

90^{yil}
TDIU

M. T. YAXSHIYEVA

XALQARO RAQOBAT SIYOSATI



**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O‘RTA MAXSUS
TA‘LIM VAZIRLIGI**

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

M.T.YAXSHIYEVA

XALQARO RAQOBAT SIYOSATI

TOSHKENT – 2021

UO‘K: 338:33M (575.1)

KBK 67.404.1

YA 98

M.T.Yaxshiyeva. Xalqaro raqobat siyosati. O‘quv qo‘llanma. – T.: «Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi», 2021, 220 b.

ISBN 978-9943-7421-8-5

Ushbu o‘quv qo‘llanma kadrlar tayyorlash milliy dasturi, O‘zbekiston Respublikasi Davlat ta‘lim standarti hamda shu fan bo‘yicha namunaviy va ishchi o‘quv dasturlari asosida magistrantlar uchun tayyorlangan. Unda xalqaro raqobat nazariyalari, jahon bozoridagi raqobat usullaridan foydalanish mexanizmlari, O‘zbekiston iqtisodiyotida raqobat muhitini shakllantirishning strategik maqsadlari o‘z aksini topgan.

O‘quv qo‘llanmada raqobatga oid turli nazariyalar, konsepsiyalar, strategiyalar va modellarni tahlil va sintez qilinib, ulardan zarur g‘oyalar va xulosalar keltirib chiqarilgan. Qo‘llanma birinchi navbatda magistrantlar uchun mo‘ljallangan bo‘lib, undan mustaqil izlanuvchilar, talabalar, malaka oshirish instituti tinglovchilari va milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirish muammolari bilan qiziquvchilar foydalanishlari mumkin.

The prepared textbook is compiled on the basis of the requirements of the National Program for Personnel Training, the educational State Standard of the Republic of Uzbekistan, the standard and work program for this master's subject. It reflects modern competitive theories, the strategic goals of creating a competitive environment in the economy of Uzbekistan and the mechanisms for using competitive methods in the world market.

The manual analyzes and summarizes various theories, concepts, strategies and models of competition, as well as provides the necessary ideas. The manual is designed primarily for undergraduates and can be used by independent researchers, students, interns and those who are interested in improving the competitiveness of the national economy.

UO‘K: 338:33M (575.1)

KBK 67.404.1

Mas’ul muharrir: i.f.n. dots. B.D.Xajiyev

Taqrizchilar: i.f.n. dots. D.Sh.Bababekova

i.f.n., dots. B.E.Mamaraximov

ISBN 978-9943-7421-8-5

© «Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi», 2021.

MUNDARIJA

KIRISH	6
1-MAVZU. XALQARO RAQOBAT SIYOSATI FANIGA KIRISH	
1.1.Raqobatning iqtisodiy mazmuni va shakllanishining asosiy tamoyillari.....	9
1.2. Raqobat turlari va usullari.....	12
1.3. Rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlarda raqobat siyosati.....	18
2-MAVZU. RIKARDO MODELI	
2.1. Xalqaro savdo nazariyalari.....	25
2.2. D. Rikardoning nisbiy ustunlik nazariyasi.....	29
2.3. D. Rikardo modeli.....	30
3-MAVZU. MAXSUS OMILLAR MODELI	
3.1. Xeksher-Olin modeli.....	34
3.2. Omillar turli tarmoqlarda turli miqdorlarda o‘zgarishi.....	37
3.3. Talab parametrlari.....	41
4-MAVZU. IMTIYOZLI FAKTOR MODELI	
4.1. M.Porterning raqobatning besh kuchi nazariyasi.....	44
4.2. Korxonada (firmada) raqobat tahlilida SWOT analizini qo‘llash.....	47
4.3.Korxonada (firmada) raqobat tahlilida “McKinsey 7S” tahlil modelini qo‘llash.....	51
5-MAVZU. NOMUKAMMAL RAQOBAT NAZARIYALARI	
5.1. Nomukammal rakobat turlari, amalga oshish sabablari.....	61
5.2. Differensiatsiyalashgan mahsulot.....	63
5.3. Ishlab chiqarishning monopolizatsiyasi muammosi.....	72
6-MAVZU. SAVDO SIYOSATI	
6.1. Tashqi iqtisodiy shartnomalar.....	80
6.2. Tashqi iqtisodiy shartnomalarning huquqiy tartibga solinishi.....	86
6.3. Tashqi savdo shartnomalari.....	88
7-MAVZU. DEMPING VA ANTIDEMPING	
7.1. Dempingning mohiyati va tashqi iqtisodiy siyosatdagi ahamiyati.....	92
7.2. Demping turlari.....	93
7.3. Dempingga qarshi bojlar.....	97

8- MAVZU. KOMPENSATSIYA MAJBURIYATLARI, UNDA QOCHISH	
8.1. JST me'yorlari.....	99
8.2. Qonuniy proteksionizm.....	106
8.3. Bozorni himoya qilishning maxsus choralari.....	108
9- MAVZU. STRATEGIK SAVDO SIYOSATI	
9.1. Xalqaro savdo siyosatida ikkita global tendensiya: proteksionizm va liberalizm.....	112
9.2. Tashqi iqtisodiy aloqalarning nazariy jihatlarini.....	115
9.3. Davlatning savdo-iqtisodiy aloqalari.....	118
10- MAVZU. IMTIYOZLI SAVDO SHARTNOMALARI	
10.1. Imtiyozli savdo shartnomalari.....	128
10.2. Erkin savdo zonasi.....	132
10.3. Integratsiyaning dinamik ta'siri.....	139
11- MAVZU. IMMIGRATSIYA	
11.1. Xalqaro savdoga immigratsiyaning ta'siri.....	143
11.2. Immigrantlarni qabul qiluvchi mamlakatlar.....	145
11.3. Migratsiya siyosati, ikki tomonlama tariflar, savdo siyosati.....	150
12- MAVZU. BREKSIT	
12.1. Breksit to'g'risidagi bitim loyihasi.....	154
12.2. Bitimning asosiy shartlari.....	156
12.3. Buyuk Britaniyada tovar va xizmatlar savdosining o'zgarishi.....	158
13- MAVZU. SAVDO VA DAROMADLAR TAQSIMOTI	
13.1. Mamlakatlarning turli xil ishlab chiqarish sharoitlari.....	161
13.2. Mamlakatlar o'rtasida tovarlar harakati.....	164
13.3. Ishlab chiqarish omillari nisbati nazariyasida ishchi kuchi va kapital harakati.....	167
14 -MAVZU. OFFSHORING	
14.1. McKinsey Global Instituti offshor biznesga yondashuvi..	171
14.2. Xalqaro offshoringli ishchi kuchi bozorida beqarorlikni o'sishiga ta'siri.....	174
14.3. Offshoringni mikro darajada biznesga ta'siri.....	178
15- MAVZU. RIVOJLANAYOTGAN MAMALAKATLAR MUAMMOLARI, AGROSANOAT	
15.1. Ochiq iqtisodiyotni asosiy ko'rsatkichlari.....	182
15.2. Davlat darajasida integratsion jarayonlarni ishlab chiquvchi va amalga oshiruvchi liderlarning siyosiy erkinligi.....	186

15.3. Rivojlanayotgan davlatlarda qishloq va suv xo‘jaligini boshqarish tizimini isloh qilish, oziq-ovqat xavfsizligini ta’minlash	188
16-MAVZU. MEHNAT STANDARTLARI	
16.1. Xalqaro mehnat tashkiloti.....	193
16.2. Jamoa shartnomalari.....	198
16.3. Jahon iqtisodiyotining o‘rishini ta’minlashda xalqaro mehnat standartlarining roli.....	200
Glossariy	206
Foydalanilgan adabiyotlar	211

Kirish

Raqobatbardoshlikka erishishning zamonaviy modellari iqtisodiyotni rivojlantirishning umumiy tusga ega va raqobat muhitini shakllantirish xususiyatlaridan iborat. Bu omillar quyidagilar: ishlab chiqarishning sifat nuqtayi nazaridan ahvoli va uning samaradorligi; xodimlarning ilmiy salohiyati, malakasi, ilmiy-texnik yutuqlari; asosiy raqobatbardosh tarmoqlarda turdosh va xizmat ko'rsatuvchi kichik tarmoqlar ahvoli; talab shartlari; korxonalar strategiyasi va tarkibi.

Raqobat muhitini shakllantirish uchun mahalliy mahsulotlarning ichki bozorda ham, tashqi bozorda ham yuqori raqobatbardoshligini ta'minlash muhim ahamiyatga ega. Bugungi kunda ishlab chiqarilgan, qayta ishlangan mahsulotlarni ichki va tashqi bozorlardagi ulushi salmog'i sezilarli bo'lsa-da, uni yanada oshirish imkoni mavjud. Bu esa ichki bozorni to'yintirish va eksportga yo'naltirilgan mahsulotlar raqobatbardoshligini oshirishga e'tibor qaratishni dolzarb qilib qo'yadi. Barqaror rivojlanishga erishish va milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirish ilg'or innovatsion iqtisodiyotga ega bo'lishni talab etadi. Bunga erishish uchun esa barcha tovar ishlab chiqaruvchilar uchun ichki bozorda teng raqobat imkoniyatlarini, ya'ni qulay makroiqtisodiy muhit yaratish, milliy ishlab chiqaruvchilarni tashqi bozorlarda qo'llab-quvvatlash, iqtisodiy taraqqiyotning bugungi bosqichida davlat milliy manfaatlaridan kelib chiqadigan va jahondagi vaziyatni hisobga oladigan uzoq muddatli raqobat siyosatini ishlab chiqishi lozim.

Qulay makroiqtisodiy muhit bilan mahsulotning raqobatbardoshligi o'rtasida barqaror o'zaro bog'liqlikning mavjudligi zamonaviy iqtisodiy nazariyaning asosiy qoidalariga mos keladi va ko'p sonli amaliy tadqiqotlar tomonidan isbotlangan. Mamlakat raqobatbardoshligining muhim ko'rsatkichlaridan biri – barqaror iqtisodiy o'sish va makroiqtisodiy muvozanatni ta'minlanishidir.

2017–2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishlari bo'yicha Harakatlar Strategiyasi qabul qilingan o'rta muddatli dasturlar asosida makroiqtisodiy muvozanatni saqlash, tarkibiy va institutsional o'zgartirishlarni chuqurlashtirish hisobiga yalpi ichki mahsulotning yuqori o'sish sur'atlarini ta'minlash ustuvor vazifa sifatida belgilanmoqda.

“2017–2021 yillarga mo‘ljallangan Harakatlar Strategiyasida tarkibiy o‘zgartirishlarni chuqurlashtirish, yetakchi tarmoqlarini modernizatsiya va diversifikatsiya qilish hisobiga milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirishda mineral xomashyo resurslarini chuqur qayta ishlash bo‘yicha umumiy qiymati qariyb 40 mlrd. dollarga teng bo‘lgan 649 ta investitsiyaviy loyihalarni amalga oshirishni ko‘zda tutuvchi tarmoq dasturlarini o‘z vaqtida amalga oshirish belgilanmoqda”¹

Demak, hozirgi kunda respublikamiz sanoat korxonalarini texnologik yangilash bilan bir qatorda, innovatsion jarayonlarni strategik boshqarish, raqobat muhitini shakllantirishni davom ettirilishini taqozo etmoqda. Bu esa, hozirgi iqtisodiyotning barcha sohalarida globallashtirish jarayonlarining jadallashuvi, mamlakatlar iqtisodiyotining integratsiyalashuvi hamda tovarlar bozorida raqobatning keskinlashuvi sharoitida yanada dolzarb masalaga aylanmoqda. Zamonaviy rivojlanish va uning yaqin kelajakdagi istiqbolining o‘ziga xos xususiyati shundaki, innovatsion jarayonlarni strategik boshqarish tobora zaruriy vositaga aylanib bormoqda. Bu tendensiya iqtisodiy rivojlangan mamlakatlarda ham, bozor islohotlari yaqinda amalga oshirilayotgan mamlakatlarda ham keng namoyon bo‘lmoqda.

Ushbu vazifalarni amalga oshirish ko‘p jihatdan iqtisodiyotda amal qiluvchi erkin raqobat muhitini yaratilishi va monopoliyaga qarshi siyosatning takomillashuv darajasiga uzviy bog‘liqdir. Bu esa iqtisodiyotda vujudga keladigan ayrim nomutanosibliklarni o‘z vaqtida va muvaffaqiyatli bartaraf etishda, hamda mamlakatda raqobat muhitini rivojlantirishda to‘siq bo‘la oladigan mavjud muammolarning aniqlanishi va hal qilinishini taqozo etadi. Hozirgi jadal iqtisodiy islohotlar davrida milliy xo‘jalikning samarali faoliyat yuritishi uchun erkin raqobat muhiti va monopoliyaga qarshi siyosat orqali makroiqtisodiy barqarorlikni ta‘minlash muhim ahamiyatga ega.

Shu sababli «Xalqaro raqobat siyosati» fani bo‘yicha ushbu o‘quv qo‘llanma milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirish va erkin raqobat muhitini yaratish negizini tashkil etuvchi hozirgi zamon

¹O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 7-fevraldagi PF-4947-sonli “2017–2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni.

raqobat nazariyalari, O‘zbekiston iqtisodiyotida raqobat muhitini shakllantirishning strategik maqsadlari va jahon bozoridagi raqobat usullaridan foydalanish mexanizmlariga bag‘ishlangan dolzarb o‘quv qo‘llanma hisoblanadi.

Ushbu o‘quv qo‘llanmada raqobat va monopoliya sohasidagi jarayonlarning faqatgina yuzaki, ko‘rinib turgan tomonlarigagina emas, balki ularning ichki mohiyati, ziddiyatlari va bog‘lanishlariga, bu jarayonlarning sabab va oqibatlariga alohida e‘tibor berildi. Ushbu o‘quv qo‘llanmada O‘zbekistonda bozor iqtisodiyotiga o‘tish davrida raqobat va monopoliya munosabatlari sohasidagi muammolar, ayniqsa, Prezidentimiz asarlarida, ma‘ruza va nutqlarida, qabul qilingan qonunlar va qarorlarda bayon etilgan tamoyillar, xususiyatlar ham qamrab olindi hamda nazariyani amaliyotga yaqinlashtirish maqsadida raqobat va monopoliya munosabatlari sohasining ko‘pgina umumiy qonun-qoidalari bevosita O‘zbekiston hayoti misolida yoritildi.

Asosiy iqtisodiy tushunchalarni soddaroq qilib, oddiy tilda, misollar, jadvallar, grafiklar asosida tushuntirishga harakat qilindi.

Ushbu o‘quv qo‘llanma yangi standart talablari bo‘yicha tuzilgan dastur asosida yozildi. O‘quv qo‘llanmada dasturdagi asosiy va zaruriy mavzular qamrab olingan. Lekin hajm cheklangan bo‘lganligi uchun ko‘pgina materiallar iloji boricha qisqartirib berildi. SHuning uchun o‘quv qo‘llanmada kamchilik va munozarali jihatlar ham bo‘lishi mumkin.

«Xalqaro raqobat siyosati» bo‘yicha mazkur o‘quv qo‘llanma yangi pedagogik va informatsion texnologiyalarni hisobga olgan holda tayyorlangan. Qo‘llanma birinchi navbatda magistrantlar uchun mo‘ljallangan bo‘lib, undan mustaqil izlanuvchilar, talabalar, malaka oshirish instituti tinglovchilari va milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirish muammolari bilan qiziquvchilar foydalanishlari mumkin.

Mualliflar o‘quv qo‘llanmaning tuzilishi, mazmuni, muammolarining bayon qilinish tartibi va uslubi bo‘yicha bildirilgan har qanday taklif-mulohazalarni minnatdorchilik bilan qabul qiladi va keyingi o‘quv qo‘llanma, darsliklar tayyorlashda hisobga oladi.

1-MAVZU. XALQARO RAQOBAT SIYOSATI FANIGA KIRISH

1.1. Raqobatning iqtisodiy mazmuni va shakllanishining asosiy tamoyillari

Raqobat-iqtisodiy kategoriya sifatida bozor iqtisodiyotining va umuman tovar xo'jaligining eng muhim belgisi, uni rivojlantirish vositasi, bozor mexanizmining asosiy tarkibiy qismlaridan biri hisoblanadi. Bozor iqtisodiyoti o'zining yetuklik darajasi va rivojlanish xususiyatlaridan qat'i nazar raqobatning mavjud bo'lishini taqozo etadi. Shu bilan birga, bozor iqtisodiyoti rivojlanib borishi bilan raqobatchilik munosabatlari ham takomillashib, o'z shakllarini o'zgartirib boradi.

Raqobat tushunchasi shu qadar serqirradi, uni qandaydir yagona umumiy ta'rif bilan qamrab olish mumkin emas. «Raqobat» tushunchasini aniqlashtirishning ba'zi bir nuqtayi nazarlariga to'xtalib o'tish maqsadga muvofiq hisoblanadi. Raqobat tushunchasi turli izohli lug'at va ma'lumotnomalarda turlicha ta'riflanadi. Jumladan, «Язык бизнеса» nomli lug'atda: «Raqobat (lotincha concurrere – to'qnashuv; inglizcha competition, rivalry) – bozorda ishtirok etayotgan korxonalar o'rtasidagi o'z mahsulotlarini sotishning eng qulay imkoniyatlarini ta'minlash, xaridorlarning turli-tuman ehtiyojlarini qondirish maqsadidagi o'zaro ta'sir, o'zaro aloqa va kurash iqtisodiy jarayonidir. Raqobat va monopoliya dialektik birlikni tashkil etib, doimo bozorda bir-birlariga qarama-qarshi turadilar»², deb ifodalangan. Bundan ko'rinadiki, raqobat nafaqat kurash, balki o'zaro ta'sir va aloqa jarayoni sifatida ham talqin etilgan.

Raqobat kurashi va uni harakatlantiruvchi kuchlar, monopoliyaga qarshi boshqaruv mexanizmlari haqida dastlabki to'laqonli nazariy qoidalar faqat XVIII asrning o'rtalariga kelib paydo bo'lgan. Bunda klassik siyosiy iqtisod vakillari sanalgan A.Smit va D.Rikardoning xizmatlari kattadir. Keyingi davrlarda F.Perru, A.Marshall, Dj.Keyns, V.Leontev, Y.Shumpeter, P.Sraffa, M.Porter, F.Kotler va boshqalarning mehnatlari tufayli raqobat nazariyasi yanada rivoj topdi. Raqobat mohiyatiga to'xtalar ekanmiz, uni asosan uch xil

² Язык бизнеса. Термины. Под ред. В.А.Чжена. Т.: ИПК «Шарк», 1995, с.216.

yondashuvga bo‘lish mumkin. Jumladan, xulq-atvor yondashuvi, strukturali yondashuv va funksional yondashuv.

Raqobatning xulq-atvor yondashuviga A.Smitning qarashlarini kiritish mumkin. U raqobatni bozor subyektlari o‘rtasida tovarlar xarid qilish va sotish borasida qulayroq sharoitlar uchun olib boriladigan, to‘g‘ri, halol, til biriktirishlarsiz kurash, musobaqa bilan bog‘lagan. U raqobat kurashining asosiy usuli deb narx o‘zgarishlarini bilgan. Bunda u jamoa irodasi (ixtiyori) bilan boshqarilmaydigan, umumiy mo‘ljallarga ega bo‘lmagan bozorda qat’iy xulq-atvor qoidalariga amal qilishini qayd etgan. Demak, raqobat – bozor qatnashchilari faoliyatini muvofiqlashtiruvchi aynan o‘sha «ko‘rinmas qo‘l»dir.

F.Perru raqobatni doimiy tahdidli harakat sifatida tushuntiradi. Inson o‘z manfaatini ko‘zlab qimmatroq sotib, arzon xarid qilishga intiladi. Shuning uchun raqobat bilan doimiy to‘qnashishga to‘g‘ri keladi.

Strukturali yondashuvda asosiy e‘tibor raqobatchilarning o‘zaro kurashidan bozor strukturasi, unda hukmronlik qiluvchi shart-sharoitlar tahliliga ko‘chib o‘tadi. Masalan, K.R. Makkonnell va S.L. Bryuning asarlarida aytib o‘tilishicha, raqobat bozorda ko‘p sonli mustaqil xaridor va sotuvchilar mavjudligi, xaridor va sotuvchilar uchun bozorga erkin kirish va undan chiqish imkoniyatidir.

Raqobat mohiyatini aniqlashga uchinchi yondashuvni funksional yondashuv sifatida tavsiflash mumkin. U raqobatning iqtisodiyotda o‘ynaydigan rolini ko‘rib chiqadi. Xususan, Y.SHumpeter iqtisodiy rivojlanish nazariyasi doirasida raqobatni eskilikning yangilik bilan raqiblik kurashi sifatida ta’riflagan. Yangiliklar kiritish bozor tomonidan shubha bilan qabul qilinadi, biroq agar novator ularni amalga oshirishning uddasidan chiqsa, raqobat mexanizmi eskirgan texnologiyalardan foydalanuvchi korxonalarni bozordan siqib chiqaradi.

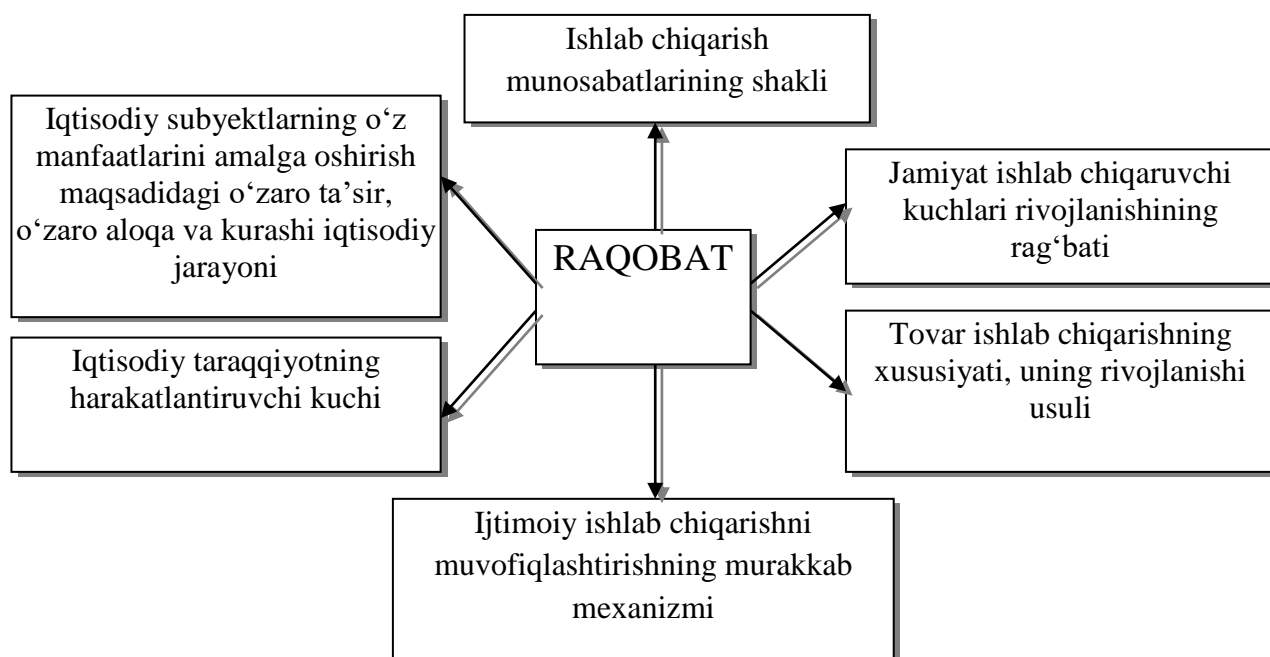
Bugungi kunda raqobat tushunchasining ko‘plab ta’riflari mavjud. Jumladan, Sh.Shodmonov, U.G‘afurovlar tomonidan tayyorlangan «Iqtisodiyot nazariyasi» darsligida raqobatga berilgan ta’rifda asosan ikki jihat: 1) uning iqtisodiy manfaatlar to‘qnashuvidan iborat ekanligi; 2) yuqori foyda va naflilikka ega bo‘lish uchun kurash ilgari suriladi, ya’ni:

Raqobat – bozor subyektlari iqtisodiy manfaatlarining to‘qnashishidan iborat bo‘lib, ular o‘rtasidagi yuqori foyda va ko‘proq nafillikka ega bo‘lish uchun kurashni anglatadi.

Bunda ishlab chiqaruvchilar o‘rtasida sarflangan xarajatlarning har bir birligi evaziga ko‘proq foyda olish uchun kurash boradi. Mana shu foyda orqasidan quvish natijasida tovarlarni sotish doiralari, ya’ni qulay bozorlar uchun, arzon xomashyo, energiya va arzon ishchi kuchi manbalari uchun ular orasida kurash boradi.³

Raqobat ko‘p qirrali iqtisodiy hodisa bo‘lib, u bozorning barcha subyektlari o‘rtasidagi murakkab munosabatlarni ifodalaydi va bozor subyektlari iqtisodiy manfaatlarining to‘qnashuvidan iborat bo‘ladi.

Umumiy tarzda, raqobatning mohiyatini ochib berishda muhim ahamiyat kasb etuvchi jihatlarni quyidagi chizma yordamida tasvirlash mumkin (1.1-rasm).



1.1-rasm. Raqobatning mohiyatini belgilab beruvchi asosiy jihatlar.

Har bir bozor o‘zining xususiyatlariga ega bo‘lishiga qaramay, raqobatning mohiyati uning tabiati va intensivligini ochib berish va baholash imkonini beruvchi yagona konsepsiya orqali ifodalanishi mumkin. Taniqli amerikalik olim M.E. Porterning tadqiqotlariga ko‘ra,

³ Shodmonov Sh.Sh., G‘afurov U.V. Iqtisodiyot nazariyasi. – T.: «Moliya», 2005, 159-b.

alohida bozordagi raqobatning holatini beshta raqobat kuchi orqali tavsiflash mumkin:

1. Raqobatlashuvchi sotuvchilar o'rtasidagi bellashuv (har bir firma raqobat afzalliklaridan foyda olish va qulay mavqega ega bo'lish uchun o'zining shaxsiy raqobat strategiyasiga amal qiladi).

2. Bir-birini o'rnini bosuvchi va narx nuqtayi nazaridan raqobatbardosh bo'lgan tovarlar o'rtasidagi raqobat (o'rnini bosuvchi tovarlar tomonidan yuzaga kelgan xavf tufayli vujudga kelgan raqobat kuchlari).

3. Yangi raqobatchilarning paydo bo'lish xavfi (yangi raqobatchilar paydo bo'lishi xavfi tufayli vujudga kelgan raqobat kuchlari).

4. Mol yetkazib beruvchilarning iqtisodiy imkoniyatlari va savdo qobiliyatlari (mol yetkazib beruvchilarning imkoniyatlari va savdo qobiliyatlari tufayli vujudga kelgan raqobat kuchlari).

5. Xaridorlarning iqtisodiy imkoniyatlari va savdo qobiliyatlari (xaridorlarning iqtisodiy imkoniyatlari va savdo qobiliyatlari tufayli vujudga kelgan raqobat kuchlari).⁴

Shunday qilib, raqobat ko'p qirrali iqtisodiy hodisa bo'lib, u bozorning barcha subyektlari o'rtasidagi murakkab munosabatlarni ifodalaydi va bozor subyektlari iqtisodiy manfaatlarining to'qnashuvidan iborat bo'lib, ular o'rtasidagi yuqori foyda va ko'proq naflilikka ega bo'lish uchun kurashni anglatadi.

