

MAMLAKATIMIZDA MILLIY TOVARLAR RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH YOLLARI

T.A. Mamadjanova

TISU iqtisodiyot kafedrası mudiri

M.O'.Rustamova

TISU iqtisodiyot yo'nalishi magistranti

<https://doi.org/10.5281/zenodo.20229743>

O'zbekistonning iqtisodiy taraqqiyoti va barqarorligini ta'minlashda milliy tovarlarning raqobatbardoshligini oshirish katta ahamiyatga ega.

Hozirgi kunda jahon bozorida yuqori sifatli mahsulotlar taqdim etish muhimdir, chunki raqobatning o'sishi mamlakatning iqtisodiy bevosita ta'sir ko'rsatadi.

Mahsulotlar sifatini oshirish, ishlab chiqarish jarayonlarini zamonaviy texnologiyalar bilan ta'minlash, tarmoq infrastrukturasi va logistikasini takomillashtirish, raqobatbardosh narxlarni belgilash va brend yaratish kabi chora-tadbirlar ham muhim omil bo'lib, ular milliy tovarlarning jahon bozorga kirib borish imkoniyatlarini oshiradi.

Ta'kidlash joizki, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2022-2026 yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida" gi farmonning maqsad mamlakatimizda milliy tovarlar raqobatbardoshligini oshirish mamlakatimizdagi xom-ashyo resurslaridan samarali foydalanish orqali milliy iqtisodiyot taraqqiyotini ta'minlash, pirovardida mamlakat eksport miqdorini yanada oshirishdan iborat¹. Mazkur strategiya mamlakatimizda milliy tovarlar raqobatbardoshligini oshirish yollari doirasida qamrab olganligi va har bir mintaqaning tabiiy, mineral-xomashyo, sanoat, qishloq xo'jaligi, turizm va mehnat resurs salohiyatidan kompleks va samarali foydalanishni ta'minlashga qaratilganligi bilan amaliy ahamiyat kasb etadi.

Milliy tovarlar raqobatbardoshligini oshirishning asosiy yo'llari ilmiy asoslangan zamonaviy texnologiyalarni joriy etish:

Yangi texnologiyalarni ishlab chiqarishga tatbiq etish va ilm-fan yutuqlarini iqtisodiyotga qo'llash milliy tovarlarning sifatini oshirishga xizmat qiladi. Innovatsion yondoshuvlar orqali ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, shuningdek, xarajatlarni kamaytirish mumkin.

Milliy tovarlar raqobatbardoshligini oshirish uslubiy jihatdan kompleks ekzogen va endogen yondoshuvni talab qiladi. Bu, birinchi navbatda, iqtisodiy ststistik tahlilni o'z ichiga olgan strategik rejalashtirishni joriy etishni, hamda xususiy va davlat sektorlarini samarali hamkorligini o'z ichiga oladi. Shu bilan birga, ichki va tashqi bozorlar talablariga moslashuvchanlik, barqaror ishlab chiqarish tizimlarini yaratish ham muhim ahamiyatga ega. **Har qanday korxonaning tijoratdagi** muvaffaqiyati birinchi navbatda iste'molchi talabiga javob beradigan, yuqori sifatli, **iste'mol** uchun yaroqli tovar ishlab chiqarish bilan bog'liq.

Tovar ishlab chiqarish nafaqat korxonaning marketing faoliyatida, balki butun xo'jalik faoliyatida muhim ahamiyatga ega. Tovar ishlab chiqaruvchi korxonaning bozorga samarali ta'sir etish vositasi va foyda **olish manbai hisoblanadi**.

¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son Farmoni.Lex.uz.

Narx, sotish va siljitish aynan tovarga asoslanadi. Amerikalik marketolog S.Maljaro “Agar tovar **xaridorning talabini qondirmasa, u holda marketing tadbirlari uchun hyech qandayqo’shimcha xarajatlar raqobatli bozorda uning mavqeini yaxshilay olmaydi**” – deb ta’kidlab o’tgan².

Raqobatbardoshlik, asosan, tovar sifati, uning texnika darajasi, iste’mol xususiyatlari hamda eng muhimi - tovar sotuvchisi tomonidan qo’yiladigan narxi bilan belgilanadi.

Shuningdek, raqobatbardoshlikka moda, sotish va sotishdan keyingi servis xizmati, reklama, ishlab chiqaruvchining ovozi (imij), bozordagi vaziyat, talab tebranishlari ham ta’sir ko’rsatadi.

Hozirgi bozor iqtisodiyotiga o’tish sharoitida mamlakatimizni iqtisodiy **salohiyatini mustahkamlash va rivojlantirishda, dunyo bozorida ildam qatnashishida** tovarlar sifati ko’tarib, ularni raqobatbardosh tovarlarga aylantirish zarur.

