамда рақобат курашида тезда мослаша олишидир.

Фирма ва корхоналарнинг рақобатбардошлиги ҳақида илмий изланишлар олиб борган Лукина А.В. фирманинг рақобатбардошлигини “фирманинг истеъмолчилар эҳтиёжини рақобатчиларга нисбатан юқори даражада қондириш қобилияти бўлиб, агар компанияда рақобатда устунлик жиҳатлари мавжуд бўлса, у рақобатбардош бўлади”[7] дея таърифлаган.

Корхона ва ташкилотларнинг рақобатбардошлигини оширишда қуйидагилар таклиф этилади:

- корхонанинг бозор ўзгаришларига мослашувчан ва ҳаракатчан бўлишини таъминлайдиган ҳаракат дастурларини ишлаб чиқиш;

- корхонанинг ҳар бир бўғинида рақобатни шакллантириш ҳисобига унинг рақобатбардош бўлишига эришиш;

- корхоналарда корпоратив бошқарувнинг замонавий усулларида фойдаланишни жорий этиш ва бошқалар.

Корхонанинг рақобатбардош бўлишини таъминлаш орқали тармоқнинг ҳам рақобатбардош бўлишига эришиш мумкин. Чунки тармоқдаги корхоналарда рақобатда устунликнинг мавжуд бўлиши орқали тармоқнинг ҳам рақобатда устунлик жиҳатлари шаклланиб, рақобатбардошлиги ошиб боради.

Спиридонов И.А. ўзининг тадқиқотларида иқтисодиёт тармоқларининг рақобатбардошлигига алоҳида аҳамият бериб, “тармоқлар рақобатбардошлиги уларнинг қуйидаги рақобатдаги устунликларининг мавжудлиги билан, яъни биринчидан, товарларнинг нархи, бозордаги янгилиги ва нафлиги бўйича маълум бир гуруҳдаги истеъмолчилар талабини қондирувчи юқори сифатли маҳсулотлар ишлаб чиқара олиши билан, иккинчидан, бозор вазияти бўйруғи билан энг мақбул муддатларда рақобат мавжуд бўлган жаҳон бозорига етказиб бериш хусусияти билан аниқланади”[5] деб таъкидлайди.

Фикримизча, иқтисодиёт тармоқларида рақобатбардошликни оширишнинг устувор йўналишларини шакллантиришда қуйидаги вазифаларни бажариш мақсадга мувофиқ:

- Самарали рақобат муҳитини шакллантириш ҳамда тармоқлараро саноат кооперациясини ривожлантириш;

- Кўрсатиладиган хизматларни сифат жиҳатдан яхшилаш ҳисобига рақобатбардошликка эришиш;

- Тармоқларда меҳнат унумдорлигини оширишда илғор хориж тажрибасидан фойдаланишни йўлга қўйиш;

- Иқтисодиёт тармоқларининг ривожланишини жаҳон бозори конъюнктурасига боғлиқлигини камайтиришнинг энг қулай ва мақбул усуллари ишлаб чиқиш ва бошқалар.

Минтақа иқтисодиёти рақобатбардошлиги миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигига етарли таъсир кўрсатади ҳамда тармоқлар, корхоналар ва товарлар рақобатбардошлиги билан ўзаро боғланган ҳолда амал қилади.

Минтақанинг рақобатбардошлиги минтақа аҳолисининг турмуш тарзи ва фаровонлигини ошиб бориш қобилияти билан белгиланади. Минтақаларнинг ижтимоий-иқтисодий жиҳатдан барқарор ривожланиб бориши орқали унинг рақобатбардошлиги таъминланади ва мамлакат миллий иқтисодиётининг рақобатбардош бўлишига асос бўлиб хизмат қилади.

Бугунги кунда минтақаларнинг рақобатбардошлигини оширишда хорижий инвестицияларни худудларга тўғри ва мутаносиб жойлаштириш, худудларнинг инвестицион жозибадорлигини такомиллаштириш, минтақалар инновацион фаоллигини янада мукаммалаштириш каби вазифаларни бажариш мақсадга мувофиқдир.

Хулоса ва таклифлар

Хулоса қилиб айтганда, миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлиги корхона ва тармоқларнинг муваффақиятли ривожланиши ҳисобига шаклланади. Шунингдек, уларнинг муваффақиятли ҳаракати миллий иқтисодиётнинг таркибий тузилишини такомиллаштириш жараёнларига ҳам боғлиқ бўлади. Яъни, корхоналарда ишлаб чиқариладиган товарларнинг рақобатбардош бўлишини таъминлаш орқали корxonанинг экспорт салоҳияти ортиб бориб, рақобатбардош бўлишига эришилади. Корхонада ҳам рақобатбардошликни таъминлаш орқали тармоқнинг рақобатбардош бўлиши бунинг натижасида эса минтақа ҳамда мамлакатнинг ҳам рақобатбардошлиги ошиб боради.

Шуни таъкидлаш жоизки, иқтисодиётнинг асосий тармоқларини модернизация ва диверсификация қилиш ҳамда кластерларни ташкил этиш, ривожлантириш орқали миллий иқтисодиётнинг янада рақобатбардош бўлишига эришиш мумкин. Чунки кластерлар замонавий инновация ва иқтисодий ўсишнинг сифат омили бўлиб ҳисобланади.

Минтақаларда юқори турмуш даражасининг мавжудлиги, иқтисодий механизмларнинг самарадорлиги, худуднинг инвестицион жозибадорлиги ҳамда ижтимоий инфратузилманинг ривожланганлиги ва тизимли фаолиятининг йўлга қўйилиши орқали минтақалар ижтимоий-иқтисодий жиҳатдан ривожланиб, миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишга дастуруламал бўлиб хизмат қилади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича

Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги Фармони //“Халқ сўзи”. 2017 йил, 8-феврал

2. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси // “Халқ сўзи”. 2018 йил 29 декабр.

3. Портер М. Конкуренция. Пер. с англ. Уч. Пос. – М.: Издательский дом “Вильямс”, 2000. – с 480.

4. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции: Учебник. 4-е издание, переработанное и дополненное. – М.: ООО “Маркет ДС Корпорейшн”, 20014. – с.86.

5. Спиридонов И.А. Международная конкуренция и пути повышения конкурентоспособности экономики России. Уч. Пос. – М.: “ИНФРА”, 1997. – с.117.

6. Мазилкина Е.И., Паничкина Г.Г. Управление конкурентоспособностью. Уч. Пос. 3-изд., стер. – М.: Издательство “Омега - Л”, 2009. – с.58.

7. Лукина А.В. Маркетинг товаров и услуг. Уч. Пос. – М.: ФОРУМ, 2008. – С.32.

8. Йўлдошев З., Халилова Х. Миллий ва жаҳон иқтисодиёти. - Т.: “Чўлпон”, 2013. 30-б.