1.2. Raqobat turlari va usullari

Raqobat kurashining mazmuni to'g'risida to'laroq tushunchaga ega bo'lish uchun uning asosiy shakllari va belgilarini ko'rib chiqish zarur. **O'z miqyosiga ko'ra** raqobat ikki turga – tarmoq ichidagi va tarmoqlararo raqobatga bo'linadi.

Tarmoq ichidagi raqobat tovar ishlab chiqarish va sotishning qulayroq sharoitiga ega bo'lish, qo'shimcha foyda olish uchun bir tarmoq korxonalari o'rtasida boradi. Har bir tarmoqdagi mavjud korxonalarining texnika bilan ta'minlanish va mehnat unumdorligi darajalari turlicha bo'lganligi sababli, ushbu korxonalarda ishlab chiqarilgan tovarlarning individual (alohida) qiymati bir xil bo'lmaydi.

⁴ Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран. М.: /пер. с англ. – Международные отношения, 1993, с.224.

Tarmoq ichidagi raqobat tovarlarning ijtimoiy qiymatini, boshqacha aytganda, bozor qiymatini aniqlaydi va belgilaydi. Bu qiymat, odatda o'rtacha sharoitda ishlab chiqarilgan va muayyan tarmoq tovarlarining ahamiyatli qismini tashkil etadigan tovarlarning qiymatiga mos keladi.

Tarmoq ichidagi raqobat natijasida texnika darajasi va mehnat unumdorligi yuqori bo'lgan korxonalar qo'shimcha foyda oladilar va aksincha, texnika jihatdan nochor korxonalar esa ishlab chiqarilgan tovar qiymatining bir qismini yo'qotadilar va zarar ko'radilar.

Tarmoqlararo raqobat turli tarmoqlar korxonalari o'rtasida eng yuqori foyda normasi olish uchun olib boriladigan kurashdan iborat. Bunday raqobat kapitallarning foyda normasi kam bo'lgan tarmoqlardan foyda normasi yuqori tarmoqlarga oqib o'tishiga sabab bo'ladi. Yangi kapitallar ko'proq foyda keltiruvchi sohalarga intilib, ishlab chiqarishning kengayishiga, taklif ko'payishiga olib keladi. Shu asosda, narxlar pasaya boshlaydi. Shuningdek, foyda normasi ham pasayadi. Kam foyda keltiruvchi tarmoqlardan kapitalning chiqib ketishi teskari natijaga olib keladi: bu yerda ishlab chiqarish hajmi o'zgaradi, tovarlarga bo'lgan talab ular taklif qilishidan oshib ketadi, buning oqibatida narxlar ko'tariladi, shu bilan birga foyda normasi oshadi. Natijada tarmoqlararo raqobat obyektiv ravishda qandaydir dinamik muvozanatni keltirib chiqaradi. Bu muvozanat kapital qayerga sarflanganligidan qat'i nazar, teng kapital uchun teng foyda olinishiga intilishni ta'minlaydi. Demak, tarmoqlararo raqobat kapital qaysi tarmoqqa kiritilmasin, xuddi shu tarmoq foyda normalarini o'rtacha foyda normasiga «baravarlishtiradi».

Iqtisodiy adabiyotlarda **bir tarmoq ichidagi raqobatning** to'rtta shakli alohida ajratib ko'rsatiladi. Bular sof raqobat, sof monopoliya, monopolistik raqobat va oligopoliyadir.

Sof raqobat sharoitida bir xil mahsulot ishlab chiqaruvchi tarmoqda juda ko'p sonli korxonalar mavjud bo'ladi. Yuqori darajada tashkil qilingan bozorda ko'plab sotuvchilar o'zlarining mahsulotlarini taklif qiladilar. Ayni paytda, ushbu mahsulotga xaridor va iste'molchilarining soni ham juda ko'p bo'ladi. Sof raqobatli bozorda alohida korxonalar mahsulot narxi ustidan nazorat o'rnata olmaydi yoki nazorat sezilarsiz darajada bo'ladi. Chunki har bir korxonada umumiy ishlab chiqarish hajmi uncha katta bo'lmaydi. Shu sababli

alohida korxonada ishlab chiqarishning ko'payishi yoki kamayishi umumiy taklifga, demak mahsulot narxiga sezilarli ta'sir ko'rsatmaydi. Sof raqobat sharoitida yangi korxonalar tarmoqqa erkin kirishi, tarmoqda mavjud bo'lgan korxonalar esa uni erkin tashlab chiqishi mumkin. Xususan, yangi korxonalarining paydo bo'lishi va ularning raqobatli bozorda mahsulotlarini sotishga huquqiy, texnologik, moliyaviy va boshqa jiddiy iqtisodiy to'siqlar bo'lmaydi.

Sof monopoliyada tarmoq bitta firmadan iborat bo'lganligi sababli, u mavjud mahsulot (xizmat)ning yagona ishlab chiqaruvchisi hisoblanadi va yakkahukmronlik shakllanadi. Monopoliya sharoitida firma narx ustidan sezilarli nazoratni amalga oshiradi. Buning sababi oddiy bo'lib, u mahsulot (xizmat)ning yagona ishlab chiqaruvchisi hisoblanadi va, demak, taklifning umumiy hajmi ustidan nazorat qiladi.

Monopolistik raqobat o'z ichiga ham monopoliya, ham raqobat unsurlarini oladi. Bunda tarmoqdagi bir turdagi mahsulotning o'nlab ishlab chiqaruvchilari bir-birlari bilan qulay narx hamda ishlab chiqarish hajmiga erishish borasida raqobatlashadilar. Biroq ayni paytda, har bir ishlab chiqaruvchi o'z mahsulotini tabaqalashtirish, ya'ni shu turdagi boshqa mahsulotlardan qaysi bir jihati (sifat darajasi, shakli, qadoqlanishi, sotish sharoitlari va h.k.) bo'yicha farqlantirish orqali uning monopol ishlab chiqaruvchisiga aylanadi.

Oligopoliya – tarmoqda u qadar ko'p bo'lmagan korxonalarining mavjud bo'lishi va hukmronlik qilishidir. Bu oligopoliyaning eng muhim belgisi bo'lib, qaysi tovarlar va xizmatlar bozorida nisbatan kam sonli ishlab chiqaruvchilar hukmronlik qilsa, shu tarmoq oligopolistik tarmoq hisoblanadi.

Oligopolistik tarmoq bir xil yoki tabaqalashgan mahsulot ishlab chiqarishi mumkin. Ko'pchilik sanoat mahsulotlari – po'lat, mis, alyuminiy, qo'rg'oshin, temir va shu kabilar fizik ma'noda bir turdagi mahsulotlar hisoblanadi va oligopoliya sharoitida ishlab chiqariladi. Iste'mol tovarlari – avtomobillar, kir yuvish vositalari, sigaretlar, maishiy elektr buyumlari va shu kabilarni ishlab chiqaruvchi tarmoqlar tabaqalashgan oligopoliya hisoblanadi.

Oligopoliya sharoitida korxonalar o'rtasidagi raqobat o'zaro bog'liq bo'ladi. Oligopolistik tarmoqda hech qaysi firma o'zining narx siyosatini mustaqil o'zgartirishga botina olmaydi.

Biz qarab chiqqan raqobatning to'rtta shaklining har biri milliy iqtisodiyotda alohida-alohida, ya'ni sof holda uchramaydi. Iqtisodiyot sohasini batafsil o'rganish, cheksiz ko'p har xil raqobatli vaziyatlar mavjudligi sharoitida, ikkita bir xil tarmoqni topish qiyinligini ko'rsatadi. Hozirda turli darajadagi monopolistik tuzilmalar rivojlanib borishi bilan ular o'rtasidagi raqobatning shakllari ham turli ko'rinishlarda namoyon bo'lib bormoqda. Jumladan, **turli monopol-lashuv darajasidagi tuzilmalar o'rtasida mavjud bo'lishiga ko'ra** quyidagi raqobat turlarini ajratib ko'rsatish mumkin:

- 1) monopollashmagan korxonalar o'rtasidagi raqobat;
- 2) monopoliyalar hamda monopolistik birlashmalarga kirmagan ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi raqobat;
- 3) turli monopoliyalar o'rtasidagi raqobat;
- 4) monopolistik birlashmalar ichidagi raqobat.

Shuningdek, iqtisodiy adabiyotlarda **g'irrom va halol raqobatlashuv** usullari ham ajratib ko'rsatiladi. **Raqobatlashuvning noan'anaviy, jamiyat tomonidan e'tirof etilmagan, ijtimoiy axloq qoidalari doirasidan chetga chiquvchi, noiqtisodiy (ya'ni, jismoniy kuch ishlatish, majburlash, raqiblarning obro'siga putur yetkazish va h.k.) usullaridan foydalanish g'irrom raqobat deb yuritiladi.** G'irrom raqobat orqali firmalar o'z raqiblarining tarmoqqa kirib kelishini tajovuzkorona va shafqatsiz bartaraf qilishi mumkin. Banklarni, moddiy resurs ta'minotchilarini kredit va materiallar yetkazib berishdan voz kechishga majburlash, yetakchi mutaxassislarni og'dirib olish, narxni keskin pasaytirish g'irrom raqobatning oddiy usullaridir.

Halol raqobat – raqobat kurashida jamiyat tomonidan tan olingan iqtisodiy usullarni qo'llash, o'zining maqsad va manfaatlariga erishishda umumjamiyat manfaatlariga zid keluvchi holatlarni qo'llamaslik kabi qoidalarga asoslanadi. Shu o'rinda halol raqobatning quyidagi belgilarini ham ko'rsatib o'tish maqsadga muvofiq hisoblanadi:

- qalbaki bellashuv, majburiy safarbarlikni tan olmaydi;
- boqimandalik, befarqlik, yuzakichilik, ko'zbo'yamachilik kabi salbiy holatlarga barham beradi;

- qarindosh-urug‘chilikni, oshna-og‘aynigarchilikni, tanish-bilishlikni, ma’muriy-buyruqbozlikni tan olmaydi⁵.

Raqobat kurashining ikki usuli farqlanadi: narx vositasidagi raqobat va narxsiz raqobat.

Narx vositasida raqobatlashuvda kurashning asosiy usuli bo‘lib ishlab chiqaruvchilarning o‘z tovarlari narxini boshqa ishlab chiqaruvchilarning shunday mahsulotlari narxiga nisbatan pasaytirishi hisoblanadi. Uning asosiy va eng ko‘p qo‘llaniladigan ko‘rinishi – «narxlar jangi» deb ataladiki, bunda yirik ishlab chiqaruvchilar raqiblarini tarmoqdan siqib chiqarish uchun narxni vaqti-vaqti bilan yoki uzoq muddat pasaytirib turadi. Bu usulni qo‘llash uchun ishlab chiqaruvchi boshqa raqiblariga qaraganda unumliroq texnologiyani kiritishi, malakaliroq ishchilarni yollashi va ishlab chiqarishni yaxshiroq tashkil qilishi kerak bo‘ladi. Faqat shundagina uning tovarining individual qiymati bozor qiymatidan past bo‘lib, mazkur tovar narxini pasaytirish imkonini beradi.

Narx vositasida raqobatlashish usullaridan biri – **demping narxlarni qo‘llashdir**. Bunda milliy ishlab chiqaruvchilar o‘zlarining tovarlarini boshqa mamlakatlarga ichki bozordagi narxlardan, ayrim hollarda tannarxidan ham past bo‘lgan narxlarda sotadi. Shu orqali ular ichki bozorda narxlarning barqarorligiga erishish mamlakatdagi ortiqcha mahsulotni yo‘qotish, yangi bozorlarga kirib olish va unda o‘zlarining iqtisodiy mavqeyini mustahkamlashga harakat qiladi.

Ayrim hollarda narx yordamida raqobatlashishning belgilangan narxlardan chegirma qilish, asosiy xarid qilingan tovarlarga boshqa tovarlarini qo‘shib berish, muayyan hollarda imtiyozli narxlarni belgilash kabi usullaridan ham foydalaniladi.

Hozirgi davrda bozor iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda narx yordamida raqobat qilish o‘z o‘rniga ega emas, chunki ishlab chiqaruvchilardan birining o‘z mahsuloti narxini pasaytirishi uning raqobatchilarining ham shunday harakat qilishiga olib keladi. Natijada firmalarning bozordagi mavqeyi o‘zgarmay, faqat tarmoq bo‘yicha foyda hajmini kamaytiradi.

⁵ Abdullayev Y. Bozor iqtisodiyoti asoslari: 100 savol va javob. – T.: «Mehnat», 1997, 58-59-b.

Narxsiz raqobat shu bilan tavsiflanadiki, bunda raqobat kurashining asosiy omili tovarlarning narxi emas, balki uning sifati, servis xizmat ko'rsatish, ishlab chiqaruvchi firmaning obro'-e'tibori hisoblanadi. Narxsiz raqobat bilan bir vaqtda **yashirin narx yordamidagi raqobat** ham bo'lishi mumkin. Bunday holatda yangi tovarlar sifatining oshishi va iste'mol xususiyatlarining yaxshilanishi ular narxlarining oshishiga qaraganda tez ro'y beradi. Hozirgi davrda bir turdagi mahsulotlarning ko'payishi ularni sotishni rag'batlantiruvchi reklama, tovar belgilari va fabrika muhrlaridan foydalanishni keltirib chiqarmoqda. Iste'mol bozorlarida qo'shimcha xizmat ko'rsatish orqali xaridorlarni o'ziga jalb qilish keng tarqalmoqda.

Narxsiz raqobatning tovar sifatini tabaqalashtirish kabi usuli ham mavjudki, bunda tovarlar bir xildagi ehtiyojni qondirishi va bir turga mansub bo'lishi, lekin turli-tuman iste'mol xossalariga ega bo'lishi mumkin.

Tovarlar talabga nisbatan ortiqcha bo'lgan sharoitda ishlab chiqaruvchilar tovarlarini kreditga sotish usulidan foydalanib raqiblaridan ustun kelishlari mumkin. Bunda dastlab, tovar narxining faqat bir qismi to'lanadi, uning qolgan qismi esa shartnomada kelishilgan aniq muddatlarda to'lanadi.

Fan-texnika taraqqiyoti avj olgan hozirgi sharoitda, **texnika va texnologiyaning eng yangi yutuqlari ustidan nazorat qilish** uchun kurash raqobatning asosiy usullaridan biriga aylanib bormoqda. Bundan tashqari, ishlab chiqaruvchi korxonalar xaridorlarni jalb qilish maqsadida uzoq muddat foydalaniladigan iste'mol tovarlariga kafolatli va kafolatdan keyingi xizmat ko'rsatishni amalga oshirmoqdalar. Masalan, kompyuter ishlab chiqaruvchi firma o'z mahsulotini shunchaki sotish bilan cheklanmasdan, balki uni o'rnatib berish, korxonada xodimlarini kompyuterdan foydalanishga o'rgatish, kafolatlangan muddatda va undan keyingi davrda ta'mir ishlarini bajarish, texnikaviy xizmat ko'rsatish kabilarni ham amalga oshiradi; mahsulot xossa va o'lchamlarini buyurtmachi ehtiyojlariga yaqinlashtiradi.

Narxsiz raqobat usullari ichida **marketing** muhim ahamiyatga ega bo'lib, u mahsulot ishlab chiqarish va sotish jarayonini talabga moslashtiruvchi tadbirlar tizimidan iborat. Bozor iqtisodiyoti

sharoitida talabni yaxshi o'rgangan va iste'molchilar ehtiyojlarini to'laroq qondira oladigan korxonalar har doim raqobat kurashida yutib chiqadi.

Yirik ishlab chiqaruvchilar bozordagi vaziyatni o'zgartirish uchun o'zlarining ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalanishni kamaytirib tovar taklifini qisqartiradilar. Shu sababli iqtisodiy beqarorlik davrlarida ham narx barqarorligicha qolaveradi. Shunday qilib, monopoliyalar hukmron bo'lgan sharoitda narxsiz raqobat muhim o'rin tutadi. Buning sababi shundaki, birinchidan, monopoliyalar tovar sifatini oshirish, iste'molchilarga xizmat ko'rsatishni yaxshilash yo'li bilan sotiladigan tovar hajmini ko'paytirishi mumkin. Ikkinchidan, ular moliyaviy jihatdan kuchli bo'lganligi sababli mahsulotini yangilash, ishlab chiqarishni qayta jihozlash va reklamaga zarur bo'lgan mablag'ni sarflay oladilar.

1.3. Rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlarda raqobat siyosati

Dunyo mamlakatlari iqtisodiy rivojlanishning qaysi modelini tanlamasin mamlakat iqtisodiyotining jahon xo'jaligidagi o'rni uning raqobatbardoshlik darajasi bilan belgilanadi. Xalqaro raqobat texnik taraqqiyotning eng muhim omili hisoblanadi va uning ta'sirida ishlab chiqarish, boshqaruv texnologiyalarining doimiy yangilanib borish jarayoni davom etadi, ishlab chiqarilayotgan mahsulot yangilanadi va sifati oshib boradi. Jahon iqtisodiyotining barqaror rivojlanish sur'atlarini ta'minlash, xalqaro raqobatni vujudga keltirishning muhim sharti dunyo mamlakatlari iqtisodiyotining ochiqligi bilan belgilanadi. Jahon tajribasining ko'rsatishicha, tashqi dunyoga nisbatan yopiqlik, albatta, inqirozga olib keladi. Mamlakat iqtisodiyotining xalqaro mehnat taqsimotiga integratsiyalash darajasi – bu iqtisodiyotning ochiqlik ko'rsatkichidir.

Globalashuv davrida ochiq iqtisodiyotga ega mamlakatlarning rivojlanishi xalqaro iqtisodiy munosabatlarning turli shakllaridan foydalanishning intensivligiga bog'liq bo'lib, xalqaro iqtisodiy munosabatlarning har bir yo'nalishi mamlakat raqobatbardoshligini ta'minlashda alohida o'rin egallaydi. Jahon iqtisodiyoti rivojlanishining hozirgi bosqichida xalqaro darajadagi raqobat

muhitiga moslashish va raqobatbardoshlikni ta'minlash jarayoni har bir mamlakat iqtisodiyoti oldida turgan muhim vazifalardan biri hisoblanadi.

XX asrning ikkinchi yarmidan boshlab, dunyo mamlakatlarida raqobatbardoshlikning shart-sharoitlari va omillarini tadqiq etish bilan bog'liq ilmiy-uslubiy yondashuvlarni o'zida aks ettirgan adabiyotlarni yaratishga e'tibor kuchaydi. "Bu borada amerikalik olimlar M.Porter, P.Krugmanlar tomonidan mamlakatning xalqaro raqobatbardoshlik darajasini tavsiflovchi mezonlar va ko'rsatkichlar aniqlashga nisbatan qator ilmiy yondashuvlar amalga oshirildi".⁶

"Shu bilan birga raqobatbardoshlikning xalqaro darajasini shakllanish va rivojlanish jarayoniga doir qator tadqiqotlar MDH iqtisodchi olimlaridan G.L.Azoev, A.P.Chelenkov, R.A.Fatxutdinov va boshqalar tomonidan olib borilgan"⁷.

Qayd etib o'tilganidek, iqtisodiyotning ochiqligi xalqaro raqobatning muhim sharti hisoblanadi. Mamlakatlarning raqobatbardoshligi qanday aniqlanadi va u nimalarga bog'liq? Nima sababdan ba'zi mamlakatlar raqobat jihatdan boshqa mamlakatlarga nisbatan ilgari ketgan? Raqobatbardoshlik tushunchasiga iqtisodiy adabiyotda "firmalarning mavjud sharoitda raqobatchilariga nisbatan baho va bahosiz tavsifiga ko'ra tovarlarni loyihalashtirishi, tayyorlash va sotish borasidagi real va potensial imkoniyatlaridir", deya ta'rif beriladi.

XX asrning 90-yillarida amerikalik iqtisodchi Garvard universiteti biznes maktabi vakili Maykl Porter "Mamlakatlarning raqobat afzalliklari" nomli kitobida xalqaro raqobatning zamonaviy muammolarini tahlil etdi. M. Porter fikricha, mamlakatning raqobatbardoshligini uning milliy kompaniyalari ta'minlab beradi, shuning uchun dastlab mamlakat raqobatbardoshligini emas, balki milliy kompaniyalar raqobatbardoshligini tahlil etish lozim. U mamlakat kompaniyalarining muvaffaqiyatini ta'minlab beradigan

⁶ M.E.Porter. The Competitive Advantage of Nations. – Free Press; 1 edition (Jun 1 1998). – 896 p.
П.Р.Кругман, Обстфельд М. Международная экономика: Теория и политика – М.: Экон. Фак. Моск.гос. ун-та: ЮНИТИ, 1997. 769 с.

⁷ Г.Л.Азоев, А.П. Челенков Конкурентные преимущества фирмы. - М.: ОАО «Типография «Новости», 2000. - 256 с.

Р.А.Фатхутдинов Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: Инфра-М, 2000. – 312 с

qulay muhitni yaratish quyidagi to'rtta muhim ko'rsatkichga bog'liqligini ta'kidlaydi:

- ishlab chiqarish omillari bilan ta'minlanganlik;
- talab ko'rsatkichlari;
- yaqin va xizmat ko'rsatuvchi (yordam beruvchi) tarmoqlar;
- raqobat muhiti va firma strategiyasi.

Ushbu muhit doirasidagi milliy kompaniyalarning samarali faoliyati mamlakatning raqobatbardoshlik reytingini belgilab beradi. Mutaxassislar mamlakatning raqobatbardoshligini aniqlash uchun 340 dan ortiq ko'rsatkichlar va 100 dan ortiq usullardan foydalanishadi. Mamlakatning raqobatbardoshligini aniqlashda quyidagilar asosiy omillar sifatida xizmat qiladi:

- iqtisodiy salohiyat va iqtisodiyotning o'sish sur'atlari;
- sanoat ishlab chiqarishning samaradorligi;
- ilmiy-texnik taraqqiyotning rivojlanish darajasi va uni o'zlashtirish sur'atlari;
- xalqaro mehnat taqsimotida qatnashish;
- ichki bozor hajmi va dinamikasi;
- iqtisodiyotda davlatning roli;
- moliya tizimining egiluvchanligi;
- mehnat resurslari bilan ta'minlanganlik va malaka darajasi;
- ichki siyosiy va ijtimoiy-iqtisodiy holat;
- iqtisodiyotning jahon talabiga moslashish darajasi va qobiliyati.

Shveysariyaning Lozanna shahrida joylashgan Menejmentni rivojlantirish xalqaro instituti (International Institute of Management Development, IMD) har yili dunyoning yetakchi 47 mamlakatiga raqobatbardoshlik nuqtayi nazaridan baho beradi. Tahlillar 287 mezon bo'yicha guruhlangan 8 ta omil bo'yicha amalga oshiriladi:

- milliy iqtisodiyot tavsifi;
- YAIM hajmi, investitsiyalar va jamg'armalar hajmi, pirovard iste'mol darajasi, aholi turmush darajasi, iqtisodiyotning amal qilish samaradorligi darajasi;
- iqtisodiyotning baynalmilallashuv darajasi;
- siyosiy tizimning barqarorligi;
- moliya tizimi;
- infratuzilma;
- boshqaruvning samaradorligi;

- fan va texnologiyalarning rivojlanish darajasi;
- mehnat resurslarining tavsifi.

Mamlakatlar raqobatbardoshligini tahlil etuvchi xalqaro tadqiqotlardan biri — bu Jahon iqtisodiy forumining (**World Economic Forum, WEE**) metodikasi hisoblanadi. Tadqiqot jarayonida mamlakatning iqtisodiy o‘rishini baholashda o‘rta va uzoq muddatli rivojlanish dinamikasini tavsiflovchi muhim makro va mikroiqtisodiy ko‘rsatkichlar asosida raqobatbardoshlikning agregat indeksleri hisoblanadi. Ushbu metodika 30 yildan buyon qo‘llaniladi va uning natijalari Jahon iqtisodiy forumining Global raqobatbardoshlik to‘g‘risidagi (**The Global Competitiveness Report**) ma‘ruzasida chop etiladi.

Mamlakatda amal qiladigan iqtisodiy tizim va mamlakatning iqtisodiy rivojlanganlik darajasi xalqaro darajada iqtisodiyot raqobatbardoshligini ta‘minlash omillaridan samarali foydalanish imkoniyatlarini shakllantirish uchun xizmat qiladi. Shu sababli, rivojlangan, rivojlanayotgan, qoloq mamlakatlar iqtisodiyoti uchun raqobatbardoshlikni ta‘minlash omillari turli ahamiyat kasb etadi. Ushbu jarayonni quyidagi guruhlash orqali ko‘rish mumkin:

I. Rivojlangan mamlakatlar iqtisodiyotida raqobatbardoshlikni ta‘minlash omillari:

- texnik va texnologik taraqqiyotning yuqori darajasi;
- ishlab chiqarish jarayonining ilmiy va innovatsion rivojlanishi;
- aholining savodxonlik va salomatlik darajasining yuqori sur‘atlari;
- iqtisodiy faoliyat subyektlarining axborot-kommunikatsiya tizimi orqali yuqori integratsiyalashuvi;
- bozor infratuzilmasining sifati va samaradorlik darajasining yuqoriligi;
- ichki bozor sig‘imining yuqori darajasi;
- qulay investitsion va innovatsion muhitning yuqori sur‘atlari va boshqalar.

II. Rivojlanayotgan mamlakatlar iqtisodiyotida raqobatbardoshlikni ta‘minlash omillari:

- ishchi kuchi sur‘atining yuqori darajasi;
- kapital samaradorligining yuqori sur‘ati;
- tabiiy resurs salohiyatining yuqori darajada o‘zlashtirilishi;

- mehnat sig‘imi va samaradorligining ortib borishi;
- iqtisodiyotning tarmoq va sohalarida yuqori o‘shish sur‘atlarining texnik va texnologik taraqqiyot darajasiga bog‘liqligi;
- investitsion muhitning yuqori darajasi va boshqalar.

III. Qoloq mamlakatlarda raqobatbardoshlikni ta‘minlash omillari:

- mehnat resurslarining yuqori darajasi;
- o‘zlashtirilmagan tabiiy resurs salohiyati va boshqalar.

Yuqoridagilar bilan bir qatorda milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligining ortishi quyidagi shart-sharoitlarni taqozo etadi:

- milliy iqtisodiyotning ochiqlik darajasi;
- eksport diversifikatsiyasi;
- makroiqtisodiy va siyosiy barqarorlik holati;
- ishbilarmonlik muhitini;
- iqtisodiy faoliyat subyektlarining bozor kuchlari ta‘siri ostidagi xatti-harakati va boshqalar.

Zamonaviy globallashuv jarayoni avvalgi integratsiya jarayonlaridan ma‘lum qadar farq qiladi. Eng avvalo, bu juda ko‘p mamlakatlarning savdo, moliya, investitsiya va axborotlar uchun o‘z chegaralarini ochishida ko‘rinadi. Nafaqat rivojlangan mamlakatlar, balki rivojlanayotgan mamlakatlar ham o‘z iqtisodiyotlarida umumjahon tamoyillariga muvofiq ravishda islohotlar o‘tkazmoqdalar. Zamonaviy axborot texnologiyalari ishlab chiqaruvchilar bilan iste‘molchilar o‘rtasida jismoniy munosabatlar zaruriyatini kamaytirdi va avval xalqaro bozorlarda sotishning iloji bo‘lmagan ba‘zi xizmatlarni savdo obyektiga aylantirishga imkon berdi. Bunda tovar va xizmatlar aylanmasi bo‘yicha xarajatlar ancha qisqardi.