Shuning uchun **raqobatbardoshlik (tanlangan bozorda tovarni sotish imkoniyati) ni faqat raqiblar tovarni solishtirish orqali aniqlash mumkin. Raqobatbardoshlik nisbiy tushuncha, aniq** bozorga va unga kirish vaqtiga bog’liqdir.

Tovar raqobatbardoshligini o’rganish murakkab va o’z ichiga quyidagi **bosqichlarni oladi:**

- **tovarni** sotish bozorni o’rganish;
- raqiblar haqida ma’lumotlar yig’ish;
- iste’molchilar talablarini o’rganish;
- raqobatbardoshligini oshirish bo’yicha tadbirlar ishlab chiqish;
- **ishlab chiqarish va bozorga sinov sotishlari bilan chiqish haqidagi qaror.**

Bu masalalarni hal qilish korxonada tovar raqobatbardoshligi darajasini baholashning uzluksiz tizimini yaratishni talab qiladi.

Har qanday tovar bozorga chiqishi bilanoq o’z raqobat qobiliyatini yo’qota boshlaydi, bu jarayonni sekinlatish **mumkin, bu iqtisodiy foyda** va oldingi buyum raqobat qobiliyatini to’la yo’qotish **paytigacha bozorga yangi tovar bilan chiqish imkoniyatini beradi.**

Milliy tovarlar raqobatbardoshligini oshirishda xorijiy mamlakat bozorlarini tadqiq qilish orqali iste’molchilarni tirli xil guruhlarga ajratish va strategik segmentlarni aniqlab, mavjud va potensial mijozlar bilan keyingi aloqalar o’rnatish yuqori milliy tovarlarning raqobat bardoshligini oshirishda yuqori natijalarga erishiladi.

Xulosa o’rnida shuni ta’kidlash mumkinki, mamlakatimizda faoliyat olib borayotgan turli mulkchilik shaklidagi korxonalar, tovar ishlab chiqaruvchi va xizmat ko’rsatuvchi korxonalarining eksport salohiyatini oshirishda, ishlab chiqarilayotgan milliy tovarlar raqobatbardoshligini oshirishda lokalizatsiya dasturlarini amalga oshirish, eksport tovarlarni diversifikatsiya qilish, korxonalarining asosiy vositalarini tizimni modernizatsiya qilish zarur, qo’shni davlatlar tovarlar bozorida marketing tadqiqotlari doimiy o’tkazish va korxonalarini bozor holati haqidagi axborot

² S.Maljaro «Macroeconomic stability, investment and growth in developing countries». **Journal of Development Economics** 2010 y. by Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall, One Lake Street, Upper Saddle River, New Jersey.

bilan ta'minlash tijorat elektron platformalarni amalda joriy etish samarali kommunikatsiya tizimlaridan foydalanish milliy tovarlar raqobatbardoshligini oshirishda muhim hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar royxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2016 yil 26 fevraldagi "2016-2020 yillarda xizmatlar sohasini rivojlantirish dasturi to'g'risida"gi 55-son Qarori, www.lex.uz.
2. Xasanov, A. (2021). "Iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirishning asosiy yo'llari". Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti.
3. Yahyoxonov N.B. Mangliyev U.O'zbekistonda milliy tovarlar raqobat bardoshligini oshirish yo'llari. 2023 y T. J Of marketing and menejmentc.
4. Tursunov, M. (2020). "Milliy iqtisodiyotda raqobatbardoshlikni oshirishning iqtisodiy asoslari". Tashkent: Iqtisodiy tadqiqotlar markazi.
5. O'rmonov, R. (2019). "Raqobatbardoshlikni oshirishda davlat siyosatining ro'li". Toshkent: Milliy iqtisodiyotni rivojlantirish jurnali.
6. World Bank. (2022). "Global Competitiveness Report". Washington D.C.: World Bank Publications.
7. United Nations Development Programme (UNDP). (2021). "Sustainable Development Goals: Innovation and Industry". New York: UNDP. Karimov I.A. (2019). "Iqtisodiyotni modernizatsiya qilish va milliy tovarlarning raqobatbardoshligini oshirish." Tashkent: O'zbekiston Noshirlik.
8. Mahmudov A.T. (2020). "Raqobatbardosh iqtisodiyot va eksport strategiyalari." Tashkent: Iqtisodiyot nashriyoti.
9. Xodjayev B.K. (2021). "Global bozorga kirib borish va milliy tovarlar." Toshkent: "O'zbekiston iqtisodiyoti" jurnali.
10. Abdullayev S.J. (2018). "Raqobat va marketing strategiyalari." Tashkent: Yangi nashr.