Zamonaviy dunyoda mamlakatlarning tutgan o‘rni, bugungi kunda, eng avvalo inson kapitalining sifati, ta‘lim holati va ishlab chiqarishda fan va texnikadan foydalanish darajasi bilan belgilanadi. Ishchi kuchi va xomashyo resurslarining seroblighi hozirgi kunda raqobat afzalligi sifatida ko‘rilmaydi, chunki mahsulot tannarxining yaratilishida bu omillarning ulushi kamayib bormoqda. Investitsiya jarayonlari va hodisalarining o‘shib borayotgan o‘zaro bog‘liqligi sifatida e‘tirof etiladigan globallashuv natijasida, nafaqat o‘zaro, balki davlat bilan teng asoslarda birgalikda harakat qiluvchi jahon kapitali, xalqaro korporatsiyalar, xalqaro investitsiya institutlari, transmilliy boshqaruv

tuzilmalari bosimi ostida sekin-asta milliy davlat suvereniteti yemirilib boradi.

Globallashuvning bu jihati mazkur jarayonning hozirgi zamon bosqichi uchun ayniqsa xos. Nafaqat rivojlanish darajasi, balki jahon xo‘jaligi va xalqaro mehnat taqsimotiga (XMT) jalb etilganlik darajasi bo‘yicha ham turlicha bo‘lgan tizimlarning o‘zaro ta’siri jahon xo‘jaligining eng muhim muammosi hisoblanadi. Hozirgi zamon jahon iqtisodiyotining o‘ziga xos xususiyati — integratsiya, buning ustiga umumiy, ya’ni kapital, ishlab chiqarish, mehnat integratsiyasi. So‘nggi yillarda integratsiya yangi mamlakat va mintaqalarni qamrab oldi va quyidagi yo‘nalishlar bo‘yicha rivojlanmoqda:

- ishlab chiqarish kuchlarining baynalmilallashuvi;
- xalqaro mehnat taqsimotining baynalmilallashuvi;
- moddiylashgan tovarlar bo‘yicha an’anaviy xalqaro savdo xususiyatining sifat o‘zgarishi va ko‘lamining kengayishi;
- turli mamlakatlarda iqtisodiy faoliyatning chatishib ketishi va o‘zaro bog‘liqligini ta’minlovchi moliyaviy va ishlab chiqarish resurslarining xalqaro miqyosda ko‘chib yurishi;
- xizmat ko‘rsatish sohasining rivojlanishi;
- ilmiy-texnik bilimlar bilan xalqaro almashinuv;
- ishchi kuchining xalqaro migratsiyasi;
- zamon talablaridagi global muammolar (tabiatni muhofaza qilish, Dunyo okeani, kosmosni o‘zlashtirish, rivojlanayotgan mamlakatlarning och aholisiga yordam ko‘rsatish va boshqalar)ni hal etishga yo‘naltirilgan xalqaro hamkorlik. Integratsiya iqtisodiy rivojlanish darajasi bo‘yicha yaqin bo‘lgan milliy xo‘jaliklarning barqaror iqtisodiy munosabatlari va mehnat taqsimoti rivojlanishining obyektiv jarayonidir. Tashqi iqtisodiy ayirboshlash va ishlab chiqarish sohasini qamrab olgan holda, u milliy xo‘jaliklarning zich chatishib ketishi, mintaqaviy xo‘jalik majmualarining yaratilishiga olib keladi.

Nazorat uchun savollar

1. Raqobat tushunchasi va u qaysi subyektlar o‘rtasida amalga oshirishini tushuntirib bering.

2. Raqobat nazariyasiga qaysi yirik iqtisodchi olimlar tomonidan asos solingan?

3. Raqobat turlari va uullarini tushuntirib bering.

4. Narxsiz raqobat usullari ichida marketingning muhim ahamiyatini tushuntirib bering.

5. Mamlakatlar raqobatbardoshligini baholash qanday omillarga asoslanadi?

6. Rivojlangan mamlakatlar iqtisodiyotida raqobatbardoshlikni ta'minlash qanday omillarga bog'liq?

7. Rivojlanayotgan mamlakatlar iqtisodiyotida raqobatbardoshlikni ta'minlash qanday omillarga bog'liq?

8. Qoloq mamlakatlar iqtisodiyotida raqobatbardoshlikni ta'minlash qanday omillarga bog'liq?

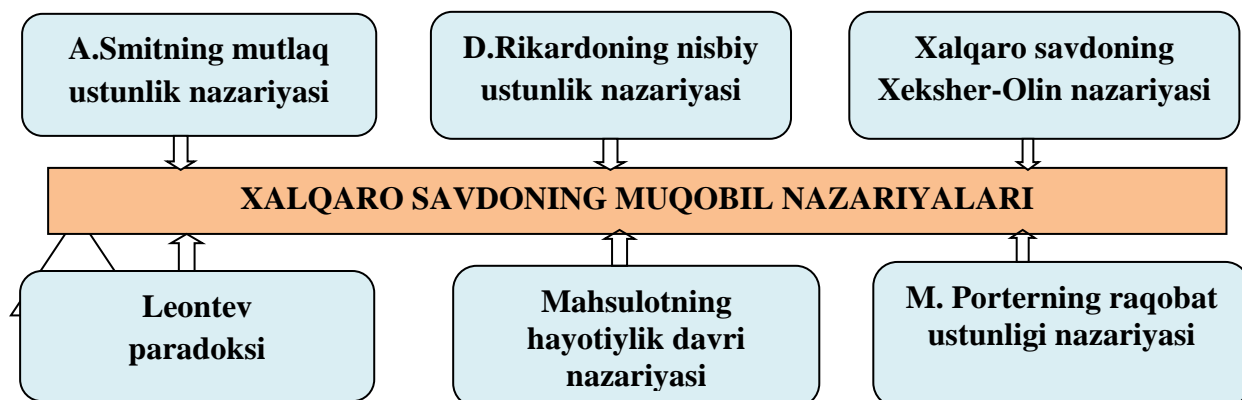
2-MAVZU. RIKARDO MODELI

2.1. Xalqaro savdo nazariyalari

Jahon bozoriga nima asos bo'lgan? XVIII asrga kadar olimlar bu savolga javobni tabiat in'omlarining turli mamlakatlar va xalqlar o'rtasida notekis taqsimlanganligi bilangina bog'lar edi. Mulohaza yuritish mantiqi oddiy edi: agar bir mamlakatda marmar koni, boshqasida esa oltin koni bo'lsa, ularning qirollari oltin tojda marmar koplangan saroyda o'tirishlari uchun bu mamlakatlar bir-biri bilan savdo qilib, marmarni oltinga ayirboshlashi kerak.

Milliy xo'jaliklarning xalqaro iqtisodiy munosabatlar tizimida ishtirok etishi, ularning shakllari va samaradorlik darajasi kabi muammolarning uzoq davr mobaynida turli olimlar tomonidan tadqiq etilishi bu boradagi turlicha nazariyalarning shakllanishiga olib keldi. Bu nazariyalar orasida eng avvalo mamlakatlarning xalqaro mehnat taqsimoti va ixtisoslashuvda ishtirok etishi zarurligini nazariy jihatdan asoslab beruvchi mutlaq va qiyosiy (nisbiy) ustunlik nazariyalari muhim ahamiyat kasb etadi.

Adam Smit bilish sari yangi qadam tashlab, "mutlaq ustunlik" tushunchasini kiritdi. "Mutloq ustunlik" har qaysi mamlakatda shunday tovar mavjudki, xarajatlar birligiga hisoblaganda u boshka mamlakatlarga qaraganda ko'proq ishlab chiqarishi mumkin bo'lgan vaziyatdir. (1-rasm)



1-rasm. Xalqaro savdning muqobil nazariyalari.⁸

⁸[https://www.cbo.gov/publication/14657 CRS TPP1](https://www.cbo.gov/publication/14657%20CRS%20TPP1)

Mutlaq ustunlik — bu xalqaro savdoning afzalligini tushuntiruvchi, har bir mamlakatda shunday tovar borki, bunda bir birlik xarajat bilan boshqa davlatlarga nisbatan ko‘proq tovar ishlab chiqarishi mumkin bo‘lgan tamoyildir.

A.Smitning “**Mutlaq ustunlik nazariyasi**” bo‘yicha har bir mamlakat o‘zida boshqalarga qaraganda arzonga tushgan, ya’ni kam mehnat sarflangan tovarni eksport qilib, ularga nisbatan ko‘p sarf talab qiladigan tovarlarni import qilish foydalidir.

D.Rikardo “**Qiyosiy ustunlik nazariyasi**”da o‘zaro foydali savdo va xalqaro ixtisoslashuvning ancha umumiy tamoyillarini shakllantirib, A.Smitning qarashlarini takomillashtirgan holda «qiyosiy ustunlik» nazariyasini ishlab chiqdi. U mazkur nazariya yordamida, hatto barcha mahsulotlarni ishlab chiqarishda ayrim mamlakatning mutlaq ustunligi mavjudligida ham o‘zaro foydali savdoning nafaqat mumkinligini, balki zarurligini isbotlab berdi. Bu mamlakat nisbatan past samarali mahsulotni ishlab chiqarishdan voz kechib, nisbatan yuqori samarali mahsulotni ishlab chiqarishga o‘tish orqali ishlab chiqarish hajmini oshirishi mumkin.

Iqtisodiy nazariyada xalqaro ixtisoslashuvning ustunliklarini asoslash Rikardoning klassik sxemasi bilan cheklanmagan. XX asrda xalqaro ixtisoslashuvning qonuniyatlarini ko‘plab iqtisodchilar, jumladan, E.Xeksher, B.Olin, P.Samuelson, J.Keyns, V.Leontev, G.Xaberler va boshqalar tomonidan tadqiq qilindi. Jumladan, iqtisodiy adabiyotlarda **Xeksher-Olin-Samuelson modeli** deb yuritiluvchi model alohida ahamiyat kasb etadi. Bu model asoschilari E.Xeksher va B.Olin xalqaro tovar oqimlarining yo‘nalish va tarkibiy tuzilishi qay tarzda belgilanishi to‘g‘risidagi zamonaviy tasavvurlarni ishlab chiqdilar. P.Samuelson esa mazkur fikrlarni amaliy jihatdan ifodalovchi matematik shartlarni ochib berdi. Mazkur model asosida **ishlab chiqarish omillari nisbati nazariyasi** yotadi.

Ma’lumki, turli mamlakatlar ishlab chiqarish omillari – ishchi kuchi, yer va kapital bilan turli darajada ta’minlanganlar. Agar mamlakat faqat qandaydir bitta omil bilan yetarli darajada ta’minlangan bo‘lsa, bu mamlakatda shunday omil sig‘imi katta bo‘lgan tovarlarni ishlab chiqarish arzonga tushadi. Bu mamlakat uchun ularni ishlab chiqarish va eksport qilish nisbatan foydali hisoblanadi.

1954-yili amerikalik iqtisodchi V.Leontevning maqolasi e'lon qililib, unda o'sha davrda kapital ortiqchaligiga ega bo'lgan mamlakat hisoblanuvchi AQSH eksporti va importida mehnat va kapital to'liq sarfining hisob-kitobi asosida Xeksher-Olin nazariyasini tekshirishga urinib ko'rilgan. Bunda AQSH kapital sig'imi yuqori bo'lgan tovarlarni eksport qilib, mehnat sig'imi yuqori bo'lgan tovarlarni esa import qilishi taxmin qilinar edi. Natija teskari bo'lib chiqib, **Leontev paradoksi** degan nom oldi. Ma'lum bo'ldiki, AQSHdagi kapitalning nisbiy ortiqchaligi Amerika tashqi savdosiga ta'sir ko'rsatmaydi. AQSH ko'proq mehnat sig'imi yuqori, kapital sig'imi esa past bo'lgan tovarlarni eksport qilar ekan. V.Leontev Amerikadagi mehnatning yuqori unumdorligi amerikalik ishchilarning nisbatan yuqori malakasi bilan bog'liqligini ta'kidlab, bu yerdagi mehnatning xorijdagi mehnat bilan nisbati 1:3 ekvivalentlikda ekanligini ko'rsatdi. Bu esa ishchi kuchi malakasi modelining paydo bo'lishiga olib keldi.

Ishchi kuchi malakasi modeliga ko'ra, ishlab chiqarishda uchta emas, balki to'rtta: malakali ishchi kuchi, malakasiz ishchi kuchi, kapital va yer ishtirok etadi. Kasbiy mahoratga ega bo'lgan xodimlar va yuqori malakali ishchi kuchining nisbatan ko'pligi malakali mehnatning katta miqdorini taqozo etuvchi tovarlarning eksport qilinishiga olib keladi. Malakasiz ishchi kuchining ko'pligi esa ishlab chiqarishda yuqori malaka talab etilmaydigan tovarlarning eksportiga imkon yaratadi.

Xalqaro mehnat taqsimoti neoklassik nazariyalari o'rtasida amerikalik iqtisodchi **G.Xaberlarning muqobil xarajatlar modeli** yetakchi o'rin tutadi. U har bir mamlakat uchun barcha resurs va eng yaxshi texnologiyalardan foydalangan holda ikki turdagi tovarni qanday nisbatda ishlab chiqara olishi mumkinligini ko'rsatuvchi ishlab chiqarish imkoniyatlari egri chizig'idan foydalanishni taklif etadi. Bu qarashlarga ko'ra, har bir mamlakat boshqa mamlakatlarga taqqoslaganda yuqori texnologiyaga ega bo'lgan tarmoqlardagi mahsulotlarni eksport qiladi. Keyinchalik ilg'or texnologiya muqarrar ravishda dunyo bo'ylab tarqalib, texnologiyadagi farqlar yo'qoladi, eksport pasayib, jahon savdosi tarkibiy tuzilishida keyingi o'zgarishlarni keltirib chiqaradi.

Oxirgi o'n yilliklarda jahon savdosida xalqaro savdoning klassik nazariyalari bilan tushuntirib bo'lmaydigan sezilarli o'zgarishlar ro'y

bermoqda. Bunday vaziyatning yuzaga kelishi mavjud nazariyalarni rivojlantirishni va shuningdek muqobil nazariy konsepsiyalarni ishlab chiqishga da'vat etadi. Mahsulotning hayotiylik davri nazariyasi. 60-yillarning o'rtalarida amerikalik iqtisodchi R.Vernon mahsulotning hayotiylik davri nazariyasini olg'a surdi. Ushbu nazariyasida R. Vernon tayyor mahsulotlar jahon savdosining rivojlanishini ularning hayotiy bosqichlari asosida, ya'ni mahsulot bozorda hayotga ega va sotuvchining o'z maqsadlariga erishishini ta'minlashi vaqt davri asosida tushuntirishga harakat qildi.

Maykl Porterning raqobat ustunligi nazariyasi. 1991-yilda amerikalik iqtisodchi Maykl Porter o'zining "Mamlakatlarning raqobat ustunliklari" deb nomlangan tadqiqotini nashr qildi. Ushbu tadqiqotda xalqaro savdo muammolariga umuman yangicha yondashuv ishlab chiqilgan. Bu yondashuvning shartlaridan biri: "Xalqaro bozorda mamlakatlar emas, firmalar raqobatlashadi. Bu jarayonda mamlakatning o'rnini aniqlab olish uchun firma raqobat ustunligini qanday yaratishi va uni qanday ishlab turishini tushunish talab etiladi" degan tezisdir. Tashqi bozordagi muvaffaqiyat to'g'ri tanlangan raqobat strategiyasiga bog'liq bo'ladi.

Raqobat ustunligi strategiyasi. M. Porterning fikricha, raqobatning asosiy birligi — bu tarmoqdir, ya'ni tovar ishlab chiqaruvchi yoki xizmat ko'rsatuvchi va o'zaro raqobat qiluvchi raqobatchilar guruhi hisoblanadi. Tarmoqda firma uchun raqobat strategiyasini tanlashda ikki muhim omil ta'sir etadi:

1.Firma faoliyat yuritadigan tarmoq tuzilmasi, ya'ni raqobatning o'ziga xosliklari. Tarmoqdagi raqobatga beshta omil ta'sir qiladi:

- yangi raqobatchilarning paydo bo'lishi;
- o'rinbosar tovar va xizmatlarning paydo bo'lishi;
- yetkazib beruvchilarning savdolashish qobiliyati;
- xaridorlarning savdolashish qobiliyati;
- mavjud bo'lgan raqobatchilarning o'zaro raqobati.

Bu besh omil tarmoqning daromadlilikini belgilaydi. Chunki, u bahoga, xarajatga, kapital quyilmalarga va boshqalarga ta'sir qiladi.

2.Firmaning tarmoqda tutgan o'rnini. Firmaning tarmoqdagi o'rnini, avvalo, raqobat ustunligi bilan aniqlanadi. Agar firma barqaror raqobat ustunligiga ega bo'lsa, u o'z raqiblarini ortda qoldiradi:

- Firmaning raqobatchilariga nisbatan kam xarajatlar bilan tovarlarni ishlab chiqara olish va sota olish qobiliyati haqida dalolat beruvchi, juda past xarajatlar;

- Tovarlar differensiyasiyasi, ya'ni firmaning iste'molchi ehtiyojini qondira olish qobiliyati. Firmaning tarmoqda tutgan o'rniga ta'sir qiluvchi boshqa bir muhim omil - bu firmaning o'z tarmog'i doirasida mo'ljalga oluvchi raqobat muhiti firma maqsadining kengligi hisoblanadi.

2.2. D. Rikardoning nisbiy ustunlik nazariyasi

Xalqaro tovar ayirboshlash foydaliligining sabablarini tadqiq qilishda navbatdagi qadamni Rikardo tashladi. U nisbiy ustunlik qonunini ta'riflab berdi. U yoki bu tovarlarni ishlab chiqarishga qilinadigan xarajatlarda mutlaq ustunlikka ega bo'lish tashqi savdoning keng tarqalish sabablarini batamom tushuntirib bera olmaydi. Chiqimlarni taqqoslaganda mamlakatlardan birortasida qariyb hamma tovarlarni ishlab chiqarish samaradorlik jihatidan boshqa mamlakatlardagidan ortiq bo'ladigan hollar tez-tez uchrab turadi. Lekin shunday holda ham tashqi savdo uchun rag'bat saqlanib qolaveradi, chunki bu samaradorlik darajasi turli tovarlar uchun bir xil emas.

Nisbiy ustunlik qonuni mamlakatda barcha kuchni shu yerda nisbatan ko'proq samaradorlikka ega tovarlarni ishlab chiqarishga karatish va ularni eksport olib, o'rniga - o'rin o'zi juda kam ustunlikka ega bo'lgan tovarlarni olib kelish foydaliroq ekanini tasdiqlaydi. Shunday qilib, tashqi savdo bir tomonning yutug'ini belgilaydigan boshqa tomon majburiyatini ifodalaydigan "nol summali o'yin" emas. Savdo hamma uchun foydali bo'lib, unda qatnashish hech bo'lmaganda savdo munosabatlari o'rnatilgunga qadar bo'lgan ahvolni imonlashtirmaydi.

D.Rikardo xalqaro iqtisodiy munosabatlarning o'ziga xosligini ta'kidlab, A.Smitning tamoyilini amal qilmasligi o'zaro manfaatli savdoga to'sqinlik bo'la olmasligi ko'rsatib berilgan modelni yaratdi. D.Rikardo solishtirma ustunlik qonunini yaratdi, ya'ni davlat ishlab chiqarishda eng yuqori mutlaq ustunlikka ega bo'lgan (agar u har ikki tovar bo'yicha mutlaq ustunlikka ega bo'lsa) yoki eng kam mutlaq

ustunlikka ega bo'lgan (agar u birorta tovar bo'yicha hech qanday ustunlikka ega bo'lmasa) tovarlar eksportiga ixtisoslashishi kerak.

O'z zamonasining ko'pchilik iqtisodchilari singari u o'z konsepsiyasini rivojlantirishni aniq bir misol orqali: vino va jun hamda ikki mamlakat: Angliya va Portugaliya o'rtasidagi savdodan boshlaydi.

1-jadval.

Mamlakatlarning tovarlar eksportiga ixtisoslashuvi⁹

Mamlakat	Jun	Vino
Angliya	100 ishchi	90 ishchi
Portugaliya	120 ishchi	80 ishchi

2-jadvaldan ko'rinadiki, Angliyada ma'lum bir (a) miqdorda jun ishlab chiqarish uchun yiliga 100 ta ishchi mehnati talab etiladi. Ushbu miqdordagi junga Angliya ma'lum bir (v) miqdorda portugal vinosini sotib oladi. Angliyaning o'zi vino ishlab chiqarganda yiliga 120 ishchining mehnati talab etilgan bo'lar edi. Bundan Angliyaning Portugaliyadan jun hisobiga vino sotib olishi manfaatli ekanligi kelib chiqadi. Ushbu tovarlarni ishlab chiqarish uchun Portugaliya mos ravishda yiliga 90 va 80 ishchining mehnatini sarflaydi. SHuning uchun unga vino hisobiga jun olib kelish manfaatli.

D.Rikardoning fikricha, 100 ingliz ishchisining mehnati va Portugaliya ishchisining mehnatiga noekvivalent almashinuvi ishlab chiqarish omillarining mamlakatlar o'rtasida harakatining qiyinligi bilan tushuntiriladi. D.Rikardoning modeliga binoan Portugaliya Angliya oldida har ikki tovar ishlab chiqarish bo'yicha mutlaq ustunlikka ega, ammo Portugaliya vino ishlab chiqarish bo'yicha nisbiy ustunlikka ega.

Shunday qilib, **nisbiy ustunlik** — bu shu haqidagi tasdiqki, mamlakat uchun u eng katta samaradorlikka erishgan tovarlarni ishlab chiqarishga ixtisoslashishi kerak va ularni mamlakatning ustunligi minimal bo'lgan tovarlarga ayirboshlagan holda eksport qilishi kerak.

2.3. D. Rikardo modeli

A.Smitdan farqli o'laroq, David Rikardo mamlakatlar o'rtasidagi tovar ayirboshlashda mutlaq xarajatlardagi farq muhim emas, deb

⁹“The pros and cons of pursuing free-trade agreements,” Economic and budget issue brief (July 2003).

hisobladi. Yuqorida qayd qilib o'tganimizdek xarajatlarda mutlaq ustunlikka ega bo'lmagan mamlakatlar nima qilishlari kerak? Bir qator misollar bilan D.Rikardo "xarajatlardagi mutlaq ustunlik" mamlakatlar o'rtasidagi tovar ayirboshlashning zarur sharti emasligini isbotlab berdi. Savdo qilayotgan mamlakatlar o'rtasida qiyosiy xarajatlar farq qilishi kifoya. Shu asosda D.Rikardo "Qiyosiy ustunlik nazariyasi"ni yaratdi. Bu nazariya butun dunyo ilm-fani va savdosida hamma tan olgan nazariya hisoblanadi. Mazkur nazariyaning asosiy qoidasi shundan iboratki, har bir mamlakat o'zining muayyan tovarni ishlab chiqarishga ketadigan xarajatlari bilan uni sotib olishga ketadigan xarajatlari o'rtasidagi farqni qiyoslab ko'rgan holda tashqi savdoda ishtirok etadi.

Muayyan tovarni ishlab chiqarish bir mamlakat uchun boshqa mamlakatlarga nisbatan qulayroq bo'lishi mumkin. Shu bois, "Qiyosiy ustunlik nazariyasi"ga binoan, mamlakatlar xarajatlarni hisobga olgan holda u yoki bu mahsulotlarni ishlab chiqarishga ixtisoslashishi kerak. D.Rikardo shunday misol keltiradi. Portugaliyada muayyan miqdordagi vinoni tayyorlash uchun 80 kishilik mehnat, gazlama ishlab chiqarish uchun esa 90 kishilik mehnat talab qilinadi (bir yilga).

Angliyada shu miqdordagi vinoni ishlab chiqarish uchun 120 kishilik mehnat, gazlamani ishlab chiqarish uchun 100 kishilik mehnat sarflash zarur. Garchi olib kelingan gazlama Portugaliyaning o'zida Angliyaga nisbatan kam xarajat evaziga ishlab chiqarilishi mumkin bo'lsa ham, bu sharoitda Portugaliya uchun vinoni gazlamaga ayirboshlash foydali. Gap shundaki, resurslarni gazlama ishlab chiqarishdan, Angliyaga nisbatan katta qiyosiy ustunlikka ega bo'lgan, vino tayyorlash tarmog'iga o'tkazib, Portugaliya vinoni ayirboshlash yo'li bilan 80 kishilik mehnat sarflari hisobiga, ya'ni 10 kishilik mehnatni tejash evaziga, gazlama olishi mumkin. Bunday ayirboshlash Angliya uchun ham foydali, negaki u o'z kuchini gazlama ishlab chiqarishga sarflab, gazlamani sotish yo'li bilan muayyan miqdordagi vinoni 120 kishining mehnati hisobiga emas, balki faqat 100 kishilik mehnat evaziga olishi mumkin (ya'ni 20 kishilik mehnatni tejash hisobiga). Bu misoldan shu narsa ko'rinadiki, qiyosiy ustunlik mavjud bo'lsa, ixtisoslashuv va ayirboshlash ikkala mamlakat uchun ham foydalidir.

Bundan mamlakatlar o'rtasida mehnat taqsimoti va ishlab chiqarishning ixtisoslashuvi zarurligi kelib chiqadi. Qiyosiy xarajatlar g'oyasi – bu o'zaro foyda ko'rish g'oyasidir. Unga ko'ra "... Fransiya va Portugaliyada vino tayyorlanishi, Amerika va Polshada don yetishtirilishi, Angliyada metall buyumlari va boshqa tovarlar ishlab chiqarilishi kerak". Lekin "Qiyosiy ustunlik nazariyasi"da bir qator soddalashtirishlar mavjud bo'lib, tashqi iqtisodiy aloqalarda bo'ladigan qiyinchiliklar aks ettirilmagan. D. Rikardo modeli – bu ikki mamlakat o'rtasidagi savdo modelidir. Mazkur model qiyosiy xarajatlarning o'zgarishini, savdo qilayotgan mamlakatlarning unumdorlik imkoniyatlaridagi farqlarni ham hisobga olmaydi.

D. Rikardo tovar oqimlari harakatiga dalil sifatida nisbiy ustunlikning miqdoriy nazariyasini taklif etdi. Albatta, nisbiy ustunlik nazariyasi mavhum va juda soddalashtirilgan tabiatga ega hamda xalqaro savdoga bevosita ta'sir ko'rsatadigan bir qator hodisalarni e'tiborga olmaydi. Nazariyaning cheklanganligi uning yaratilishida qilingan farazlar bilan bog'liq. Xeksher-Olinning ishlab chiqarish omillari nisbati nazariyasiga ko'ra, omillar sig'imligi ma'lum bir tovarni yaratish uchun ishlab chiqarish omillari nisbiy sarfini, omillar ko'pligi mamlakatning ishlab chiqarish omillari bilan nisbiy ta'minlanganligini belgilab beradi. Turli mamlakatlarda tovarlar nisbiy narxidagi farq, o'z navbatida, ular o'rtasidagi savdo ularning ishlab chiqarish omillari bilan bir xil ta'minlanmaganligi bilan tushuntiriladi.

Xalqaro savdoning standart modeli xalqaro savdoda umumiy muvozanat modeli hisoblanadi va mamlakat ichida tovarga bo'lgan talab hamda tovar taklifini shu tovarga bo'lgan xorijiy talab va taklifni o'zaro bog'laydi. Bu model turli miqdordagi tovarlarni eksport qilishga xohish uyg'onishi uchun mamlakat qancha miqdorda boshqa bir tovarlarni import qilishi kerakligini ifodalovchi o'zaro talab tushunchasiga asoslangan. Ushbu model xalqaro savdoning barcha asosiy parametrlarini va u bilan bog'liq bo'lgan milliy iqtisodiyotning parametrlarini o'rganish imkonini beradi.

Xalqaro savdoda ishtirok etuvchi har qanday mamlakat uchun eksport va import narxlarining har qancha o'zgarishi real daromadning o'zgarishini anglatadi. Tovar narxi oshganda, bu tovar eksport qilinayotgan bo'lsa, mamlakatning real daromadi oshadi, agar bu tovar import qilinayotgan bo'lsa, aksincha, real daromad kamayadi. Ma'lum

bir tovarning eksport va import narxlarining nisbati yoki eksport hamda import narxlarini indekslar nisbati orqali aniqlanuvchi mamlakat eksport va import narxlarining nisbati savdo sharti, deb ataladi. Uning o'sishi natijasida mamlakat boyligi ortadi, pasayishi natijasida esa boylik kamayadi. Taklifning ortishi (iqtisodiy o'sish) va talabning ortishi (daromadning qayta taqsimlanishi) savdo shartiga ta'sir ko'rsatishi mumkin. XX asrda rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlar o'rtasidagi eksport-import operatsiyalarining sifati xususiyatlarini e'tiborga oluvchi yangi tamoyillar paydo bo'ldi; keyingi yillarda bir qator amerikalik iqtisodchilar tomonidan tovar ayirboshlashning turli omillarini hisobga oluvchi «tovarning hayotiy sikli», «xalqaro raqobat» va boshqa modellar ishlab chiqildi.

Nazorat uchun savollar

1. Xalqaro savdoning mazmuni, tuzilishi va o'ziga xos xususiyatlarini bayon etib bering.
2. A.Smitning "Mutlaq ustunlik nazariyasi"ga ko'ra mamlakatlarda tovarlar harakati qanday amalga oshiriladi?
3. D.Rikardoning "Nisbiy ustunlik nazariyasi" nimaga asoslanadi?
4. Xalqaro savdo nazariyalariga turli xil yondashuvlarni tushuntirib bering.
5. Xeksher-Olinning ishlab chiqarish omillari nisbati nazariyasini tushuntirib bering.
6. Leontev paradoksi nimani anglatadi?
7. Tovarlar differensiyasi tushunchasini ta'riflab bering.

3-MAVU. MAXSUS OMILLAR MODELI

3.1. Xeksher-Olin modeli

Shvedsiyalik iqtisodchilar – neoklassik Eli Xeksher va uning shogirdi Bertil Olinning tadqiqotlari XX asrning 20-yillari o‘rtasida xalqaro savdo nazariyasi sohasida haqiqiy portlash bo‘ldi. Ular tomonidan Xeksher-Olin nazariyasi deb nom olgan xalqaro savdo nazariyasini yaratdilar. Ushbu nazariyaga binoan tashqi savdoning tarkibi va jug‘rofiy yo‘nalishi mamlakatning ishlab chiqarish omillari bilan kasbiy ta‘minlanganligi bilan aniqlanadi. Ushbu nazariyaning muhim tomoni faqatgina bu bilan emas, balki uning asosida mamlakatning ishlab chiqarish omillari bilan ta‘minotini o‘zgartirish orqali uning tashqi savdo faoliyatini o‘zgartirishga olib keladigan iqtisodiy siyosatning ustuvor yo‘nalishlarini ishlab chiqishga ham yordam beradi.

Ishlab chiqarish omillari bilan notekis ta‘minlanganligi nazariyasi xalqaro savdo uchun asos sifatida bir-biri bilan o‘zaro bog‘liq ikki teorema ko‘rinishida ifodalanishi mumkin: Xeksher-Olin teoremasi va ishlab chiqarish omillari narxining muvozanatlashuvi teoremasi. Xeksher-Olin nazariyasi (Heckscher—Ohlin Theorem) — har bir mamlakat o‘z ishlab chiqarishlarida nisbatan katta hajmga ega bo‘lgan omillarni talab etuvchi mahsulotlarni ustun darajada ishlab chiqarish va eksport qilishga ixtisoslashadi, binobarin, bu mamlakatlarda milliy xo‘jalik nuqtayi nazaridan nisbatan kamchil omillar bilan ta‘minlangan tovarlarni import qiladilar. Haqiqiy olamda ishlab chiqarish omillari narxi umuman muvozanatlashmagan. Misol uchun turli mamlakatlarda mehnatga to‘lanadigan ish haqi ular o‘rtasida faol savdo aloqalari olib borilishiga qaramay sezilarli farq qilib kelmoqda. Buning bosh sababi yuqorida oldindan qabul qilingan shartlardir:

- Har ikki tovar har ikki mamlakatda ishlab chiqarilishi nazarda tutilgan.
- Savdo olib boruvchi mamlakatlarda texnologiya bir xil deb faraz qilingan.
- Ishlab chiqarish omillari va tovarlar mamlakat ichida to‘liq harakatchan deb faraz qilingan.

- Ishlab chiqarish omillarining xalqaro harakati mavjud emas deb faraz qilingan.

- Ishlab chiqarish omillari narxining muvozanatlashuvi teoremasi barcha cheklanishlari va kamchiliklariga qaramasdan, xalqaro iqtisodiyot tahlilida muhim ahamiyat kasb etadi.

Shunday qilib, omillar sig‘imligi ma’lum bir tovarni yaratish uchun ishlab chiqarish omillari nisbiy sarfini, omillar seroblighi mamlakatning ishlab chiqarish omillari bilan nisbiy ta’minlanganligini belgilab beradi. Xeksher-Olinning ishlab chiqarish omillari nisbati nazariyasiga ko‘ra, turli mamlakatlarda tovarlar nisbiy narxidagi farq, o‘z navbatida ular o‘rtasidagi savdo ularning ishlab chiqarish omillari bilan bir xil ta’minlanmaganligi bilan tushuntiriladi. Ishlab chiqarish omillari nisbati nazariyasi o‘zining barcha kamchiliklari va mavhum tabiatiga qaramay hozirgi kungacha xalqaro savdoning rivojlanishini tushuntiruvchi eng mashhur nazariyalarning biri bo‘lib qolmoqda. Shuning uchun ham bu nazariyaning turli mamlakatlar, tovarlar va ishlab chiqarish omillariga nisbatan ulkan statistik massivlar yordamida empirik yo‘llar bilan tekshirilishiga ajablanmasa ham bo‘ladi. Ba’zi empirik testlar nazariyani tasdiqlar, boshqalari rad etar edi. Xeksher-Olin-Samuelson xulosalarini rad etgan tadqiqotlarning eng mashhuri 1953 yilda kelib chiqishi Rossiyadan bo‘lgan amerikalik olim Vasiliy Leontev tomonidan amalga oshirilgan. Leontev bir necha empirik testlar yordamida Xeksher-Olin nazariyasi shartlari amalga bajarilmasligini ko‘rsatib berdi. Ikkinchi jahon urushidan keyin AQSH eng boy va kapital serob bo‘lgan mamlakatlarning biri bo‘lib, boshqa mamlakatlar bilan solishtirganda mehnatga haq to‘lash me’yori ham yuqori bo‘lganligi bois ishlab chiqarish omillari nisbati nazariyasiga muvofiq ravishda kapital sig‘imli tovarlarni eksport qilishi kerak edi. Leontev bu gipotezani tekshirish uchun 1 million dollar qiymatiga ega bo‘lgan eksportga mo‘ljallangan tovarlar va shuncha qiymatli import bilan bevosita raqobat qiluvchi tovarlarni ishlab chiqarish uchun qancha kapital va ishchi kuchi zarurligini hisoblab chiqdi. U har bir sanoat tarmog‘i kapital va ishchi kuchi sarfini hisobladi, bunda faqatgina tayyor mahsulotlar (masalan, avtomobillar) bilan cheklanmadi, balki oraliq mahsulotlar (po‘lat, oyna, rezina) uchun ham kerakli hisob-kitoblarni amalga oshirdi. Shundan so‘ng AQSHning 1947-yildagi eksport tarkibidan foydalangan holda 1 million dollar

summadagi eksport tovarlarga sarflangan kapital va mehnat xarajatlarining nisbatini hisoblab chiqdi. Leontev AQSHning shu yildagi import tarkibi bo'yicha (import tovarlari ro'yxatiga AQSHda ishlab chiqarilmaydigan tovarlar kiritilmadi) import o'rnini bosuvchi AQSH tovarlarini ishlab chiqarishga sarflangan kapital va mehnat xarajatlari nisbatini aniqladi. Leontev, Xeksher-Olin nazariyasiga muvofiq, eksport tovarlar import o'rnini bosuvchi tovarlarga (deyarli AQSH importi) nisbatan har bir ishchi kuchi hisobiga ko'proq kapital talab qilishini kutgan edi. Natija buning qarama-qarshisi bo'lib chiqdi: AQSH importining kapital sig'imliligi uning eksporti kapital sig'imliligidan 30 foizga ko'p chiqdi, bu esa AQSH kapital serob bo'lgan mamlakat emas, balki mehnat serob mamlakat ekanligidan dalolat berardi, ushbu holat mavjud tasavvurlarga umuman mos kelmas edi. Leontev paradoksi (Leontief paradox) — bu Xeksher-Olinning ishlab chiqarish omillari nisbati nazariyasining amalda bajarilmasligi – mehnat serob mamlakatlarning kapital sig'imli, kapital serob mamlakatlarning mehnat sig'imli tovarlarni eksport qilishidir. O'sha paytda yetakchi bo'lgan yondashuvning inkor etilishi uning tushuntirilishini talab qilardi. Munozaralar Xeksher-Olin nazariyasi to'g'ri, Leontev tomonidan olingan natijalar noto'g'ri ekanligini isbotlashga harakatlar doirasida bo'ldi. Leontev paradoksiga qarshi keltirilgan ba'zi dalillar quyidagilar: Ishchi kuchini malakali va malakasiz ishchi kuchi guruhlariga ajratish kerak hamda eksport tovarlarga sarflangan xarajatlarni har ikki guruh uchun alohida hisoblash kerak. AQSH qazib olinishida katta miqdorda kapital xarajatlarini talab qiluvchi xomashyoni katta hajmda import qiladi. SHuning uchun AQSHning eksport tovarlari katta hajmdagi kapital sig'imli xomashyoni talab qiladi, bu esa eksportni kapital sig'imliga aylantiradi. Leontev testi AQSHda mavjud bo'lgan import tariflarini inobatga olmagan, bu tariflar AQSH sanoatining mehnat sig'imli tarmoqlarini xorijiy raqobatdan himoyalash uchun joriy qilingan, natijada mehnat sig'imli tovarlar importiga to'siq qo'yilgan. Amerikaliklarning did va xohishlari an'anaviy ravishda kapital sig'imli texnologik mahsulotlarga qaratilgan bo'lib, AQSH kapital bilan yaxshi ta'minlangan bo'lishiga qaramasdan bu tovarlarni ular xorijdan sotib olishadi. Ishlab chiqarish omillari reversi: bir tovar mehnat serob mamlakatda mehnat sig'imli, kapital serob mamlakatda kapital

sigʻimli boʻlishi mumkin. Masalan, kapital serob sanalgan AQSHda yetishtirilgan guruch yuqori texnologiya vositasida ishlab chiqarilgani bois kapital sigʻimli hisoblansa, Vetnamda yetishtirilgan guruch mehnat sigʻimlidir, chunki u asosan qoʻl mehnati yordamida tayyorlanadi.

3.2. Omillar turli tarmoqlarda turli miqdorlarda oʻzgarishi

1991-yilda amerikalik iqtisodchi Maykl Porter oʻzining «Mamlakatlarning raqobat ustunliklari» deb nomlangan tadqiqotini nashr qildi. Ushbu tadqiqotda xalqaro savdo muammolariga umuman yangicha yondashuv ishlab chiqilgan. Bu yondashuvning shartlaridan biri: «Xalqaro bozorda mamlakatlar emas, firmalar raqobatlashadi. Bu jarayonda mamlakatning oʻrnini aniqlab olish uchun firma raqobat ustunligini qanday yaratishi va uni qanday ushlab turishini tushunish talab etiladi» degan tezisdir. Iqtisodiy bozordagi muvaffaqiyat toʻgʻri tanlangan raqobat strategiyasiga bogʻliq boʻladi. Raqobat ustunligi strategiyasi.

M. Porterning fikricha, raqobatning asosiy birligi – bu tarmoqdir, yaʼni tovar ishlab chiqaruvchi yoki xizmat koʻrsatuvchi va oʻzaro raqobat qiluvchi raqobatchilar guruhi hisoblanadi. Tarmoqda firma uchun raqobat strategiyasini tanlashda ikki muhim omil taʼsir etadi:

1. Firma faoliyat yuritayotgan tarmoq tuzilmasi, yaʼni raqobatning oʻziga xosliklari. Tarmoqdagi raqobatga beshta omil taʼsir qiladi:

- yangi raqobatchilarning paydo boʻlishi;
- oʻrinbosar tovar va xizmatlarning paydo boʻlishi;
- yetkazib beruvchilarning savdolashish qobiliyati;
- xaridorlarning savdolashish qobiliyati;
- mavjud boʻlgan raqobatchilarning oʻzaro raqobati.

Bu besh omil tarmoqning daromadlilikini belgilaydi. Chunki, u bahoga, harajatga, kapital quyilmalarga va boshqalarga taʼsir qiladi.

2. Firmaning tarmoqda tutgan oʻrni. Firmaning tarmoqdagi oʻrni, avvalo, raqobat ustunligi bilan aniqlanadi. Agar firma barqaror raqobat ustunligiga ega boʻlsa, u oʻz raqiblarini ortda qoldiradi:

– Firmaning raqobatchilariga nisbatan kam xarajatlar bilan tovarlarni ishlab chiqara olish va sota olish qobiliyati haqida dalolat beruvchi, juda past xarajatlar;

– Tovarlar differensiyasiyasi, ya'ni firmaning iste'molchi ehtiyojini qondira olish qobiliyati. Firmaning tarmoqda tutgan o'rniga ta'sir qiluvchi boshqa bir muhim omil – bu firmaning o'z tarmog'i doirasida mo'ljalga oluvchi raqobat muhiti yoki firma maqsadining kengligi hisoblanadi. Firma o'zi uchun necha turdagi tovarlarni chiqarishini, qanday sotish kanallaridan foydalanishini, qanday xaridorlarga xizmat ko'rsatishini, dunyoning qaysi joylarida o'z mahsulotini sotishini va qaysi milliy tarmoqlarda raqobatlashishini hal qilib olishi kerak.

Xalqaro raqobatning xususiyatlari. Raqobat va raqobat strategiyasi haqida yuqorida ta'kidlanganlarning barchasi ichki bozor bilan bir qatorda tashqi bozorga ham taalluqlidir. Lekin shu bilan birga xalqaro raqobat ba'zi bir o'ziga xos xususiyatlarga ham ega. M. Porter mavjud raqobatning o'ziga xosligiga ko'ra ikki turdagi tarmoqlarni ajratadi: 1) Ko'pmilliy tarmoqlar. Ushbu tarmoqlar uchun alohida mamlakatlarda raqobatning turlicha kechishi xosdir. Bunday tarmoqlarda yagona strategiyani qo'llash mumkin emas. Misol uchun, jamg'arma banklari. 2) Global tarmoqlar. Ushbu tarmoqlar dunyo bo'yicha yagona raqobat maydoniga ega bo'ladilar. Aynan shunday tarmoqlarda oddiy raqobat ustunligini emas, balki global raqobat ustunligini yaratish kerak bo'ladi.

M. Porter global strategiya sharoitida raqobat ustunligiga erishishning va undan foydalanishning ikki usulini ajratadi:

1) faoliyatni tartibga solish (konfiguratsiya), ya'ni o'ziga xos xususiyatlaridan foydalanish maqsadida turli mamlakatlarda faoliyatning turli ko'rinishlarini joylashtirish. Faoliyat turlarini davlat quyidagi mezonlardan kelib chiqib joylashtiradi:

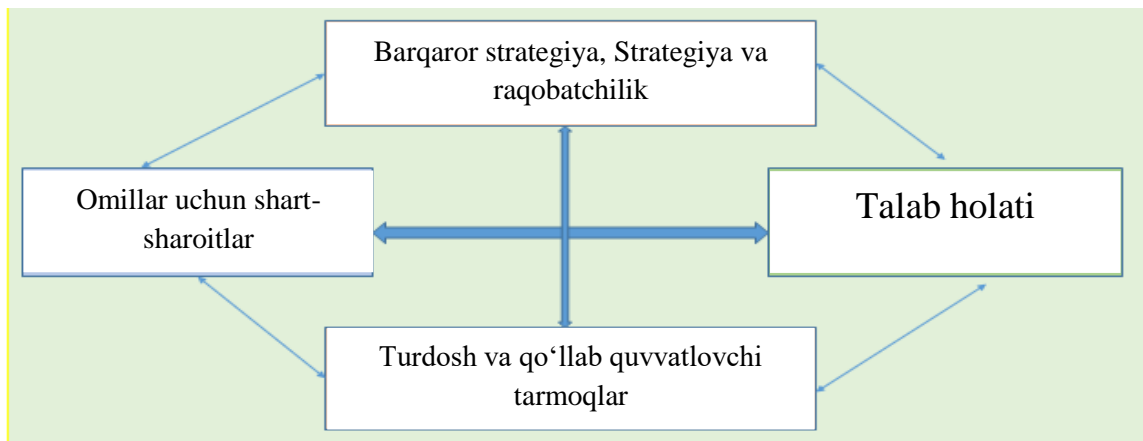
- omillarning minimal qiymati;
- maxsus ko'nikmalarning mavjudligi;
- mijozlar bilan munosabatlarning rivojlanganlik darajasi va boshqalar.

2) filiallar faoliyatini muvofiqlashtirish. Bu o'z ichiga:

- ma'lumot almashinuvini;
- javobgarlikni taqsimlashni;
- xatti-harakatlarni kelishishni oladi.

Raqobat ustunligining determinantlari. Har bir tarmoq doimo yangilanib va zamonaviylashtirib ko'riladi. Bu jarayonni rag'batlantirishda asoslanuvchi mamlakat muhim o'rin tutadi.

Asoslanuvchi mamlakat bu asosiy mahsulot va texnologiya strategiyasi ishlab chiqariladigan va kerakli tajribaga ega bo'lgan ishchi kuchi mavjud mamlakatdir.



1-rasm. Mamlakatning raqobat ustunligi determinantlari.

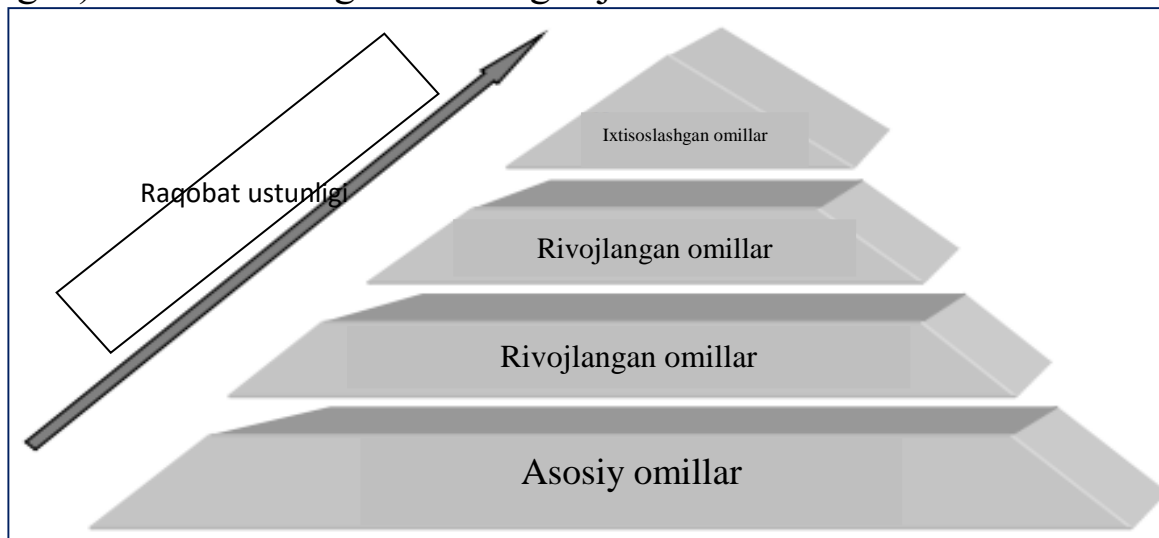
Omillarning parametrlari. Har bir mamlakat u yoki bu darajada ishlab chiqarish omillariga ega bo'ladi (Xeksher-Olin modeli). Omillar avvaldan mavjud bo'lishi, shuningdek inson faoliyati natijasida yaratilishi mumkin. Shuning uchun raqobat ustunligiga erishish va uni rivojlantirish uchun nafaqat mavjud omillar zahirasi, balki uning yaratilishi tezligi ham muhimdir.

Bundan tashqari omillarning ortiqchaligi raqobat ustunligini yo'qotilishiga olib kelishi, ularning yetishmasligi esa, aksincha, yangilanishni yuzaga keltirishi va bu bilan uzoq muddatli raqobat ustunligiga olib kelishi mumkin. Shunday bo'lsa-da omillar bilan ta'minlanganlik o'ta muhim ahamiyat kasb etadi va shuning uchun ham u **birinchi parametrdir** (inson resurslari, moddiy resurslar, bilim resursi, moliyaviy resurslar, infratuzilma). Omillar turli tarmoqlarda turli miqdorlarda qo'laniladi.

Firmalar o'z ixtiyorlarida o'z tarmoqlaridagi raqobat kurashida zarur bo'ladigan arzon va yuqori sifatli omillarga ega bo'lsalargina raqobat ustunligiga erishadilar.

Ikkinchi parametrdir bu – omillar iyerarxiyasidir. Omillar asosiy (tabiiy resurslari, iqlimiy sharoitlar, geografik joylashuv, malakasiz ishchi kuchi va h.k.) va rivojlangan (zamonaviy infratuzilma, malakali

ishchi kuchi va h.k.), umumiy (barcha tarmoqlarda qo‘llash mumkin bo‘lgan) va ixtisoslashgan omillarga ajratiladi.



2-rasm. Omillar ierarxiyasi

Omillarni yaratish - uchinchi parametr. Omillar, ular tabiiy yuzaga kelganliklari va sun'iy ravishda yaratilganliklari bilan farqlanadilar. YUqori darajadagi raqobat ustunligiga erishishga ko'mak beruvchi barcha omillar sun'iy omillardir. Mamlakatlar, ular zarur omillarni eng maqbul tarzda yarata oladigan va mukammalashtiradigan tarmoqlardagina muvaffaqiyatga erishadilar.

Talab parametrlari. Ichki bozordagi talab miqyos ta'siri vositasida yangiliklarning tatbiq etilishining xarakterini va tezligini belgilaydi.

Yaqin va qo'llab-quvvatlovchi tarmoqlar. Milliy raqobat ustunligini aniqlovchi uchinchi determinant – bu mamlakatda jahon bozorida raqobatbardosh bo'lgan yetkazib beruvchi yoki aralash tarmoqlarning mavjudligidir. Raqobatbardosh yetkazib beruvchi tarmoqlar mavjud bo'lganda:

- qimmatbaho resurslarga samarali va tez yetishish;
- ichki bozorda yetkazib beruvchilarni muvofiqlashtirish;
- yangilik kiritish jarayoniga yordam ko'rsatish mumkin bo'ladi.

Milliy firmalar, ularning mol etkazib beruvchilari jahon bozorida raqobatbardosh bo'lsalar, ko'proq foyda oladilar.

Firmalar strategiyasi, tuzilmasi va raqobati. Firmalar ichki bozordagi raqobat xususiyatiga qarab tuziladi, tashkil etiladi, hamda boshqariladi va bunda turli strategiya va maqsadlar ishlab chiqiladi.

Bularning barchasi firmaning raqobat ustunligiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Hodisaning o'ri. Hodisa – bu shunday holatki, u mamlakatdagi rivojlanish sharoitlari bilan bog'liq bo'lmaydi va unga firmalar ham, milliy hukumatlar ham ta'sir ko'rsata olmaydilar. M. Porterning fikricha, ularga:

- saylov;
- yirik texnologik yutuqlar;
- resurslar narxining keskin o'zgarishi;
- jahon moliya bozorlaridagi yoki almashuv kurslarining sezilarli o'zgarishi;
- jahon yoki mahalliy talabning keskin oshishi;
- chet davlatlar hukumatlarining siyosiy qarorlari;
- urushlar kiritiladi. Ushbu hodisalar raqobatlashayotgan firmalarning tutgan o'rinlariga ta'sir etgani uchun muhim ahamiyat kasb etadilar. Hukumatning o'ri. Hukumatning milliy ustunlikni yaratishdagi roli shundan iboratki, u «romb» ning barcha to'rtta determinantiga o'z ta'sirini ko'rsatadi.

3.3. Talab parametrlari

Raqobatni globalashtirish jarayoni milliy iqtisodiyot ichki talabining muhimligi roli va darajasini oshirdi. Biroq ushbu holatda ularning ichki talabi kompaniyalarga xaridorlar ehtiyojlarining yuzaga kelishi haqidagi aniq yoki ilgari axborotni ta'minlovchi tarmoqlarda raqobat jihatdan ustunlikka ega bo'lishi mumkin. Bunda asosiysi ichki talabning hajmi emas, balki uning xususiyati muhimdir, chunki rivojlangan va talabchan xaridorlar kompaniyalarni yuqori standartni ushlab turish, takomillashish va yangiliklarni joriy etishga majbur qilgan holda ular uchun buyurtmachilar ehtiyojlarini oldindan ko'ra olishni ta'minlaydi.

Ichki bozordagi talab miqyos ta'siri vositasida yangiliklarning tatbiq etilishining xarakterini va tezligini belgilaydi. Talab quyidagilar bilan tavsiflanadi: tuzilishi bilan, o'sish xarakteri va hajmi bilan, baynalmilallashuv bilan. Talab quyidagi asosiy xususiyatlarga ega bo'lgan taqdirdagina, firmalar raqobat ustunligiga erishishi mumkin bo'ladi: ichki talabning katta ulushi bozorning global segmentlariga to'g'ri kelsa, xaridorlarning yuqori talablari firmalarni yana ham sifatli mahsulot tayyorlashga, xizmatlarni ko'rsatishga hamda tovarning

iste'mol xususiyatlarini oshirishga majbur qilsa, mahsulot yaratilgan mamlakatda talab boshqa mamlakatlarga nisbatan erta yuzaga kelsa.

Oxirgi o'n yilliklarda jahon savdosida xalqaro savdoning klassik nazariyalari bilan tushuntirib bo'lmaydigan sezilarli o'zgarishlar ro'y bermoqda. Bunday vaziyatning yuzaga kelishi mavjud nazariyalarni rivojlantirishni va shuningdek muqobil nazariy konsepsiyalarni ishlab chiqishga da'vat etadi. Mahsulotning hayotiylik davri nazariyasi. 60-yillarning o'rtalarida amerikalik iqtisodchi R.Vernon mahsulotning hayotiylik davri nazariyasini olg'a surdi. Ushbu nazariyasida R. Vernon tayyor mahsulotlar jahon savdosining rivojlanishini ularning hayotiy bosqichlari asosida, ya'ni mahsulot bozorda hayotga ega va sotuvchining o'z maqsadlariga erishishini ta'minlashi vaqt davri asosida tushuntirishga harakat qildi.

Mahsulotning hayotiylik davri to'rtta bosqichni o'z ichiga oladi, ya'ni tatbiq etish, o'sish, yetuklik va pasayish. Birinchi bosqichda mamlakat ichida yuzaga kelgan ehtiyojni hisobga olgan holda yangi mahsulotni ishlab chiqarish yuz beradi. Shuning uchun ushbu bosqichda yangi mahsulotni ishlab chiqarish kam seriyali xarakterga ega bo'ladi, yuqori malakali mutaxassislarni talab etadi hamda yanglik kashf etilgan mamlakatda konsentratsiyalanadi. Ishlab chiqaruvchi esa deyarli monopol mavqega ega bo'ladi va mahsulotning kichik qismigina iqtisodiy bozorga chiqariladi. Yetuklik davrida ko'p seriyali ishlab chiqarish oldingi o'ringa chiqadi. Raqobat kurashida esa narx omili birlamchi ahamiyat kasb eta boshlaydi. Ushbu bosqichda bozorlarning kengayib borishi va texnologiyaning tarqalishi natijasida yanglik kashf etilgan mamlakat raqobat ustunligiga ega bo'lmay qoladi. Ishlab chiqarish ishchi kuchi arzon bo'lgan rivojlanayotgan mamlakatlarga ko'cha boshlaydi. Standartlashtirilgan ishlab chiqarish jarayonlarida arzon ishchi kuchidan samarali foydalanish mumkin.

Mahsulot hayotiylik davri pasayish bosqichiga o'tishi munosabati bilan unga bo'lgan talab qisqaradi. Bu holat ayniqsa rivojlangan mamlakatlarda kuzatiladi. Mahsulotni ishlab chiqarish va uni sotish asosan rivojlanayotgan mamlakatlarda to'planadi. Mahsulot yaratilgan mamlakat esa sof importyorga aylanadi. Mahsulotning hayotiylik davri nazariyasi ko'pchilik tarmoqlar evolyutsiyasini ifodalab beradi, ammo ushbu nazariya xalqaro savdo rivoji tendensiyalarining universal ta'rifi hisoblanmaydi. Miqyos ta'siri nazariyasi. 80-yillarning boshlarida P. Kryugman, K. Lankaster va ayrim boshqa iqtisodchilar klassik

nazariyaga muqobil ravishda, miqyos ta'siriga asoslangan xalqaro savdo nazariyasini taklif etdilar. «Mikroiqtisodiyot» kursidan yaxshi ma'lum bo'lgan miqyos ta'siri tushunchasining mohiyati shundan iboratki, aniq bir yaratilgan texnologiya va ishlab chiqarishni tashkil etishda mahsulot chiqarish hajmi o'sgan sari uzoq muddatli o'rtacha xarajatlar qisqaradi, ya'ni ommaviy ishlab chiqarish natijasida iqtisod qilish holati yuzaga keladi.

Mazkur nazariya mualliflarining nuqtayi nazariga ko'ra ko'pgina mamlakatlar (xususan sanoati rivojlangan) asosiy ishlab chiqarish omillari bilan bir biriga yaqin bo'lgan nisbatda ta'minlanganlar. Ushbu sharoitda ular uchun miqyos ta'siriga ega tarmoqlarga ixtisoslashgan holda o'zaro savdo aloqalarini yo'lga qo'yish manfaatli hisoblanadi. Bunday ixtisoslashish ishlab chiqarish hajmining oshishiga, mahsulotni eng kam xarajatlar bilan ishlab chiqarishga va natijada uning narxi past bo'lishiga imkon beradi. Ommaviy ishlab chiqarish ta'siri amalga oshishi uchun yetarli darajada keng bozor talab etiladi. Xalqaro savdo esa bunda hal qiluvchi rolni o'ynaydi. Chunki u mahsulot sotiluvchi bozorlarni kengayishiga imkon yaratadi. Boshqa so'zlar bilan aytganda, xalqaro savdo yagona integratsiyalashgan bozorni vujudga keltiradi va bu esa o'z navbatida alohida olingan mamlakat bozoridan ko'ra iste'molchilarga ko'proq miqdordagi mahsulotni arzonroq narxda taklif qilish imkoniyatini tug'diradi. Biroq shular bilan bir qatorda miqyos ta'sirining amalga oshirilishi sof raqobat muhitining buzulishiga olib kelishi mumkin. Chunki u ishlab chiqarishning konsentratsiyalashuvi, firmalarning yiriklashuvi, ularning monopolga aylanishi bilan bog'liq.

Nazorat uchun savollar

1. Xeksher-Olin nazariyasining muhim jihatlarini bayon etib bering.
2. Ishlab chiqarish omillari reversi tushunchasiga aniqlik kiriting.
3. Xeksher-Olin-Samuelson xulosalarini rad etgan tadqiqotlarning eng mashhuri kim tomonidan amalga oshirilgan?
4. M. Porter global strategiya sharoitida raqobat ustunligiga erishishning va undan foydalanishning qanday usullarini ajratadi?
5. Leontev paradoksiga qarshi keltirilgan ba'zi dalillarni keltirib o'ting.
6. Mamlakatning raqobat ustunligi determinantlari qaysi ko'rsatkichlarga asoslanadi?
7. Talab parametrlarini tushuntirib bering.

4-MAVZU. IMTIYOZLI FAKTOR MODELI

4.1. M.Porterning raqobatning besh kuchi nazariyasi

Raqobat muammosi bugungi kunda eng ko'p muhokama qilinadigan mavzulardan biriga aylanib bormoqda. Chunki ichki va tashqi bozorlarda raqobat muhiti kundan kunga kuchayib, raqobatlashish chegarasi firmalararo raqobatdan tarmoq, mamlakatlar va hududlar doirasigacha kengayib ketdi. Keyingi yillarda raqobat nazariyasi bilan jahonning ko'pgina taniqli olimlari shug'ullanib kelmoqda, ularning ichida amerikalik iqtisodchi Maykl Porterning (1947) raqobat nazariyasiga qo'shgan hissasi eng beqiyosdir va u bu sohada eng yirik olim sanaladi.

Raqobatning faqat erkin bozor iqtisodiyoti sharoitida to'laqonli amal qilishi hamda o'z mohiyatini to'liq namoyon eta olishini quyidagi jadval orqali kuzatish mumkin (1.1.1-jadval)

«Raqobat»ning turli iqtisodiyot sharoitlaridagi qiyosiy tavsifnomasi

Ma'muriy-buyruqbozlik iqtisodiyoti sharoitida	Erkin bozor iqtisodiyoti sharoitida
<ul style="list-style-type: none">• Raqobat «sotsialistik musobaqa» bilan almashtirilib kelindi. «Raqobat» so'zini ishlatish taqiqlanar edi.• Musobaqa kim o'zish, kim yaxshi natijalarga erishish uchun bo'lgan qalbaki bellashuv edi. Chunki erishilmagan yutuq va bajarilmagan ko'rsatkichlarga erishilishi «raqamlar» da ta'minlanardi.• Sotsialistik musobaqadagi majburiy safarbarlik usuli:<ul style="list-style-type: none">- tashabbuskorlik ruhini so'ndirardi;- sifatini yaxshilash va ishlab chiqarish xarajatlarini pasaytirish imkonini bermas edi;- «yalpi mahsulot» mafkurasi hokumronligida musobaqa ko'rsatkichlari ko'pincha miqdoriy ko'rsatkichlarga qarab bajarilar edi.	<ul style="list-style-type: none">• Raqobat rag'batlantiruvchi iqtisodiyotni harakatga soluvchi kuchdir. Shu sababli u bozor iqtisodiyoti mexanizmida asosiy o'rin oladi.• Raqobat rejalashtirilmaydi va qattiq nazorat ostiga olinmaydi. Raqobatchilikni bozordagi:<ul style="list-style-type: none">- talab va taklif;- narx-navo;- oligopoliya va monopoliya darajasi;- davlatning antimonopol siyosati belgilaydi.• Raqobatda majburiy safarbarlik bo'lmaydi. Bu yerda halol va erkin iqtisodiy raqobatni rivojlantirish evaziga ishlab chiqaruvchilar ustidan xaridorlarning hukmronligi o'rnatiladi.

Taniqli amerikalik olim M.E.Porterning tadqiqotlariga ko'ra, alohida bozordagi raqobatning holatini beshta raqobat kuchi orqali tavsiflash mumkin:

1. Sotuvchilarning bozordagi hukmronligi. Raqobatlashuvchi sotuvchilar o'rtasidagi bellashuv (har bir firma raqobat afzalliklaridan foyda olish va qulay mavqega ega bo'lish uchun o'zining shaxsiy raqobat strategiyasiga amal qiladi).



Ta'minotchilar tovarning bozordagi raqobatbardoshligiga xomashyo yetkazib beruvchi sifatida ta'sir ko'rsatadi. Xomashyo narxlarining ko'tarilishi ishlab chiqarish xarajatlarining ko'payishiga va shu asosda tayyor mahsulot tannarxining oshishiga olib keladi. Agar tovarlarning chakana narxlarini ko'tarish imkoni bo'lmasa, xomashyo narxlarining ko'tarilishi hisobidan tarmoqda tovar va xizmatlarni sotishdan keladigan foyda hajmi kamayib ketadi.

2. Bir-birini o'rnini bosuvchi va narx nuqtayi nazaridan raqobatbardosh bo'lgan tovarlar o'rtasidagi raqobat (o'rnini bosuvchi tovarlar tomonidan yuzaga kelgan xavf tufayli vujudga kelgan raqobat kuchlari).

Tarmoqdagi raqobatning strukturasi tarmoqdagi konsolidatsiya (jipslashuv) darajasiga bog'liqdir. Fragmentlangan (bo'lingan) tarmoqda potensial xatarlar ko'proq bo'ladi, chunki bunday tarmoqlarga kirib kelish nisbatan yengildir. Konsolidatsiyalangan tarmoqlarda odatda katta va mustaqil kompaniyalar faoliyat ko'rsatadi. Kompaniyalarning narx urushi olib borish imkoniyati raqobatning asosiy xatarli kuchidir. Bunday hollarda kompaniyalar sifatdagi ustunliklar bo'yicha raqobatlashishga intiladilar, ya'ni raqobatchilik urushi savdo markasiga sodiqlik va narx urushi ehtimolini kamaytirish pozitsiyalaridan olib boriladi. Bunday taktikaning muvaffaqiyati tarmoqda mahsulotni differensiyalash imkoniyatlariga bog'liqdir.

Tarmoqda talabning o'sib borishi raqobatning susayishiga va ekspansiya uchun katta imkoniyatlarning vujudga kelishiga olib keladi. Kompaniyalarda investitsiyalarga talab kuchayadi. Aksincha, talab o'sishining sekinlashishi raqobatni kuchaytirib yuboradi, kompaniyalar bozorlarni faqat boshqa kompaniyalardan tortib olish hisobigagina

qo'lg'a kiritishlari mumkin bo'ladi. Shunday qilib, talabning kamayishi – raqobatning kuchayishiga olib keladigan asosiy xatardir.

3. Yangi raqobatchilarning paydo bo'lish xavfi (yangi raqobatchilar paydo bo'lishi xavfi tufayli vujudga kelgan raqobat kuchlari).

Potensial raqobatchilarning kirish xavfi kompaniyaning daromadlariga tahdid solishi mumkin. Agar bu xavf kichik bo'lsa, kompaniya narxlarni oshirib, o'z daromadlarini ko'paytirishi mumkin. Bu omilning raqobatchilik kuchi kirish to'siqlarining balandligiga bog'liqdir. Bunday to'siqlarning uchta asosiy manbai bor:

- **Xaridorlarning savdo markasiga sodiqligi** (kirib kelayotgan kompaniyalar buni katta investitsiyalar evaziga bartaraf qilishlari mumkin)

- **Xarajatlar bo'yicha mutlaq ustunliklar** (ishlab chiqarish xarajatlarining yanada kamligi mavjud kompaniyalar uchun yangi kompaniyalar erishishi qiyin bo'lgan katta ustunliklar beradi)

- Ko'lamdan tejash – mahsulotni ishlab chiqarishda xarajatlarning kamaytirilishi, xomashyo va tarkibiy qismlarni katta miqdorda sotib olishdagi chegirmalar, reklamaga sarflanadigan xarajatlarni kamaytirish. Bular ishlab chiqarishni endi boshlayotgan kompaniyalar uchun katta qiyinchiliklar tug'diradi.

4. Xaridorlarning bozordagi hukmronligi (xaridorlarning iqtisodiy imkoniyatlari va savdo qobiliyatlari tufayli vujudga kelgan raqobat kuchlari).¹⁰

Bu quyidagi holatlarda amalga oshadi:

- yetkazib beruvchi soha bir necha kichik kompaniyalardan tarkib topgan bo'lib, xaridorlar kam bo'lganda;

- xaridorlar tovarlarni katta miqdorda sotib olganda;

- tarmoq o'z faoliyat turidan kelib chiqqan holda xaridorlarga kuchli darajada bog'liq bo'lganda;

- xaridorlar bir necha yetkazib beruvchi tarmoqlar ichidan eng past narx taklif qilayotganini tanlash imkoniyatiga ega bo'lganda (bu ushbu tarmoqda narx raqobatini kuchaytiradi) ;

- xaridorlar talabining tovar sifatiga, narxiga va servis darajasiga nisbatan noziklashib va chuqurlashib borishida.

¹⁰ Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран. М.: /пер. с англ. – Международные отношения, 2008, 782с.

5. Tarmoq ichidagi raqobat. Bu yerda ham uchta omilning ta'sirini ko'rsatib o'tish mumkin:

- tarmoqdagi raqobatning strukturasi (tarmoqdagi konsolidatsiya (jipslashuv) va fragmentlangan (bo'lingan) darajasiga bog'liqdir.;
- talabning shart sharoitlari;
- tarmoqqa kirish to'siqlarining balandligi.

Porter nazariyasiga ko'ra tarmoq raqobatini tahlil qilishning o'ziga xos xususiyatlari quyidagilardan iborat:

1. Tarmoqda raqobat kuchlarining aniqligi va samaradorligini aniqlashga;

2. Kompaniyaning raqobat kuchlari ta'siridan maksimal himoyalaniş pozitsiyasiga ega bo'lishga;

3. Raqobat kuchlariga qarshi ta'sir ko'rsatishga yordam beradi.

Raqobat besh kuchi nazariyasining oltin qoidasi – raqobat kuchlarining ta'siri naqadar zaif bo'lsa, tarmoqda kompaniya ko'proq foyda olish imkoniyatiga ega bo'ladi, va aksincha, raqobat kuchlarining ta'siri naqadar kuchli bo'lsa, tarmoqda kompaniya kamroq foyda olish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Rivojlangan G'arb mamlakatlarida, xususan, Jahon iqtisodiy forumida muntazam markaziy o'rin egallaydigan Raqobat ustunligi nazariyasi bugungi kunda O'zbekiston misolida qayta-qayta o'z tasdig'ini topmoqda. **Raqobat ustunligi nazariyasiga ko'ra (M.Porter, J.Saks, P.Krugman)** xalqaro bozorda kompaniyaning raqobatbardoshligi mamlakatning ishlab chiqarish omillari bilan ustunroq ta'minlanganligi emas, balki ushbu kompaniya uchun davlat qanday iqtisodiy institutlar va mexanizmlar orqali imkoniyat yaratayotganligi bilan baholanadi.

4.2. Korxonada (firmada) raqobat tahlilida SWOT analizini qo'llash

5 kuch modeli ko'proq strategik boshqarishda va marketingda quyidagi yo'nalishlarida qo'llaniladi:

- Kompaniyada SWOT tahlili o'tkazishda;
- Kengaytirilgan raqobat tahlili va bozor tahlilini tuzishda ishlatiladi.

(SWOT tahlil). Nomlanishi ingliz so'zlari abreviaturasidan tashkil topib kuch, zaiflik, imkoniyat va xavfni bildiradi. Tahlil

kompaniyaning kuchli va kuchsiz tomonlari, potensial bozor imkoniyatlari va xavflarni taqqoslashga asoslanadi. (2-rasm).



2-rasm. Korxonada (firmada) SWOT analizini qo'llash sxemasi

Raqobat holati taqqoslama jadvalining tuzilishi shunday ko'rsatkichlar tizimi yoki uning qismlariga asoslanishi kerakki, ular kompaniya ichki tahlili natijasini o'zida aks ettiradi. Agar har bir ko'rsatkich raqobatchilar bilan taqqoslanib, besh ballik shkala bo'yicha baholansa va jadvalga ko'chirilsa unda kompaniyaning taqqoslama profilini qurish mumkin, bunda kompaniyaning raqobatchilarga nisbatan u yoki bu yo'nalishdagi ustunligi yoki kamchiliklari yaqqol namoyon bo'ladi. 2- rasmda asosiy omillarning na'munaviy ro'yxati taqqoslama tahlil uchun keltirilgan.

Strategik guruhlar tahlili. Strategik guruhlar deganda muhim strategik ko'rsatkichlarga bir xil strategik munosabatlarga ega bo'lgan tarmoq kompaniyalari yig'indisi tushuniladi. Strategik guruhlar tahlilida asosiy e'tibor tavsifga, o'ziga xosligi va raqobatchi kompaniyalar strategiyasiga qaratilgan. Asosiy tahlil qilinadigan savollardan biri - kompaniyaning ma'lum strategik guruhga o'zining

foydalilik darajasi bilan tegishli bo'lishidir. Umuman strategik guruhlar tahlili tarmoqdagi tabaqalashgan holatni olishni ta'minlaydi va kompaniyaning guruhdagi o'rnini belgilaydi.

SWOT analizi bosqichlari

SWOT analiz 1- bosqichi vazifalari quyidagilardan iborat:

- Tovarlar patentbardoshligi;
- Tovarlar narxi;
- Texnologiyaning progressivligi;
- Kadrlar malakasi;
- Resurslar narxi;
- Asosiy fondlar yoshi (yangi, eskiligi);
- Firmaning geografik joylashuvi;
- Infrastruktura;
- Marketing va menejment tizimi;
- Tizimga kirish va chiqishda raqobat kuchi darajasi kabilar o'rganiladi.

SWOT analiz 2-bosqichi vazifalari quyidagilardan iborat:

Firmaning kuchsiz tomonlari o'rganiladi. Ishlab chiqarilayotgan tovarlarning raqobatbardoshligi barcha bozorlar bo'yicha o'rganiladi. Konkret tovarlar raqobatbardoshligining kompleks ko'rsatkichlari, foydali effekt (integral sifat ko'rsatkichi), jami xarajatlar, tovardan foydalanish shartlari, firmaning raqobat ustunligi bo'yicha 1 bosqichdagi ko'rsatkichlar zaifligi aniqlanadi.

SWOT analiz 3-bosqichi vazifalari quyidagilardan iborat:

Firmaga strategik va taktik tahdidilarni prognozlash va o'z vaqtida xarajatlarni kamaytirish maqsadida firmaning makro muhit omillari o'rganiladi. (siyosiy, iqtisodiy, texnologik, bozor va boshqalar).

SWOT analiz 4- bosqichi vazifalari quyidagilardan iborat:

Firmaning tahdidni bartaraf etish, kuchlarni o'sishi va zaiflikni pasaytirish uchun zarur bo'lgan strategik va taktik imkoniyatlari (kapital aktiv va boshqalar) o'rganiladi.

SWOT analiz 5-bosqichi vazifalari quyidagilardan iborat:

Firma strategiyasining alohida bo'limlari proyektini shakllantirish maqsadida kuchlar va imkoniyatlar muvofiqlashtiriladi.

Ta'minotchilar tovarning bozordagi raqobatbardoshligiga xomashyo yetkazib beruvchi sifatida ta'sir ko'rsatadi. Xomashyo narxlarining ko'tarilishi ishlab chiqarish xarajatlarining ko'payishiga va shu asosda tayyor mahsulot tannarxining oshishiga olib keladi. Agar tovarlarning chakana narxlarini ko'tarish imkoni bo'lmasa, xomashyo narxlarining ko'tarilishi hisobidan tarmoqda tovar va xizmatlarni sotishdan keladigan foyda hajmi kamayib ketadi.

Differensiatsiya kuchayib borgan sari har bir sotuvchi absolyut (mutlaq) monopoliyaga ega bo'ladi, ammo shu bilan birga, o'rnini bosa oladigan boshqa mahsulot ishlab chiqaruvchining nomukammal raqobatiga uchraydi. Shundan kelib chiqib, barcha sotuvchilar «raqobatchi monopolistlar» bo'lib, «monopolistik raqobat» kuchlari ta'siri sharoitida ish yuritadilar.

Sotuvchi-monopolist qo'shimcha xarajatlar qilish yo'li bilan sotilayotgan mahsulot hajmini oshirishi (bunda tovar bahosi pasayishi) mumkin. Boshqa xuddi shunday tovar sotuvchilar esa bu shuni darhol amalga oshira olmaydi deb raqobatdosh tovar markasi bahosini pasaytirish yoki yangisini i.ch. davomida, xuddi shunday choralar boshqa raqobatchi tomonidan qo'llanilishi mumkinligidan bexavotir bo'ladi.

Korxonalar (firmaning) ma'lum bir davr mobaynida strategik holatini baholash quyidagi ko'rsatkichlarga asoslanadi:

1. **Korxonalar (firmaning)** nisbiy o'lchami;
2. **Korxonalar (firmaning)** o'sishi;
3. Bozordagi tovar va xizmatlarni sotishdagi ulushi;
4. Bozordagi pozitsiyasi;
5. **Korxonalar (firmaning)** solishtirma rentabelligi;
6. Sof daromadi;
7. **Korxonalar (firmaning)** texnologik holati;
8. Tashqi ko'rinishi;
9. Rahbariyat va peronal (kadrlar).

Raqobatning baholanmaydigan omillari qatoriga tovarlar sifati va reklama kiradi va ular individual yoki alohida xususiyatlarga egadir. **Differensiatsiya** mahsulotning o'z ma'lum xususiyatlari asosida shakllanishi, masalan, *alohida xususiyatlar* - firma markasi, firma nomi, qadoqlash yoki tara (agar ular bo'lsa) bo'yicha yoki sifat, shakl, rang, stil asosida *individual xususiyatlari* bilan belgilanadi.

Differenziatsiyalashgan mahsulot baho muammosi raqobatli talab va xarajat egri chiziqlari doirasiga kiritilishi mumkin emas, bu avvaldan xulosalardagi xatolarga olib keladi; baho haddan tashqari past, ishlab chiqarish masshtabi - juda katta, korxonalar soni - juda kichik bo‘lib chiqadi. Bundan tashqari raqobatning yana ikkita jihati: differenziatsiya va sotish xarajatlari bo‘tunlay tushib qoladi. Shu sababli baholarni to‘la bilmaslik mahsulotga talab elastikligi (qayishqoqlik)ni pasaytiradi, bu esa reklama talabning elastikligini oshirishi, baholar raqobatini esa ancha keng qilishiga o‘xshaydi va baholar yordamida talab etiladigan qo‘shimcha xarajatlarni qoplaydi.

Raqobat kurashi evolyutsiyasi tovar sifatini oshiradi (buni patent, mualliflik huquqlari, firma himoya belgilari, firma alohida qadoqlash usuli, mahsulot sifatini yaxshilash maqsadida, firmaning qulay joylashuvi). Reklama esa, erkin raqobat sharoitidan farqli ravishda, bozorlar qo‘shilib ketishiga yo‘l qo‘ymaydi. Baholanmagan raqobat omillari firmani xaridorlar talabini qondirish uchun yangi imkoniyatlar qidirishga undaydi, ularga «havasning pullik qoidalari» ni singdirib boradi.

Ishlab chiqarish va sotish harajatlari konsepsiyasida xarajatlar fabrika doirasida tovarlarni ishlab chiqarishga ketgan sarflardangina (birinchi) emas deb qaraladi. Transport (tashish), sartirovka (ajratish), saqlash, uylarga etkazish xarajatlari (ikkinchi) mavjud bo‘lib, ular talablarni qondirish uchun yanada yaxshi qulayliklar yaratadi. Ikki xil ko‘rinishdagi xarajat o‘rtasida chegara o‘tkazish (ishlab chiqarish xarajatlari, sotish xarajatlari) taklif va talab o‘rtasidagi farq kabi qiymat nazariyasida fundamental ahamiyat kasb etadi. Sotish xarajatlari mazkur mahsulotga talabni oshiradi, ishlab chiqarish xarajatlari uning taklifini oshiradi.

4.3. Korxonada (firmada) raqobat tahlilida “McKinsey 7S” tahlil modelini qo‘llash

O‘tgan asrning 80-yillarida AQSHning “McKinsey” konsalting kompaniyasi maslahatchilari guruhi tomonidan ishlab chiqilgan “McKinsey 7S” modelini qo‘llash iqtisodiyotimizning rivojlanishiga yaqindan yordam beradi. Modelning asosiy mualliflari Tom Peters va Robert Vattermanlar hisoblanib, ular tomonidan modelning asosiy

tamoyillari ko‘rsatib o‘tilgan va mazkur tamoyil asosida korxonalar boshqaruv faoliyatini takomillashtirish imkoniyatlari mavjud bo‘ladi.

Bugungi kunga kelib, model butun dunyoda amaliyotda qabul qilingan hamda korxonalar tasarrufida omilkor biznes jarayonlarini yaratishga va optimallashtirish uchun foydalanadigan strategik menejment va marketing bo‘yicha ko‘plab korxonalar rahbarlari va mutaxassislarining ishonchini qozongan. “McKinsey 7S” modeli kompaniyaning ichki tashkiliy tuzilmasini va faoliyat ko‘rsatish tamoyillarini tahlil qilishning qulay vositasi hisoblanadi. Ushbu model asosida tashkilot mikroiqtisodotining yettita asosiy elementi tahlil qilinadi va quyidagi xulosani berishga imkon beradi, ya’ni korxonalar tasarrufidagi biznes jarayonlar qanday darajada yaxshi tashkil etilgan va mavjud resurslar qanchalik samarali tarzda yo‘naltirilgan.

“McKinsey 7S” modeli har qanday korxonaning ichki biznes jarayonlarini takomillashtirishga, korxonalar samaradorligini oshirishga yordam beradi hamda tashkiliy tuzilmada rejalashtirilgan o‘zgarishlarning mumkin bo‘lgan natijalarini tahlil qilish, bo‘linmalarni birlashtirish va birlashuvni amalga oshirish, korxonaning rivojlanish strategiyasini amalga oshirishning eng yaxshi usulini aniqlash uchun xizmat qiladi. Bu korxonani rivojlantirishda inson omili yoki mavjud texnika bilan emas, balki faqat korxonaning tuzilmasini tadqiq etadi, bu esa korxonaning istiqbolini baholashda va tahlil qilishda asosiy vazifani bajaradi.¹¹

Tahlil va natijalar

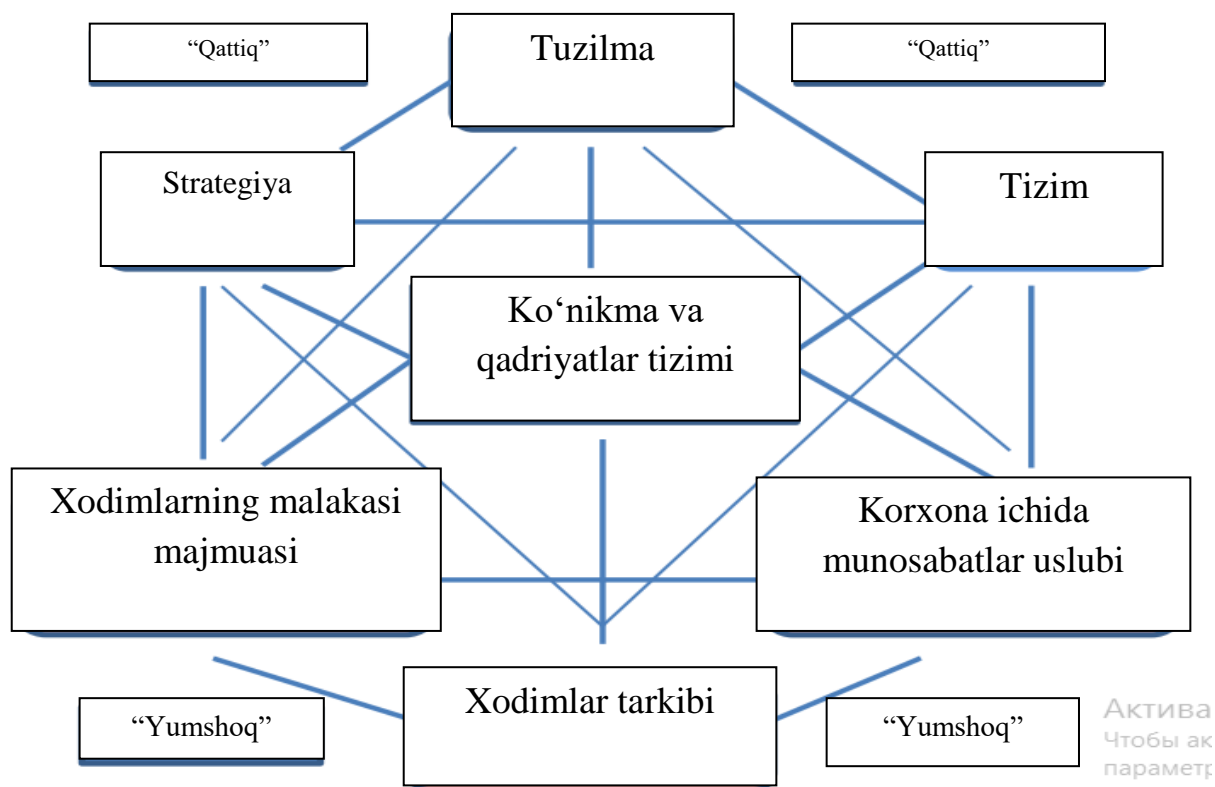
“McKinsey 7S” modeli quyidagi yettita tamoyilni o‘zida jamlaydi:

- korxonalar strategiyasi;
- korxonaning tarkibiy qismi;
- boshqaruv tizimi;
- korxonalar tasarrufidagi munosabatlar uslubi;
- xodimlar faoliyati tarkibi;
- ko‘nikma va qadriyatlar miqdori;
- xodimlarning malakasi.

¹¹Лобзов А.В. Без чего не работает корпоративная система управления проектами // Российское предпринимательство. – 2015. – Том 16. – № 13. – С. 2045- 2052.

Model tashkilot muhitining yettita asosiy tamoyilini tahlil qilish asosida qurilgan. Modeldagi barcha tamoyillar o‘zaro bir-biriga bog‘liq. Bu shuni anglatadiki, yuqorida ko‘rsatilgan sohalarning hech bo‘lmaganda bittasi o‘zgarsa, darhol boshqa o‘zgarishlarni talab qilinadi. Quyidagi 1-rasmda “McKinsey 7S” modelining namuna sifatida bir ko‘rinishi keltirilgan. Chizmada barcha tamoyillar bir-biriga bog‘langan hamda “yumshoq” va “qattiq” ikki yirik bo‘linmalarga bo‘lingan.

Korxonaning tuzilishi, strategiyasi va boshqaruv tizimi — bu bo‘linmalar korxonaning “qattiq tamoyillar”ning uch qismini o‘z ichiga oladi va bu tamoyillar mos ravishda korxonani boshqarishni osonlashtirish va istiqbolini baholashda qulayliklar tug‘diradi. Modelning barcha boshqa qismlarini o‘z ichiga olgan "yumshoq tamoyillar" esa boshqarish va baholashni murakkablashtiradi, biroq ko‘p hollarda korxonaning asosiy tarkibiy qismlarini shakllantiradi va ular uzoq muddatli raqobatbardoshlik tamoyillarini yaratishi mumkin. (1-rasm).



1-rasm. “McKinsey 7S” modeling tuzilishi.¹²

¹²www.iqtisodiyot.uz

Korxonada ko'nikmalar va qadriyatlar tizimi bejizga "McKinsey 7S" modelining markazida joylashgan emas. Model mualliflari korxonada faoliyatining asosiy tamoyillari va vakolatlarini ichki muhitning qolgan barcha tamoyillariga ta'siriga va ahamiyatiga alohida urg'u berishni ta'kidlab o'tganlar. Yuqorida aytib o'tilganidek, "**McKinsey 7S**" **modeli** korxonada ichki muhitning yettita asosiy tamoyiliga asoslangan. Quyida modeldagi har bir elementni batafsil ko'rib chiqamiz.

Korxonada strategiyasi. Korxonada strategiyasi uzoq muddatli rivojlanish rejasini belgilaydi, bu biznesning raqobatbardoshligini oshirishga va barqaror raqobatbardosh ustunliklarni yaratishga yordam beradi. To'g'ri tanlangan strategiyaning mezonlari quyidagilardir, ya'ni: maqsadlarning aniq shakllantirilishi, uzoq muddatli maqsadlarga ega bo'lishi, raqobatbardosh ustunlikka erishishga yo'naltirilgan bo'lishi, korxonaning umumiy faoliyatining bilan o'zaro bog'liqligi.

Korxonaning tuzilishi. Modeldagi tuzilmaga ko'ra, har bir bo'limning bog'liqlik tamoyillari, ustuvorligi va javobgarlik sohasi ko'rsatilgan korxonada tarkibidagi turli bo'limlar o'rtasidagi o'zaro munosabatlarni tashkil etish usullari tushuniladi. Modelning bu tamoyili mos ravishda va oson o'zgarishi mumkin.

Boshqaruv tizimi. Boshqaruv tizimi korxonaning muntazam operatsion (amaliy) tartiblarini ta'riflaydi. "McKinsey 7S" modelining ushbu tamoyili boshqaruv qarorlari qanday qabul qilinganligi, korxonada kundalik ishlar qanday amalga oshirilayotgani, biznesning qanday usullari rivojlanayotganligi uchun javob beradi.

Qadriyatlar tizimi. Qadriyatlar tizimi korxonada faoliyat ko'rsatayotgan xodimlarning kasbiy qobiliyati va vakolatlar doirasi miqyosini ifodalaydi.

Xodimlar tarkibi. Xodimlarni ishga qabul qilish, ularni mutaxassisliklarga ajratish, ularga ko'rsatma va tavsiyalar berish va rag'batlantirish. Bu tamoyil korxonada xodimlarning amalda qay darajada faoliyat yuritayotganini tahlil etadi.

Korxonada tasarrufidagi munosabatlar uslubi. Bu tamoyil korxonada tomonidan qabul qilingan boshqaruv uslubini ifodalaydi. Korxonada rahbarlar faoliyati natijasi va biznesni rivojlantirish uchun muhim qarorlar qabul qilishda ularning rolini ifodalaydi.

Xodimlarning malakasi. Bu tamoyil korxonada xodimlarini qayta tayorlash va malakasini oshirish, ularning etuk darajada faoliyat yuritishi uchun yetarli darajada malakaga ega bo'lishlarini ta'minlaydi.

“McKinsey 7S” modelini amaliyotda qo'llash jarayonida olib boriladigan asosiy vazifalar quyidagilardan iborat:

Bu yerda oltita tamoyillar ko'rib chiqiladi, ya'ni:

- model elementlari ta'rifi;
- qarama - qarshiliklar tahlili;
- mukammal modelni yaratish usuli;
- asosiy o'zgarishlarni aniqlash;
- o'zgarishlarni kiritish;
- modelni qayta tahlil qilish.

1. Model elementlari ta'rifi. Birinchi bosqichda 2-jadvalda keltirilgan nazorat ro'yxatidan (anketadan) foydalanib, modelning har bir tamoyilini tavsiflanadi. Modelning har bir tamoyilini monosyllables (murakkab) usulda ifodalangan ma'lumotlardan foydalanib, mumkin qadar batafsil tushuntirishga harakat qilish lozim.

2. Qarama-qarshiliklarni tahlil qilish. Ikkinchi bosqich – bu barcha tamoyillarni o'zaro tahlil qilish va ular o'rtasidagi o'zaro qarama-qarshiliklar mavjudligini aniqlash, ular bir-birlari bilan qanchalik bog'liq va bir-birini qo'llab-quvvatlashini o'rganadi.

Qadriyatlar tizimini tahlil qilish quyidagi amallar orqali bajariladi: strategiya, tuzilma va boshqaruv tizimiga nisbatan qanchalik mukammalligi tahlili. So'ngra “qattiq” tamoyillar tahlili olib boriladi, ya'ni, ular bir-biri bilan qanday aloqadalar va ular o'rtasida bir-birilarga nisbatan ziddiyatlarning mavjud emasligi o'rganiladi. So'ngra “yumshoq” tamoyillarning qaysi elementlari “qattiq” elementlarga mosligi tahlil etiladi va “yumshoq” tamoyillarning o'zaro zid kelmasligi tahlil qilinadi.

3. Mukammal modelni yaratish usuli. Uchinchi bosqich – korxonaning mukammal modelini yaratishdan iborat, unda barcha yettita tamoyil birlashtiriladi. Modelni qo'llashning bu bosqichi eng uzoq muddatlidir va ko'plab muqobil usullarni qo'llashni talab qiladi. So'ngra qo'llaniladigan mukammal modelni yaratish uchun korxonaning mavjud tuzilmasi va qadriyatlarini inobatga olgan holda eng kam qarshilik ko'rsatish yo'li tanlanadi. Birinchidan, “yumshoq” tamoyillarda qanday holatlar ro'y berishi mumkinligi o'rganiladi,

soʻngra bu tamoyillarning korxonaga “qattiq” tamoyillariga mos kelishi oʻrganiladi. Ikkinchidan har bir “qattiq” tamoyilni oʻzgartirish amalga oshiriladi. Uchinchi bosqichda korxonaning asosiy qadriyatlarini koʻtarish vazifalari amalga oshiriladi.

4. Oʻzgarishlar rejasi. Toʻrtinchi bosqich – korxonani qayta tashkil etish zaruriyati aniqlanadi va rivojlanish jarayoniga toʻsqinlik qiluvchi qarama-qarshiliklarni bartaraf etish va korxonaning samaradorligini koʻtarish uchun modellarning barcha tamoyillarining bir-birini toʻldirishi va taʼminlashi uchun qanday muhim oʻzgarishlar qilish zarurligi belgilanadi. Bu amaldagi va takomillashtirilgan (mukammal) modellarni bir-biri bilan solishtirish imkonini yaratadi.

5. Oʻzgarishlar kiritish. Beshinchi bosqich – korxonani takomillashtirishga moʻljallangan rejalarni amalga oshirishdan iborat. Har qanday holatda loyihani amalga oshirish eng muhim va murakkab bosqich hisoblanadi. Korxonada qabul qilingan qarorlar ijobiy natija bermasa, korxonaning iqtisodiy oʻsishi ham roʻy bermaydi. Shuning uchun, oʻzgarishlarni amalga oshiruvchi va tahlil qiluvchi alohida guruhini shakllantirish maqsadga muvofiqdir va bu guruh tarkibiga xolis xodimlar jalb etiladi.

6. Monitoring (Nazorat). Soʻnggi oltinchi bosqich, amalga oshirilgan ishlarni kuzatib borish va ushbu modeli yettita tamoyilning har birini tahlil qilish asosida qayta qurishni amalga oshiradi. Har bir tamoyilni oʻzgartirish, boshqa tamoyillarni qisman oʻzgarishiga olib keladi, shuning uchun korxonaga mikroiqtisodiyotini barcha yettita tamoyillari faoliyatini muayyan tartibli nazorotini taminlaydi. “McKinsey 7S” modeli boʻyicha korxonaga mikroiqtisodiyotini barcha qismlarini tahlil qilish uchun kichik nazorat varaqasini yaratish va uni muntazam toʻldirib borish taklif etiladi. Natijada korxonaga faoliyati mazkur model asosida qanday yutuq yoki kamchiliklarga ega boʻlishi kuzatib boriladi. Varaqada korxonaning asosiy qadriyatlarini qaysi tamoyillar tashkil etadilar, korxonaning korporativ madaniyati qanday shakllanadi, qabul qilingan qarorlarning qay biri qanchalik samara berishi haqida axborotlar toʻplanadi.

Modelning faoliyat koʻrsatishi namunasi. Biz quyida “McKinsey 7S” modelining korxonaga amaliyotda faoliyat koʻrsatishi boʻyicha namunasi koʻrib chiqamiz. Bizning misolimizda biz tahlil qilayotgan korxonada roʻy berayotgan mikroiqtisodiy oʻzgarishlarni koʻrib

chiqamiz va model korxonada biznesining tashkiliy vazifalarini hal qilishda qanday yordam berish amallari o‘rganiladi. 1-qism.

Internet orqali korxonada muayyan xizmatlarni taklif qilsin. Korxonaning asosiy strategiyasi uning bozordagi ulushini oshirishdan iborat. Korxonaning o‘z faoliyati yangi tashkil etilganligi sababli, korxonada boshqaruv iyerarxiyasining yuqori bo‘g‘inidagi bir necha rahbarlarga bo‘ysunadi va bo‘g‘inning quyi qismi bir necha xodimlardan iborat bo‘ladi. Korxonaning kichikligi tufayli xodimlarning harakatini muvofiqlashtirish uchun murakkab rasmiy tizimlar yaratish shart emas. Mazkur korxonada uchun “McKinsey 7S” modeli quyidagi ko‘rinishga ega:

1-jadval

Korxonada uchun “McKinsey 7S” modelining ko‘rinishi¹³

<i>7S modeli tamoyillari</i>	<i>Tamoyillar tavsifi</i>	<i>Ziddiyat</i>
Korxonada strategiyasi	Hozirgi assortimentning asta-sekin qamrab olinishi	yo‘q
Korxonaning tuzilmasi	Ma‘muriy buyruqbozlik tizimi	yo‘q
Boshqaruv tizimi	Buyurtmalarni qayta ishlash tizimi va mijozlar bilan ishlash, bo‘limlarning ishini nazorat qilish, xodimlarni boshqarish	yo‘q
Xodimlar malakasi	Xizmatlarni sotish bilan bog‘liq bo‘lgan ishlanmalar korxonada yaxshi ifodalangan. Boshqaruv va analitik ko‘nikmalarning yo‘qligi	yo‘q
Xodimlar tarkibi	Xodimlarning eng ko‘p miqdori va ularning motivatsion murakkab tizimlari.	yo‘q
Korxonada tasarrufidagi munosabatlar uslubi	Demokratik, qisman noto‘g‘ri boshqaruv uslubi.	yo‘q
Ko‘nikma va qadriyatlar miqdori	Foiz va eng yuksak mahorat	yo‘q

¹³“Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnal. №2. 2018 y.

Natijalar: Korxonaning barcha qismlari bir-biriga mukammal darajada bog‘liq va ularning faoliyati bir-biriga zid kelmaydi. Bu holatda korxonada samarali faoliyat ko‘rsatadi va kengayadi.

2-qism. Korxonada ancha kengaygan, uning tarkibida 500dan ortiq xodimlar faoliyat ko‘rsatadi va uning bozordagi mahsulot turi bo‘yicha ulushi 50%dan oshadi. Korxonada tuzilmasi asta sekinlik bilan byurokratik mashinaga aylanadi hamda xodimlarni rag‘batlantirishning yangi tizimlari paydo bo‘ladi. Korxonaning qadriyatlari tizimi ham rivojlana borib, xodimlar yuqori malakasi va faolliklari ham qadrlil va ahamiyatli shaklga ega bo‘ladi.

Avvalgi qadriyatlar (ishonch va guruhda faoliyat ko‘rsatish) yangi xodimlarning ko‘payishi hisobiga dolzarblik maqomini yo‘qotadi. Korxonaning ushbu holatini tahlil qilgan holda model quyidagi ko‘rinishga ega bo‘lishi mumkin:

2- jadval

Korxonada uchun “McKinsey 7S” modelining ko‘rinishi¹⁴

<i>7S Elementi</i>	<i>Elementlar tavsifi</i>	<i>Ziddiyat</i>
Korxonada strategiyasi	Ishlab chiqarilayotgan mahsulot orqali bozorni egallab olish	ha
Korxonaning tuzilmasi	Byurokratik mashina	yo‘q
Boshqaruv tizimi	Buyurtmalarni qayta ishlash tizimi va mijozlar bilan ishlash, bo‘limlar faoliyati nazorati, xodimlarni boshqarish	ha
Xodimlar mahorati yig‘indisi	Korxonada aniq namoyon bo‘lgan mahsulotlarni sotish asosida shakllangan mahorat	ha
Xodimlar tarkibi	Xodimlarning katta miqdori va ularning rag‘batlantirishning murakkab tizimlari	yo‘q
Korxonada ichidagi munosabatlar uslubi	Boshqaruvning demokratik, qisman xaotik usuli	ha
Qadriyalar miqdori:	Yuqori mahorat va faollik	ha

¹⁴“Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnal. №2. 2018 y.

Ko‘plab muqobil variantlar tahlili shuni ko‘rsatadiki, korxonalar faoliyatiga ikkita mikroiqtisodiyot elementlarni moslashtirish maqsadga muvofiqdir, ya‘ni: bo‘ysunish va javobgarlik tizimiga ko‘maklashuvchi byurokratik tuzilma belgilangan maqsadlarga yuqori darajada erishish imkonini beruvchi xodimlar tarkibi. Biroq mikroiqtisodiyotning qolgan beshta elementlari korxonaning keskin rivojlanishi sharoitida o‘zaro qarama-qarshilik sharoitida bo‘ladilar. Bunday tahlil korxonalar hayot faoliyati kengayishi qobiliyati mavjud emasligini ko‘rsatadi. Bozorning katta qismini egallangandan so‘ng uni to‘liq qamrab olish murakkablashadi. Ushbu holatda, bozorga yangi mahsulotlarni kiritish va geografik ekspansiya(kengayish) amali yaxshi strategiya bo‘lib hisoblanadi. Shu bilan birgalikda korxonalar faoliyatida strategik rejalashtirish hamda axborotlarni to‘plash va tahlil qilish tizimlarining yetishmovchiligi holatlari ham kuzatiladi. Mazkur tizimlar korxonaning bozordagi ulushini saqlab qolish va xususiy biznes amallarini tartibga solish uchun zarur hisoblanadilar. Boshqaruvning turli usuli korxonalar uchun yangi muammoni yaratadi, rahbariyat katta tashkilotni boshqarish ko‘nikmalariga ega bo‘lmagan holda korxonalar o‘sishiga salbiy ta‘sir ko‘rsatuvchi boshqaruvning demokratik usullarini qo‘llab-quvvatlash usuliga o‘tadi. Bunda boshqaruvning yangi ko‘nikmalari zudlik bilan korxonalar tizimiga tatbiq etilishlari zarur.

Biz yuqorida “McKinsey 7S” modeli bilan ishlash usulini ko‘rib chiqdik. Model oddiy bo‘lgani bilan birga amaliyotda modelda mavjud bo‘lgan yettita elementni mos ravishda to‘plash murakkab vazifa hisoblanadi. Bunday moslik korxonalar tasarrufidagi qarama-qarshiliklarni oldini olish va biznes jarayonlarni takomillashtirish bo‘yicha amallarni tartibga solish imkonini yaratadi.

O‘zbekiston respublikasi davlat tasarafidan chiqarilgan korxonalar oldida turgan vazifalardan biri chuqur raqobat sharoitida faoliyat ko‘rsatish hamda keng assortimentga ega bo‘lgan sifatli mahsulotlar ishlab chiqarish dolzarb vazifa bo‘lib qolmoqda. Bunday murakkab masalalarni ijobiy hal etishda korxonalarining boshqaruv tizimlarini ko‘p tamoyillik va bozor infrastrukturasiga mos ravishda tashkil etish korxonalarining rivojlanishi garovidir. Mazkur tamoyillar bilan birga korxonalarining tashkiliy tuzilmasini “McKinsey 7S” modeli asosida tahlil etish hamda “yumshoq” va “qattiq” tamoyillarini aniq tarzda

belgilanishi va ular o‘rtasidagi bog‘liklarni mukammal darajada o‘rnatish korxonada turgan vazifalarni yuqori darajada hal etish imkonini beradi.

Tatbiq qilishga mo‘ljallangan model asosida belgilangan tamoyillardan “qattiq” tamoyillar o‘rtasidagi aloqalarni tadqiq etishda matematikaning “qattiq”, ya’ni aniq hisoblashlarini tatbiq etilishi, “yumshoq” tamoyillar o‘rtasidagi aloqalarni tadqiq etishda esa “yumshoq” hisoblashlarni tatbiq etilishi tamoyillar o‘rtasidagi aloqalarni mukammal tarzda o‘rnatish imkonini yaratadi.

Nazorat uchun savollar

1. Taniqli amerikalik olim M.E.Porterning tadqiqotlariga ko‘ra, alohida bozordagi raqobatning holatini nechta raqobat kuchi orqali tavsiflash mumkin ?

2. Raqobat besh kuchi nazariyasining oltin qoidasi ta’rifi qanday ?

3. SWOT analizi bosqichlari tushuntirib bering.

4. Differensiatsiya nima?

5. “McKinsey 7S” modeli qanday model?

6. “McKinsey 7S” modelini amaliyotda qo‘llash jarayonida olib boriladigan asosiy vazifalar nimalardan iborat ?

5-MAVZU. NOMUKAMMAL RAQOBAT NAZARIYALARI

5.1. Nomukammal raqobat turlari, amalga oshish sabablari

Nomukammal raqobat – XIX asrning oxirlarida ishlab chiqarish va kapitalning konsentratsiyasi jarayonining kuchayishi natijasida monopol tuzilmalarning tarkib topishi bilan vujudga keldi. «Monopoliya» atamasi (grekcha monos – yagona, poleo – sotaman) tarmoqning yagona ishlab chiqaruvchidan iborat bo‘lishini anglatib, u ishlab chiqarish hajmi va narx ustidan nazorat o‘rnatish imkoniyatiga ega bo‘ladi. Monopolistning asosiy belgilari sifatida ishlab chiqarishning yuqori darajadagi konsentratsiyalashuvi; uning muayyan tovar bozoridagi ustun mavqega egaligi; ishlab chiqarish hajmiga bevosita ta’sir o‘tkazish orqali monopol narxni belgilashi va tegishli ravishda, monopol foyda olish imkoniyati.

Monopoliyalar tarmoqqa kirishdagi iqtisodiy, texnik, huquqiy va boshqa ko‘rinishdagi to‘siqlarning mavjud bo‘lishi natijasida paydo bo‘lib, ularning asosiylari sifatida quyidagilarni ko‘rsatish mumkin:

- a) ishlab chiqarish miqyosi keltirib chiqaradigan to‘siqlar;
- b) tabiiy monopoliyalar tavsifidagi to‘siqlar;
- v) patent va litsenziyalar;
- g) iqtisodiy resurslarning muhim turlariga xususiy mulkchilik va h.k.

Oligopoliya tushunchasi (grekcha oligos – ozchilik, poleo – sotaman) ishlab chiqarish va bozorda uncha ko‘p bo‘lmagan yirik ishlab chiqaruvchilarning hukmron mavqeyini anglatadi. Shunga ko‘ra, oligopolistik raqobat tarmoqdagi tovar ishlab chiqarish va sotish hajmini to‘liq egallab olgan bir necha yirik firmalar o‘rtasidagi iqtisodiy kurashni ifodalaydi. Oligopolistik tarmoqda bir xil (po‘lat, mis, alyuminiy, qo‘rg‘oshin, temir va boshqalar) yoki tabaqalashgan (avtomobillar, kir yuvish vositalari, tamaki mahsulotlari, maishiy elektr buyumlari va boshqalar) mahsulotlar ishlab chiqariladi.

Oligopoliya sharoitidagi raqobat o‘zaro bog‘liq bo‘lib, bunday tarmoqdagi hech bir firma o‘zining narx siyosatini mustaqil o‘zgartirishga botina olmaydi. Chunki, oligopoliya bozorida narx vositasidagi raqobatlashuv uning ishtirokchilariga naf keltirmaydi. Agar raqiblardan biri, boshqalarni bozordan siqib chiqarish maqsadida,

narxni pasaytirsam, qolgan ishlab chiqaruvchilar ham o'z xaridorlarini yo'qotmaslik uchun o'z tovarlari narxlarini pasaytiradilar. Natijada mazkur tovarning umumiy narxi pasayib, oligopolistlarning foydasi kamayadi, bozordagi ulushlar esa avvalgi holatida saqlanib qoladi. Boshqa firmalar tovarlarining narxi o'zgarmagani holda, biror bir firmaning o'z tovarlari narxini oshirishi esa, uning bozordagi sotish hajmining qisqarishiga yoki bozordan siqib chiqarilishiga olib keladi.

Shunga ko'ra, oligopolistik raqobat sharoitida firmalar narx siyosatini o'zaro bog'liq holda olib boradilar. Bunda nisbatan yirik firma narx belgilash bo'yicha yetakchilik qilib, qolgan firmalar esa uning xatti-harakatiga ergashadilar.

Biroq oligopolistik tarmoqda firmalar sonining ko'p bo'lmasligi yashirincha kelishuv, ya'ni narxlarning maqbul darajasini belgilash, sotish bozorlarini bo'lib olish va boshqa yo'llar orqali raqobatni cheklash uchun imkoniyat yaratadi.

Shuningdek, oligopoliya sharoitida narxsiz raqobatga asosiy o'rin beriladi. Chunki bir tomondan, raqobatchilar uchun o'z mahsulotlari sifati va reklamasini o'zgartirish ancha murakkab jarayon hisoblansa, boshqa tomondan, kamdan kam holda narxsiz raqobatni ta'minlash uchun yetarli moliyaviy resurslarga ega bo'ladilar.

Monopolistik raqobat monopoliya va raqobat unsurlarining uyg'unlashuvi orqali ro'y beradi. Ba'zi bir manbalarda u «mahsulotlarning tabaqalanishi» deb ham ataladi.¹⁵ Chunki, monopolistik raqobatning xususiyatli tomonlaridan biri – bu mazkur mahsulotning tabaqalanishi, ya'ni boshqa o'xshash mahsulotlardan farq qiluvchi jihatlari (masalan, sifati, tarkibi, qadoqlanishi, dizayni va boshqalar)ning mavjudligi hisoblanadi. Natijada, mazkur mahsulot egasi, u qadar ahamiyatli bo'lmas-da, ishlab chiqarish hajmi va uning narxini belgilashda ma'lum darajada monopol mavqega ega bo'ladi. Biroq bu kabi mahsulot ishlab chiqaruvchilar sonining ko'pligi ayni paytda ushbu ishlab chiqaruvchini raqobatlashishga ham majbur qiladi.

Shuningdek, ba'zi adabiyotlarda nomukammal raqobatning monopsoniya, oligopsoniya, duopoliya, bilateral monopoliya singari shakllarining mavjudligi ham ta'kidlanadi.

¹⁵ 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.

Jumladan, «Monopsoniya – muayyan tovarning yagona xaridori monopoliyasi mavjud bo‘lgan bozor tuzilmasi turi. O‘z xarid hajmini cheklash orqali xaridor sotuvchi daromadining bir qismini yo‘qotish hisobiga monopol foyda olish imkoniga ega bo‘ladi.

Oligopsoniya – muayyan tovarning bir guruh xaridorlari mavjud bo‘lgan bozor tuzilmasi turi.

Duopoliya – muayyan tovarning faqat ikki nafar yetkazib beruvchisi mavjud bo‘lgan va ular o‘rtasida narx, sotish bozorlari, ishlab chiqarish kvotasi bo‘yicha monopolistik kelishuvlar bo‘lmagan sharoitdagi bozor tuzilmasi turi.

Bilateral (ikki tomonlama) monopoliya – yagona mol yetkazib beruvchi va yagona (birlashgan) iste‘molchining qarama-qarshi kurashi vujudga keluvchi bozor tuzilmasi turi».¹⁶

Bundan ko‘rinadiki, raqobat shakllarining bozordagi ayrim, xususiy holatlardan hamda uning ishtirokchilari soni va mavqeyidan kelib chiqqan holda maxsus hollarda qo‘llaniluvchi boshqa atamalarini ham keltirib chiqarish mumkin bo‘lib, bunday holat xorij adabiyotlarida ko‘plab kuzatiladi. Yuqorida bildirilgan fikr-mulohazalarga asoslangan holda, raqobatning turlarini 2-ilovada maxsus tizimga solingan chizma shaklida ifodalashni maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz. Shu bilan birga ta‘kidlash joizki, raqobat turlarining bunday shaklda turkumlanishi o‘zining mantiqiy yakunini topgan deb bo‘lmaydi. Mazkur jarayonning turli qirralarini tahlil qilish darajasini yanada kengaytirib borish bilan uning o‘ziga xos xususiyatlarini ochib beruvchi yangi turlarining kelib chiqishi shubhasizdir.

5.2. Differensiatsiyalashgan mahsulot

Raqobatning baholanmaydigan omillari qatoriga tovarlar sifati va reklama kiradi va ular individual yoki alohida xususiyatlarga egadir. Differensiatsiya mahsulotning o‘z ma‘lum xususiyatlari asosida shakllanishi, masalan, *alohida xususiyatlar* - fabrika markasi, firma nomi, qadoqlash yoki tara (agar ular bo‘lsa) bo‘yicha yoki sifat, shakl, rang, stil asosida *individual xususiyatlari* bilan belgilanadi.

¹⁶ Экономическая теория: Учебник для вузов // Колл. авт.: К.Абдурахманов и др./ Т.: «Шарк», 1999, с.110-111.

Tovar-murakkab ko'p kirrali tushuncha, biroq bunda eng asosiy narsa iste'mol xususiyatlari, ya'ni tovarning o'z vazifasini bajarish, unga ega bo'lgan iste'molchining ehtiyojlarini qondirish xususiyatidir. Differensiatsiya mahsulotning o'z ma'lum xususiyatlari asosida shakllanishidir. Tovarning iste'mol qiymati uning iste'mol xususiyati majmuasidir. **Tovarning quyidagi xususiyatlariga** qarab alohida e'tibor beriladi:

fabrika markasi, firma nomi, sifat, shakl, rang, stil upakovkasi (o'rash, bog'lash), (dizayni), ergonomik xususiyatlari (foydalanish, ta'mirlash va boshqalarning qulayligi va boshqalar).

Raqobat strategiyasi asosiy variantlarning 3 xil turi (varianti) mavjud:

Raqobatning asosiy besh tamoyiliga qarshi turish hamda sohaning boshqa firmalariga qaraganda ijobiy ko'rsatkichlarga erishish uchun muvaffaqiyat keltirishi muqarrar bo'lgan uchta asosiy strategik yondashuvni ajratib ko'rsatmoq zarur. Bular:

- Sarf-xarajatlar borasida mutlaq yetakchilik
- Differensiatsiya
- Diqqatni jamlash (Fokusirovanie)

Kamdan kam yuz bersa-da, ammo ba'zi hollarda firma bittadan ko'p yondashuvni muvaffaqiyat bilan amalga oshirishi mumkin. Yuqorida ko'rsatilgan strategiyaning asosiy variantlardan har qaysisini amalga oshirish uchun, odatda ko'pchilikning birgalikdagi sa'y-harakatlari va aniq maqsadga yo'naltirilgan tashkiliy choralar talab etiladi.

Strategiyaning asosiy variantlari sohaning boshqa vakillariga nisbatan birmuncha yuqori natijalarga erishishning asosiy vositasi hisoblanib, bir soha doirasidagi barcha firmalar uchun yuqori darajadagi umumiy daromadni anglatishi mumkin. Bunday hollarda, boshqa sohalardagi kabi strategiyani amalga joriy etish faqatgina maqbul daromadni qo'lga kiritishdagina zarur bo'ladi.

Sarf-xarajatlar borasida mutlaq yetakchilik

Tajriba egri chizig'i sharofati bilan 1970-yillarda keng tarqalgan strategiyaning birinchi varianti aynan sarf-xarajatlar borasida sohada yetakchilikka erishishga qaratilgan qator iqtisodiy choralar asosida shu borada mutlaq yetakchilikka erishishdan iborat. Sarf-xarajatlar borasida yetakchilikka erishish uchun iqtisodiy effektiv ko'lamda

ishlab chiqarish quvvatlarini yaratish; tajriba to'plash asosida sarf-xarajatlarni kamaytirishga intilish, ishlab-chiqarish va qo'shimcha xarajatlarni qat'iy nazorat qilish, mijozlar bilan mayda operatsiyalar o'tkazishdan tiyilish, tadqiqot, ilmiy ishlanmalar, xizmat ko'rsatish, mahsulotni sotish tizimi reklama va shunga o'xshash boshqa sohalarda chiqimlarni kamaytirish talab etiladi.

Buning hammasi menejment tomonidan sarf-xarajatlar ustidan nazorat kuchaytirilishiga alohida ahamiyat qaratish kerakligini ko'rsatadi. Raqiblarga nisbatan kamroq xarajat qilish butun strategiyaning asosiy g'oyasi bo'lishi mumkin, ammo mahsulot sifati va xizmat ko'rsatish saviyasini va boshqa sohalarni ham ko'zdan qochirmaslik darkor.

Chiqim xarajatlarini kamaytirishga erishish kuchli raqobat muhitida ham firmaga shubhasiz foyda olib keladi. Firmaning ana shunday darajaga erishishi uni raqib firmalardan himoya qiladi, chunki raqib kompaniyalarga bunday darajaga yetishish imkoniyatidan mahrum bo'lgan sharoitda ham unga daromad olish uchun qulay imkoniyat yaratiladi.

Sarf-xarajatlarni kamaytirishga erishgan firmalar yirik xaridorlardan ham himoyalana oladi, chunki bunday xaridorlar narxlarni faoliyati sustlashgan raqib firmalar narxlariga tenglashtirishga urinadilar. Shuningdek, kamchiqimlilik kiritilayotgan resurslarning narxini oshirishda firmaga qo'l keladi hamda yirik yetkazib beruvchi tashkilotlardan ham himoya qiladi. Past darajadagi sarf-xarajatlar pozitsiyasini ta'minlovchi faktorlar, shuningdek, masshtabga oid iqtisodiyot yoki sarf-xarajatlarga oid ustunlik bilan bog'liq yuqori monelikni yuzaga keltirishi mumkin. Natijada, past darajadagi sarf-xarajatlar pozitsiyasi firma uchun raqiblarga qaraganda substitutlarga nisbatan qulay shart-sharoitni yaratadi.

Shunday asnoda, sarf-xarajatlarning past ko'rsatkichi kompaniyani barcha besh raqobat kuchlaridan saqlab qoladi, chunki bozorga oid faktorlar daromadni pasaytirishda to raqibning daromadi nolga teng bo'lib qolmagunga qadar harakat qilishda davom etadilar.

Past sarf-xarajatlarga erishish uchun bozorda yuqori ulushga ega bo'lish yoki boshqa ustunlikka, masalan, xomashyo materiallarini to'g'ridan to'g'ri olish imkoniyatiga ega bo'lishni talab etadi.

Shuningdek, bunday vaziyat ishlab chiqarish jarayonini yengillashtirish uchun mahsulotni aynan o'zini o'zgartirish, chiqim xarajatlarini yoyib tashlash maqsadida o'xshash turdagi mahsulotlar ishlab chiqarish, savdo-sotiqni kengaytirishda keng iste'molchilar guruhiga xizmat ko'rsatishni taqozo qilishi mumkin. Past sarf-xarajatlarga erishish, o'z navbatida yangi uskunalar uchun oldindan yirik hajmda mablag'lar kiritilishini, agressiv tarzda mahsulotlar bahosini belgilashni, bozorda o'z ulushiga ega bo'lish uchun boshlang'ich ziyon yoki zarar ko'rishni ham talab etishi mumkin.

Bozor ulushining yuqoriligi ta'minot sohasida iqtisod qilish va shu bilan bir qatorda sarf-xarajatlarning sekin-asta pasayishiga imkon tug'dirishi mumkin. Agar past darajadagi sarf-xarajatlarga erishilgan bo'lsa, u holda u yuqori sof daromad ko'rsatkichini ta'minlaydi va sarf-xarajatlarga oid ustunlikni ushlab turish uchun yangi zamonaviy uskunalarga nisbatan qayta investitsiyalash mumkinligini ko'rsatadi. Qayta investitsiyalash past darajadagi sarf-xarajatlar pozitsiyasini saqlab turishda qo'l kelishi mumkin.

Sarf-xarajatlarga oid ustunlikka erishish strategiyasi kam quvvatli benzin dvigatellari ishlab chiqaruvchi va dunyo bo'yicha ushbu sohada ishlab chiqariladigan mahsulotlarning 50 foizini tashkil etuvchi «Briggs and Stratton» va elektr payvandi uchun uskunalar ishlab chiqaruvchi «Lincoln Electric» kompaniyalari uchun hal qiluvchi omil ekanligi aniqlandi. Ushbu strategiyani muvaffaqiyatli joriy etgan kompaniyalar qatoriga Emerson Electric, Texas Instruments, Black and Decker va Du Pont kompaniyalarini kiritish mumkin.

Ba'zi hollarda sarf-xarajatlar sohada haqiqiy tub o'zgarishlarni sodir etishga qodir bo'ladi. Bunday hollarda an'anaviy raqiblik prinsiplariga tayangan raqiblar ham iqtisodiy ham ruhiy jihatdan o'z sarf-xarajatlarini kamaytirishga oid kerakli tadbirlarni amalga oshirishga tayyor bo'lmaydilar.

1979-yilda Harnischfeger firmasi tomonidan ko'tarma kranlar ishlab chiqarishning boshlanishi ana shunday dadil qo'yilgan qadamlardan bo'ldi. Firma mavjud kranlarni qayta ishlash, alohida modellarni qo'llagan holda materiallar chiqimini kamaytirish, ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish sohasini yengillashtirishga erishdi. Shuningdek, soha uchun noodatiy texnologiyalarni joriy etgan holda firma faoliyatga yig'ish konveyerlari va yig'ishning oraliq

bosqichlarini tatbiq qildi. Kompaniya iqtisod qilish maqsadida kerakli ehtiyot qismlarini katta partiyalarda sotib oladi. Bularning hammasi kompaniya uchun sifatli mahsulot ishlab chiqarish hamda ularning narxlarini 15%ga pasaytirish imkonini yaratdi.

Natijada kompaniyaning bozordagi ulushi 25%gacha oshdi va ushbu ko'rasatkich o'sishi davom etmoqda. Kompaniyaning gidravlik uskunalar boshqarmasi boshlig'i Uillis Fisher shunday deydi: «Biz sifatli mahsulot yaratishni emas, ishlab chiqarishda yanada oddiyroq va yanada arzonroq texnikani ishlab chiqishni maqsad qilgan edik». Raqiblar esa past daromad hisobiga Harnischfeger firmasi bozordagi ulushni qo'lga kiritgan degan to'xtamga kelishgan, biroq u buni rad etmoqda.

Differensiatsiya

Ikkinchi asosiy strategiya – bu firma tomonidan taqdim etilayotgan mahsulot yoki xizmatlar differensiatsiyasi strategiyasidir, ya'ni soha doirasida ushbu mahsulot yoki xizmat noyob deb qabul qilinishi mumkin bo'lgan holat. Differensiatsiya turli xil shakllarda amalga oshirilishi mumkin: dizayn yoki brendning mavqeyiga muvofiq (Fieldcrest – sochiq va choyshablar ishlab chiqarish sohasi, Mercedes - mashinasozlik), texnologiyaga muvofiq (Hyster - avto yuk tashish moslamalari ishlab chiqarish, Macintosh – stereo komponentlar sohasi), funksional imkoniyatlariga muvofiq (Jenn-Air – elektr plitalar ishlab chiqarish), iste'molchilarga xizmat ko'rsatishga muvofiq (Crown Cork and Seal – metal idishlar ishlab chiqarish), dilerlik tarmog'iga muvofiq (Caterpillar Tractor – qurilish texnikasi) va boshqa parametrlar.

Ideal ravishda firma o'z faoliyatini bir nechta yo'nalishlar bo'yicha differensiatsiyalashi (ajratishi) mumkin. Masalan, Caterpillar Tractor kompaniyasi nafaqat o'zining dilerlik tarmoqlari va ehtiyot qismlar ta'minoti bilan, balki mahsulotining sifati va ishonchliligi bilan ham nom qozongan. Bu jihat og'ir qurilish uskunalari ishlab chiqarilishi juda qimmatga tushadigan soha uchun juda muhim sanaladi. Ta'kidlash kerakki, differensiatsiya strategiyasi sarf-xarajatlarni e'tibordan qochirish degani emas, biroq ushbu holatda sarf-xarajatlarga asosiy strategik maqsad sifatida qaralmaydi.

Differensiatsiya raqobat o'yinlaridan himoya qiladi, chunki u brendga nisbatan iste'molchilarda sodiqlik tuyg'usini uyg'otadi va

uning mahsulot narxiga nisbatan ta'sirini pasaytiradi. U o'z navbatida sof daromadning o'sishiga olib keladi, shu bilan birga sarf-xarajatlarga oid muammolar keskinlashuvini pasaytiradi.

Natijada differenziatsiyani amalga oshirib, iste'molchilar ishonchini qozongan korxonalar, raqiblariga qaraganda substitutlarga nisbatan mustahkam o'ringa ega bo'ladi.

Differenziatsiyani amalga oshirish ba'zi bir hollarda bozorda yuqori o'rinni egallashda to'sqinliklarga uchrashi mumkin, chunki differenziatsiya tushunchasi ko'pincha mahsulotning ekslyuzivligini taqozo etadi, bu holat bozorda yuqori ulushga ega bo'lish imkonini susaytiradi. Biroq differenziatsiya kam sarf-xarajatlilikning muqobil pozitsiyasini taqdim etadi, zero bunday vaziyatga erishish o'z navbatida zaruriy xarajatlarni talab etadi. Bunday chora-tadbirlarga misol tariqasida katta hajmdagi tadqiqot yoki konstruktorlik ishlarni, yuqori sifatli mahsulotni ishlab chiqarish yoki mijozlar bilan intensiv ravishda ishlash jarayonlarini ko'rsatishimiz mumkin.

Hatto soha mahsulotlari iste'molchilari biron-bir firmaning afzalliklarini tan olsalarda, ularning hammasi ham ushbu mahsulotlarni sotib olishga qodir bo'lmaydilar (baland narx-navo bo'lishi bozor talabi bo'lgan taqdirda ham, misol uchun Caterpillar firmasi mahsulotlari). Boshqa jabhalarda esa, differenziatsiya sarf-xarajatlarning past darajasi bilan birmuncha mos kelishi mumkin va mahsulot narxlarini belgilashga to'sqinlik qilmaydi.

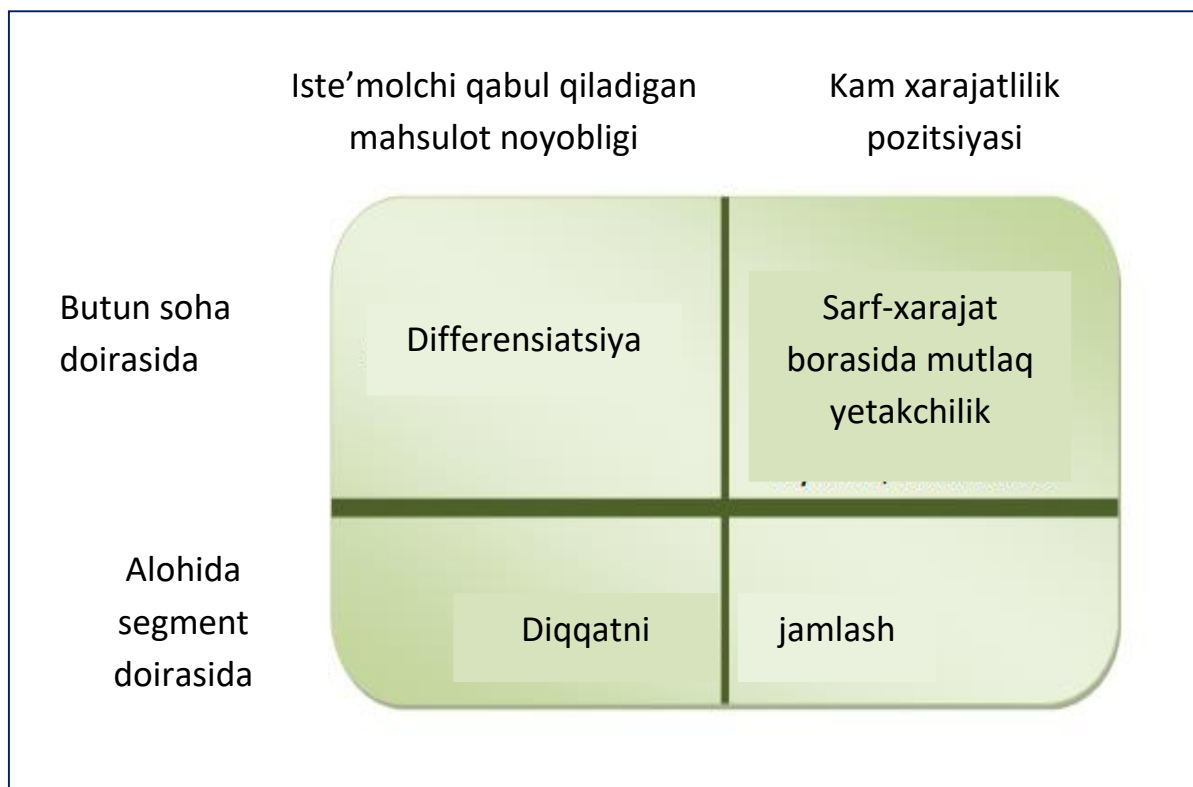
Diqqatni jamlash (Fokusirovanie)

Uchinchi strategiya – bu alohida xaridorlar guruhiga, mahsulot turiga yoki bozorning geografik segmenti sifatiga diqqatni jamlashdir. Differenziatsiya kabi diqqatni jamlash ham turli xil ko'rinishlarga ega. Biroq kam sarf-xarajatlilik strategiyasi yoki differenziatsiya butun bir sohaga tegishli bo'lsa, diqqatni jamlash strategiyasi biror bir tor sohaga qaratiladi.

Ushbu strategiyaning negizida shunday taxmin yotadi, ya'ni keng miqyosda faoliyat olib borayotgan raqiblarga qaraganda ushbu strategiya yordamida firma katta effektivlik va mahsuldorlik bilan tor strategik maqsadga intila oladi. Natijada firma aniq bir talabni qondirish hisobiga differenziatsiyaga yoki ushbu talablarni qondirishda kam xarajatlilikka erishadi.

Agarda diqqatni jamlash strategiyasi umumiy bozorda kam xarajatlilikka yoki differensiatsiyaga erisha olmasa, tor ma'nodagi bozorda ulardan biriga yoki ikkoviga ham erishishi mumkin.

2.1 - rasmda ushbu uch strateriyaning o'rtasidagi tafovut ko'rsatilgan:



2.1-rasm. Diqqatni jamlash strategiyasi (Fokusirovanie)

Diqqatni jamlash strategiyasini amalga oshirayotgan firma shuningdek yuqori daromad olish imkoniyatiga ega bo'lishi ham mumkin. Korxonaning ushbu strategiyasi strategik maqsad doirasida yoki kam sarf-xarajatlilik pozitsiyasini, yoki yuqori darajadagi differensiatsiyasini, yoki ularning barini ko'zda tutadi.

Yuqorida ko'rsatib o'tilganidek, sarf-xarajatlarning pastligi va differensiatsiyasi sohasida yetakchilikka ega bo'lish, barcha raqib kuchlardan himoyada bo'lish imkonini beradi. Bundan tashqari, diqqatni jamlash maqsadni tanlashda, ya'ni substitutlar tomonidan xavf tug'dirilgan yoki raqobatchilarning zaif tomoni yo'nalishlarida muhim o'rin tutishi mumkin. Masalan, Illinois Tool Works kompaniyasi faoliyati maxsus mahkamlash vositalari ishlab

chiqarishga qaratilgan bo'lib, konkret xaridorlar talabiga binoan mahsulotlarni tadqiq qilish imkonini beradi va sarf-xarajatlar o'zgarishini ta'minlaydi. Ba'zi bir xaridorlar ana shunday mahsulotga o'z qiziqishlarini bildiradilar.

Fort Howard Paper korxonasi faoliyati ishlab chiqarishda foydalaniladigan qog'oz mahsulotlarini tayyorlashga qaratilgan. Bu orqali korxonada tez sur'atlarda yangilanishi talab etiladigan iste'mol mollarini ishlab chiqarishdan hamda unga bog'liq reklamaga oid jarayonlardan o'zini forig' etadi. Asosan bo'yoqlar ishlab chiqarishga mo'ljallangan Porter Paint korxonasi esa, yuqori sifatli bo'yoq mahsulotlarini tayyorlash, hajmidan qat'i nazar ish joylariga yetkazib berish, hamda o'zining maxsus shaxobchalarida mijozlar uchun bepul tamaddixonalar ochishga erishdi. Kam sarf-xarajatlar ko'rsatkichiga erishishning diqqatni jamlash strategiyasiga misol tariqasida AQSHda oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarishda uchinchi o'rinda turuvchi Martin-Brower korxonasi faoliyatini ko'rsatishimiz mumkin.

Firma o'z mijozlariga tez ovqatlanish tarmog'ining faqatgina 8 shaxobchasi orqaligina erishdi. Mijozlarning maxsus talablarini qondirish, faqat ulargagina mo'ljallangan mahsulotlar bilan ishlash, mijozlarning xarid qilishlariga doir mahsulotlarga buyurtmalar qabul qilish, firma yaqinida joylashgan omborga ega bo'lish, shuningdek, hisob-kitobni olib borishda qat'iy nazorat va kompyuterlashtirilgan dasturlarga ega bo'lish firma strategiyasining asosiy vazifalaridan hisoblanadi.

Tovarni ishlab chiqarishdan oldin uning iste'mol xususiyati tahlil qilinadi. Tovar-murakkab ko'p qirrali tushuncha, biroq bunda eng asosiy narsa iste'mol xususiyatlari, ya'ni tovarning o'z vazifasini bajarish – unga ega bo'lgan iste'molchining ehtiyojlarini qondirish xususiyatidir. Tovarlar quyidagi mezonlari bo'yicha alohida guruhlariga bo'linadi:

- maqsadli ko'rsatkich bo'yicha;
- bozor turiga ko'ra;
- foydalanishga tayyorligiga ko'ra;
- iste'molchilar soniga qarab bo'linadi.

Maqsadli xarakteriga ko'ra esa tovarlar iste'mol tovarlari va ishlab chiqarishga oid tovarlarga bo'linadi. Iste'mol tovarlari – bu shaxsiy iste'mol uchun mo'ljallangan tovarlardir. Ular kundalik talab tovarlari,

dastlabki tanlov asosida olinadigan tovarlar, alohida talabdagi tovarlar, passiv talabdagi tovarlarga bo‘linadi. Kundalik talab tovarlariga kundalik turmush uchun zaruriy oziq-ovqatlarlar, kir yuvish, tozalash vositalari, uy xo‘jaligi uchun zaruriy mayda tovarlarni kiritish mumkin. Kundalik iste‘mol tovarlarini iste‘mol qilish intensivligiga ko‘ra ularni o‘z navbatida 3 guruhga ajratish mumkin:

1. Doimiy ehtiyojdagi asosiy tovarlar (non, xo‘jalik sovuni)
2. Impulsiv tarzda sotib olinadigan tovarlar (saqich, gazeta)
3. Favqulodda holatlar uchun xarid qilinadigan tovarlar (zont).

Dastlabki tanlov asosidagi tovarlar safiga: mebel, kiyim-kechak, uy-ro‘zg‘or uchun elektr jihozlari kiradi va u xaridorlarni kiyoslashni, narx, moda, dizayn jihatidan tanlovda bir muncha muloxaza yuritishni talab qiladi. Ushbu tovarlar:

- o‘xshash tovarlar (sifat jihatdan bir-biriga yaqin, lekin dizayn, narxi bo‘yicha farqlanadi,)

- alohida ko‘rinishdagi tovarlar (rangi, fasoni, navi jihatidan)

Passiv talabdagi tovarlar – xaridorlarga notanish yoki ular xususida juda kam o‘ylaydigan tovarlardan tarkib topadi. Ishlatish vaqtiga ko‘ra:

- qisqa muddatli foydalanishga oid tovarlar

- uzoq muddatli foydalanishga oid tovarlar

Tovar siyosatida asosiy maqsadga erishish quyidagi sohalardagi vazifalarni hal etish orqali amalga oshiriladi:

- uning innovatsiyasi

- variatsiya

- differensiya

- eliminatsiya

- markani o‘rnatish va tanlash

- qadoqlash

tovarni shakli , turi va boshqalar.

Shunga mos holda tovar siyosatining masalalariga quyidagilar kiradi:

- yangi tovarlarni qidirish

- yangi tovarlarni rivojlantirish

- bozorga yangi tovarlarni kiritish

- tovar shakllarini asoslash

- tovar sifatini tartibga solish

- bozordagi yangi tovarlar xulk-atvorini nazorat qilish va boshqalar.

Birinchi 3 tasi bozorga yangi tovarlarni kiritayotganda hal etiladi, qolgan vazifalarni hal etish tovarni butun hayoti davomida amalga oshadi. Buning uchun, ya'ni qarorni asoslash uchun tovarni hayotiylik sikli modeli ishlatiladi.

Tovarlar va xizmatlar assortimenti – bu foydalanish bo'yicha bir-biriga juda o'xshash tovarlar (xizmatlar). **Tovar sifati parametrlari** – bu tovarning o'z funksiyalarini bajarishda ko'rinadi va u quyidagi parametr bilan xarakterlanadi, ya'ni uzoq muddat xizmat ko'rsatishi, pishiqligi, foydalanishda soddaligi va boshqalar.

5.3. Ishlab chiqarishning monopolizatsiyasi muammosi

XX asr boshlarida erkin (mukammal) raqobatga asoslangan iqtisodiyot tobora monopollashib bordi, bu ayniqsa Yevropa va AQSHda yaqqol ko'zga tashlandi. Iqtisodiy liberalizm prinsiplari (erkin savdo-fritredolik, davlatning iqtisodga aralashmasligi va b.) real hayot talablariga javob bermay qo'ydi. Monopollashuvning yorqin oqibati sifatida 1929–1933 yillardagi jahon iqtisodiy inqirozining keltirish mumkin.

Deyarli yuz yil davomida J.B.Seyning «bozorlar qonuni» hamma yerda tan olingan va unga suyanib ish yuritilgan bo'lsa, bu davrda uning ahamiyati pasayib bordi. Nomukammal raqobat avval institutsionalizm, keyin neoklassiklar tomonidan tadqiqot obyekti qilib olindi.

Bu muammolar bilan deyarli bir vaqtda Garvard universiteti professori E.Chemberlin va Kembrij universiteti professori J.Robinsonlar shug'ullandi.

1933-yili amerikalik E.Chemberlin o'zining «Monopolistik raqobat nazariyasi», ingliz J.Robinson xonim esa «Nomukammal raqobatning iqtisodiy nazariyasi» asarlarini chop etdilar. Bu asarlarda erkin raqobat sharoitini inkor etadigan sharoitda bozor mexanizmlarining harakati masalalari har tomonlama chuqur tahlil etiladi. Xususan, ikkala muallif fikricha, bozor bahosi bozor ishtirokchilarining kollektiv faoliyati tufayli yuzaga kelmaydi, chunki tovar mahsulotlarining turli-tumanligi (differensiyasi) xaridorlarni bu tovarlar bahosi to'g'risida to'liq

informatsiyadan, firma ishlab chiqaruvchilarni tanlashda raqobatdan mahrum etadi. Ular iqtisodiyotda muvozanatning buzilish sabablarini ilgariydek iqtisodiy muhitdagi «kategoriya» va «qonun» lardan izlaydilar. Institutsional yoʻnalish tarafdorlariga esa, nomukammal raqobat iqtisodiy oʻsishga, avvalo, «inson omili»ning taʼsiri oqibatidir. Bu esa jamiyat rivojlanishi, shu bilan birga iqtisodiyot sohalarida yuzaga keladigan ijtimoiy-psixologik, huquqiy va boshqa muammolardir



Edvard Xeyting Chamberlin (1899 – 1967) oʻz asarida monopoliyaning mohiyati, monopol baho va monopol foydaning yuzaga kelishining chuqur tahlilini beradi. Uning fikricha, monopoliyaning mohiyati – bu taklif ustidan nazorat, bunda baho ustidan ham nazorat boʻladi.

Differensiatsiya kuchayib borgan sari har bir sotuvchi absolyut (mutlaq) monopoliyaga ega boʻladi, ammo shu bilan birga, oʻrnini bosa oladigan boshqa mahsulot ishlab chiqaruvchining nomukammal raqobatiga uchraydi. Shundan kelib chiqib, barcha sotuvchilar «raqobatchi monopolistlar» boʻlib, «monopolistik raqobat» kuchlari taʼsiri sharoitida ish yuritadilar.

Chamberlin fikricha, bozorlar oʻzaro bogʻlangan, chunki bir-biriga bogʻliq boʻlmagan sotuvchilar vazifasi bir-biriga yaqin boʻlgan mahsulotlarni realizatsiya qilishda hamohangdirlar. Real hayotda bozorlar u yoki bu darajada nomukammaldirlar, shu sababli muvozanatga intilish toʻgʻrisida gapirish oʻta soddalikdir. Natijada har bir sotuvchi monopolist deb hisoblanadi, uning oʻz xaridorlari, «noyob» mahsulotini oluvchilar boʻladi. Bozordagi monopolistik sifatida baholarni tartibga soladi. Bu esa tovarlar va xizmatlarning real taklif hajmi «sof» raqobat sharoitidagidan kam, bahosi esa yuqoriroq boʻladi.

Bu yerda mahsulot differensiyasi eng muhim shartdir. Bu kategoriyaning mohiyati shundaki, sotuvchilarning tovari (yoki xizmati) da boshqalarnikidan keskin farq qiluvchi belgisi boʻlishi kerakligidir. Bu belgi xaridor uchun real yoki xayoliy boʻlishi, aslida esa xuddi shu mahsulotga afzallik berilishiga olib kelishi shart. Bunday differensiatsiya boʻlgan sharoitda xaridorlar va sotuvchilar

tasodifiy yoki tartibsiz juftlikka (bu sof raqobatda bo'ladi) birlashmaydilar, bu yerda afzallika asoslangan tanlov hal qiluvchidir.

Sotuvchi-monopolist qo'shimcha xarajalar qilish yo'li bilan sotilayotgan mahsulot hajmini oshirishi (bunda tovar bahosi pasayishi) mumkin. Boshqa xuddi shunday tovar sotuvchilar esa bu shuni darhol amalga oshira olmaydi deb raqobatdosh tovar markasi bahosini pasaytirish yoki yangisini i.ch. davomida, xuddi shunday choralar boshqa raqobatchi tomonidan qo'llanilishi mumkinligidan bexavotir bo'ladi.

Raqobatning baholanmaydigan omillari qatoriga tovarlar sifati va reklama kiradi va ular individual yoki alohida xususiyatlarga egadir. Differensiatsiya mahsulotning o'z ma'lum xususiyatlari asoida shakllanishi, maslan, *alohida xususiyatlar* – fabrika markasi, firma nomi, qadoqlash yoki tara (agar ular bo'lsa) bo'yicha yoki sifat, shakl, rang, stil asoida *individual xususiyatlari* bilan belgilanadi.

Sof raqobat sharoitida alohida sotuvchi bozori umumiy bozor bilan qo'shib, faqat amaldagi baho bo'yicha istalgancha tovarni realizatsiya qiladi. Ikkinchi holatda tovarni sotish cheklanadi va yangi uchta omil: 1) baho; 2) mahsulot xususiyati; 3) reklamaga xarajalar bilan belgilanadi. Mana shu omillar yordamida xaridorlarning iste'mol qarorlariga ta'sir etiladi. Bunda baholarni pasaytirish omili alohida ahamiyat kasb etadi, chunki tovarga baho pasayishi mahsulot sifati pasayishi tarzida qilinish ehtimoli bo'ladi.

Monopolistik raqobatning o'ziga xos xususiyatlaridan biri shuki, bunda boholar raqobati yo'qotiladi, oqibatda «quvvatlar ortiqchaligi fenomeni» doimiy va odatdagi hodisaga aylanadi. Bu ortiqchalik «jazosiz» uzoq vaqt davomida ko'payib boradi, chunki u doim harajatlardan kattaroq bo'lgan boholar hisobiga qoplanib turadi. Butun bozorning ma'lum qismini egallash darajasini ko'rsatuvchi bu ko'rsatkich (fenomen) faqat alohida patentlar va fabrika markalari bilangina qo'llanmasdan, boshqa, yani obro', ustalik, alohida mahorat kabi hodisalar bilan ham qo'llab-quvvatlanadi. Bu hodisalar erkin kasb ega (rassomlik, musiqa) faoliyat sohasining bir qismi bo'lib, ular ham «monopol daromadlar nazariyasi» predmetidir.

Differensiatsiyalashgan mahsulot baho muammosi raqobatli talab va xarajat egri chiziqlari doirasiga kiritilishi mumkin emas, bu avvaldan xulosalardagi xatolarga olib keladi; baho haddan tashqari

past, ishlab chiqarish masshtabi juda katta, korxonalar soni - juda kichik bo'lib chiqadi. Bundan tashqari raqobatning yana ikkita jihati: differentsiatsiya va sotish harajatlari butunlay tushib qoladi. Shu sababli baholarni to'la bilmaslik mahsulotga talab elastikligi (qayshiqoqlik)ni pasaytiradi, bu esa reklama talabning elastikligini oshirishi, baholar raqobatini esa ancha keng qilishiga o'xshaydi va baholar yordamida talab etiladigan qo'shimcha xarajatlarni qoplaydi.

Raqobat kurashi evolyutsiyasi tovar sifatini oshiradi (buni patent, mualliflik huquqlari, firma himoya belgilari, firma alohida qadoqlash usuli, mahsulot sifatini yaxshilash maqsadida, firmaning qulay joylashuvi). Reklama esa, erkin raqobat sharoitidan farqli ravishda, bozorlar qo'shib ketishiga yo'l qo'ymaydi. Baholanmagan raqobat omillari firmani xaridorlar talabini qondirish uchun yangi imkoniyatlar qidirishga undaydi, ularga «havasning pullik qoidalari»ni singdirib boradi. Ishlab chiqarish va sotish xarajatlari konsepsiyasida xarajatlar fabrika doirasida tovarlarni ishlab chiqarishga ketgan sarflardangina (birinchi) emas deb qaraladi.

Transport (tashish), sartirovka (ajratish), saqlash, uylarga yetkazish harajatlari (ikkinchi) mavjud bo'lib, ular talablarni qondirish uchun yanada yaxshi qulayliklar yaratadi. Ikki xil ko'rinishdagi xarajat o'rtasida chegara o'tkazish (ishlab chiqarish xarajatlari, sotish xarajatlari) taklif va talab o'rtasidagi farq kabi qiymat nazariyasida

fundamental ahamiyat kasb etadi. Sotish xarajatlari mazkur mahsulotga talabni oshiradi, ishlab chiqarish xarajatlari uning taklifini oshiradi.



«Klassik» va «neoklassik» lar fikricha sof raqobat iqtisodiy o'sishning hal qiluvchi sharti deb hisoblagan bo'lsa, E.Chemberlin ta'limotiga ko'ra, raqobat – monopolistlar orasida ham raqobat

doimo mavjud, bu baholi va baholanmagan raqobat rivoji orqali namoyon bo'ladi (mahsulot va reklama sifatini takomillashtirish bilan bog'liq). Birinchi marta iqtisodiy liberalizm g'oyasida real hayotda sof raqobat ham, sof monopoliya ham mavjud emas degan fikr paydo bo'ldi, o'z mohiyatiga ko'ra monopolistik raqobat ko'p sonli sotuvchilar o'rtasida kuzatiladi, bu raqobat darajasi bir-birini

qoplaydigan raqobatlashayotgan tovarlar soni ortishi bilan kuchayib boradi.

Bundan shunday muhim xulosa chiqariladiki, monopolistik raqobat sharoitida xaridor raqobatlashayotgan bir tovarni boshqasidan, bir sotuvchini (mutlaq noekvivalent bir xil tovarni) boshqa sotuvchidan afzal qurishi mumkin. E.Chemberlin mantiq'i bo'yicha, kichik yoki o'rtacha sotuvchi va ishlab chiqaruvchi ham monopolist bo'lishi va yirik korxonalar subyekti bilan bo'ladigan musobaqada bemalol ishtirok etishi mumkin. Chunki (markscha tanqidlarga qaramay) monopoliya kapital va ishlab chiqarish konsepsiyasi, kapital markazlashuvining zaruriy oqibati emasdir, bozor iqtisodiyoti kuchayib borayotgan tendensiyalar raqobati xosdir. Amalda monopoliya va monopol bo'lmagan (nomonopol) korxonalar o'rtasidagi farq minemallashtiriladi.

Olim 1937-yil o'z kitobiga qo'shimcha sifatida (kitob 8 marta qayta nashr etilgan) «Nomukammal raqobat» va «Monopolistik raqobat» kategoriyalari to'g'risidagi tushuntirishlarda bir tomonlilik mavjudligini ta'kidlaydi, birdan-bir hodisaning ikki nomi sifatida qarashlarda o'zaro o'xshashlik yetarli baholanadi, ammo ularning farqi deyarli sezilmaydi, deb hisoblaydi u. Ko'pchilik bu farqning ahamiyatini tushunmasdan, masala faqat terminologiya bilan bog'liq deb o'ylashlari mumkin.

E.Chemberlin o'z tadqiqotlari xulosasida raqobat sharoitida monopoliya tabiiy mohiyatiga mustahkam ishonch bildiradi; tadbirkorlik ko'p hollarda o'z monopoliyasini barpo qilish uchun, imkoni boricha boshqa tadbirkorlar o'z monopoliyasini kengaytirishiga qarshi choralarni kengaytirish va kuchaytirish harakatini qiladi. Olimning fikri bo'yicha, asosiy vazifa shundaki, iqtisodiyot fani «mahsulot doim deffensiatsiyalashgan bo'lishi



sharoitini to'la anglashi shart» dir; bundan buyon sof raqobatni barcha sohalarda farovonlik iqtisodiyoti «ideal» (bekam-u ko'st) deb qarash mumkin emas.

Keyinchalik E.Chemberlin va uning monopolistik raqobat nazariyasi tarafdorlari tomonidan «guruhiy monopoliya» sharoitida ham raqobat saqlanishi to'g'risidagi qoidani

ilgari surishgan. Bunda gap sherik-raqobatchilar o'rtasida bozorda ularning ta'sir doiralarini bo'lib olish to'g'risida boradi. Asosiy maqsad turlicha (differenziatsiyalashgan) tovar mahsuloti bahosini eng yuqori xarajatlar darajasidan past bo'lmagan holda realizatsiya qilishdir. Hozirgi davrda mahsulotning istisno sifati bilan birga, qo'shimcha baholanmagan monopolistik raqobat shartlari kuchayib bormoqda, bular alohida tovar yaratuvchi tomonidan yaratilgan texnik takomillashuv, firmaga obro'-e'tibor keltiradigan sharoitning ta'minlovchi xaridorlarga maxsus xizmat va boshqalar.

Joan Vayolet Robinson (1903–1983) Kembrij universitetini bitirgan va A.Marshall maktabining taniqli vakili va davomchisidir. 1965–1971 yillar shu universitetda professor lovozimida dars bergan. Uning dastlabki asari «Nomukammal raqobatning iqtisodiy nazariyasi» 1933-yili, ya'ni muallif 30 yoshligida yozilgan va unga mashhurlik keltirdi. Asardagi bosh g'oya monopoliyalar faoliyatida bozorlar jihatini aniqlashdir. Bu sharoitdagi raqobat iqtisodiyotdagi muvozanatni buzadi va nomukammaldir (Chemberlinda monopolistik). Dastlabki vazifa: o'z mahsulotiga ega bo'lgan ishlab chiqaruvchi-monopolistik baholar belgilanishining mexanizmini aniqlash. Bahoning miqdori, sotuvchi o'rnatgan shu bahoda xaaridorning mahsulotni sotib olish va monopol foyda tabiati o'rnatiladi. Ammo Robinson xonimning mantiqiy fikrlashi Chemberlinnikidan farq qiladi. Robinson fikricha nomukammal raqobat tufayli, avvalo, raqobatli xo'jalik tizimi normal muvozanat holatining butunlay buzulishi va yo'nalishi, hatto yollanma mehnatning «ekspluatatsiya»sidir. Chemberlin esa bu masalani bozorning tabiiy muvozanati bilan chambarchas bog'liqdir deb qaragan.

Robinson monopoliyaga salbiy munosabat bildirib, uni bozor sharoitdagi ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarni izdan chiqaruvchi omil sifatida qaraydi.

Asardagi asosiy g'oyalar quyidagilardan iborat.

Tadbirkorlar nomukammal raqobat sharoitiga nisbatan mukammal (sof) raqobat sharoitda ishlab chiqarishni monopollashtirishdan kamroq manfaatdor bo'ladilar. Chunki nomukammal raqobat sharoitida ayrim firmalar optimal ko'rsatgichlarga erisha olmaydilar, samarasiz (kam samara bilan) faoliyat ko'rsatadilar, shu sababli monopolist mahsulot chiqarishni cheklash bilan o'z mahsuloti narxini oshirish

imkoniyatigagina ega bo'lmagan, balki sohadagi ishlab chiqarishni tashkil etishni mukammallashtirish yo'li bilan ishlab chiqarish xarajatlarini pasaytirishi mumkin.

Monopoliya ishlab chiqarish mahsulotining xuddi shunga o'xshash boshqa mahsulotdan sezilarli ajralib turishini talab etadi yoki boshqacha aytganda, differentsiatsiya ro'y beradi; boshqa qo'shimcha sharoit ham zarur, unga ko'ra firma monopolist optimal hajmdan ortiqroq bo'lgan ko'rsatkichlar bilan xarakterlanishi kerak.

Nomukammal raqobatli monopolistik bozorda aniqlashni talab etuvchi bir qancha sharoitlar yuzaga keladi. Agar bozor bir-biri bilan raqobat qiluvchi cheksiz ko'p xaridolardan emas, balki ayrim yakka-yu yagona xaridorlar birlashmasidan iborat bo'lgan holatda sotib olinadigan mahsulot qancha bo'lishi mumkindir. Bu sharoit talab konsentratsiyasi bo'lib bozorda ko'p sonli mayda sotuvchilar va yakka-yu yagona xaridor faoliyat ko'rsatadi. Bu holatni *monopsoniya*, ya'ni xaridor *monopoliyasi* deyiladi.

Yuqorida barcha g'oyalar jamlanib, real hayotda nomukammal raqobat sharoitida ishlab chiqarish omillari ekspluatatsiyasi tendensiyasi paydo bo'lishiga yordam beradi. Bu holat avval o'zaro raqobatlashgan ko'pgina firmalarni yutib yuboruvchi yirik birlashmanig paydo bo'lishi bilan yanada kuchayadi. Boshqaruv birligi hajmi (ko'rsatkichi)ning yiriklashuvi (yakka boshqaruv) boylikni taqsimlashdagi adolatsizlikni yanada kuchayishini zaruriy ravishda keltirib chiqaradi. Bu ancha inqilobiy g'oya bo'lib, Chemberlining monopoliya istiqboli to'g'risidagi optimistik fikricha qarshidir. Ishlab chiqarishning monopolizatsiyasi muammosi bilan **«samaradorlik samaradorlik yoki adolat»** degan dilemmani (ya'ni unisi yoki bunisi) yechish zarurati ilgari suriladi.

Monopolizatsiyaga u ishlab chiqarish samaradorligini oshirishga yordam beradi, deb ustuvorlik berish yetarli emas, ya'ni adolat masalasi ham qo'yilishi kerak. Iqtisodiyot tarixida «samaradorlik» va «adolat» ni qandaydir yo'l bilan ajratishga intilish katta xom xayollikdir.

J.V.Robinson o'zining tadqiqotlari natijasida hayotiy chora-tadbirlarni ham ishlab chiqsa bo'lar edi, masalan, nomukammal raqobat tufayli aniqlangan qarama-qarshiliklarni bartaraf etish uchun

davlatning iqtisodiyotga aralashuvi nimalardan iborat bo‘lmog‘i kerak edi.

Bunday savolga javobni uch yil o‘tgach boshqa Kembrij maktabi vakili J.M.Keyns berdi.

Nazorat uchun savollar

1. Qanday to‘siqlar monopoliyalarni paydo bo‘lishiga asos bo‘lishi mumkin?

2. Nomukammal raqobatga ta’rif bering.

3. Nomukammal rakobat turlari va amalga oshish sabablarini bayon eting.

4. Oligopoliya tushunchasiga ta’rif bering

5. Differensiallangan tovar nima?

6. Tovarlar qaysi mezonlar bo‘yicha alohida guruhlarga bo‘linadi?

7. Kundalik iste’mol tovarlarini iste’mol qilish intensivligiga ko‘ra qanday guruhlarga ajratish mumkin?

8. Nomukammal raqobat muammolari bo‘yicha turli xil yondashuvlarni ta’riflab bering.

6-MAVZU. SAVDO SIYOSATI

6.1. Tashqi iqtisodiy shartnomalar

Hozirgi jahon rivojining xususiyatli belgisi tashqi iqtisodiy aloqalarning, avvalo, tashqi savdoning tez o'sishi hisoblanadi. Tashqi savdo xalqaro hamkorlikning ishlab chiqarish, ilmiy-texnika va boshqa shakllari (kadrlarni tayyorlash, turizm va h.k.) bilan bir qatordagi xalqaro iqtisodiy munosabatlarning muhim shakli hisoblanadi. Barcha mamlakatlar tashqi savdosi majmui xalqaro savdoni tashkil etadi.

Xalqaro savdo – bu turli davlat milliy xo'jaliklari o'rtasidagi tovar va xizmatlarning ayirboshlash jarayonidir. Xalqaro savdo qadimdan mavjud bo'lsa-da, faqat XIX asrga kelib, ya'ni deyarli barcha rivojlangan mamlakatlar xalqaro savdo aloqalarida ishtirok eta boshlashi bilan jahon bozori shakliga kirdi. Xalqaro savdo tashqi savdo aylanmasi, eksport va import, savdo balansi kabi ko'rsatkichlar bilan tavsiflanadi.

Eksport – bu tovarlarni chet ellik mijozlarga sotish bo'lib, bunda mazkur mamlakatlarda ishlab chiqarilgan tovar mamlakatdan tashqariga chiqariladi. Eksportning iqtisodiy samaradorligi shu bilan aniqlanadiki, mazkur mamlakat ishlab chiqarishning milliy xarajatlari jahon xarajatlaridan past bo'lgan mahsulotlarni chetga chiqaradi. Bunda eksportda olinadigan yutuq hajmi mazkur tovar milliy va jahon narxlarining nisbatiga, mazkur tovarning xalqaro aylanmasida ishtirok etuvchi mamlakatlarning mehnat unumdorligiga bog'liq.

Xalqaro savdoda **tovarlarning eksport tarkibi** fan-texnika revolyutsiyasi va xalqaro mehnat taqsimotining chuqurlashuvi ta'siri ostida o'zgaradi. Hozirgi davrda xalqaro savdoning eksport tarkibida qayta ishlovchi sanoat mahsulotlari yetakchi o'ringa ega bo'lib, uning hissasiga jahon tovar ayirboshlashining 3/4 qismi to'g'ri keladi. Oziq-ovqat, xomashyo va yoqilg'i ulushi faqat 1/4 qismini tashkil qiladi.

Xizmatlar eksporti tovarlar eksportidan farq qiladi. Chet ellik iste'molchilarga xizmat ko'rsatish, chet el valyutalarini olish bilan bog'liq bo'lib, u milliy chegarada amalga oshiriladi (masalan, chet el

kompaniyasi vakillariga pochta, telegraf xizmati ko'rsatish, chet el fuqarolariga sayyohlik xizmati ko'rsatish va h.k.).

Kapital eksport qilish ham o'ziga xos xususiyatlarga ega bo'ladi. Kapital eksporti kredit berish yoki chet el korxonalari aksiyalariga maqsadli qo'yilmalar kabi shakllarda amalga oshirilib, kapital chiqarilgan vaqtda eksport qiluvchi mamlakatdan mablag'lar oqimini taqozo qiladi va shu orqali tasarrufida bo'lgan resurslar hajmini qisqartiradi. Boshqa tomondan, kapital eksporti chet davlatlarning mazkur mamlakatdan bo'lgan qarzlarini ko'paytiradi. U jahon bozoriga tovarlarning keyingi eksporti uchun qulay sharoit yaratadi va chet el valyutasida foiz yoki dividend shaklida barqaror daromad olish omili hisoblanadi.

Ko'plab mamlakatlar, cheklangan resurs bazasiga va tor ichki bozorga ega bo'lib, o'zlarining ichki iste'moli uchun zarur bo'lgan barcha tovarlarni yetarli samaradorlik bilan ishlab chiqarish holatida bo'lmaydi. Bunday mamlakatlar uchun import kerakli tovarlarni olishning asosiy yo'li hisoblanadi.

Import eksportdan farq qilib chet ellik mijozlardan tovarlar (xizmatlar) sotib olib, ularni mamlakatga keltirishni bildiradi. Bunda mamlakat ichida ishlab chiqarish xarajatlari tashqaridan sotib olingan chog'dagi xarajatlaridan yuqori bo'lgan mahsulotlar import qilinadi. Tashqi savdo samaradorligini hisoblashda mazkur mamlakat tomonidan import qilish hisobiga muayyan tovarlarga bo'lgan o'z ehtiyojining tezlik bilan qondirilishi hamda bunday tovarlarni mamlakat ichida ishlab chiqarilgan chog'da sarflanishi lozim bo'lgan resurslarning tejalishi natijasida olinuvchi iqtisodiy naf e'tiborga olinadi. Mamlakatdagi aholi jon boshiga to'g'ri keluvchi eksport hajmi uning iqtisodiyotining «ochiqligi» darajasini ifodalaydi.

Eksport salohiyati (eksport imkoniyatlari) – mazkur mamlakat tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotning o'z iqtisodiyoti manfaatlariga putur yetkazmagan holda jahon bozorida sotishi mumkin bo'lgan qismi.

Tovarlar eksporti va importi summasi tashqi savdo aylanmasi yoki tashqi tovar aylanmasini tashkil etadi. Biror bir mamlakat boshqa mamlakatda ishlab chiqarilgan tovarni o'z iste'moli uchun emas, balki uchinchi mamlakatga qayta sotish uchun xarid qilgan taqdirda reeksport ro'y beradi. Reeksport bilan reimport uzviy bog'liq.

Reimport iste'molchi mamlakatdan reeksport tovarni sotib olishni bildiradi.

Xalqaro savdo bir qator o'ziga xos xususiyatlarga ega:

1. Iqtisodiy resurslarning harakatchanligi mamlakatlar o'rtasida mamlakat ichidagiga qaraganda ancha past bo'ladi. Masalan, ishchilar mamlakat ichida viloyatdan viloyatga, hududdan hududga erkin o'tishi mumkin. Mamlakatlar o'rtasidagi til va madaniy to'siqlardan tashqari yana immigratsion qonunlar ishchi kuchining mamlakatlar o'rtasidagi migratsiyasiga qattiq cheklashlar qo'yadi. Soliq qonunchiligidagi, davlat tomonidan tartibga solishning boshqa tadbirlaridagi farqlar va boshqa qator muassasaviy to'siqlar real kapitalning milliy chegara orqali migratsiyasini cheklaydi.

2. Har bir mamlakat har xil valyutadan foydalanadi. Bu mamlakatlar o'rtasida xalqaro savdoni amalga oshirishda muayyan qiyinchiliklar tug'diradi.

3. Xalqaro savdo siyosiy aralashuv va nazoratga mahkum bo'lib, bu ichki savdoga nisbatan qo'llaniladigan tadbirlardan tavsifi va darajasi bo'yicha sezilarli farqlanadi.

Xalqaro savdoning tarkibiy tuzilishi ishlab chiqarish asosiy omillarining turli mamlakatlar o'rtasida joylashuvi hamda jahon ishlab chiqarishi tuzilmasiga bog'liq. Agar bundan bir asr muqaddam xalqaro savdoda ustun ravishda xomashyo, materiallar, oziq-ovqat va yengil sanoat mahsulotlari ayirboshlangan bo'lsa, bugungi kunga kelib sanoat tovarlari, ayniqsa mashina va asbob-uskunalarining salmog'i sezilarli darajada o'sdi. Intellektual tovarlar va xizmatlarning ulushi ham keskin ravishda oshib, umumiy savdo aylanmasining 10 foiziga qadar yetdi. Shuningdek, xalqaro savdoni tashkil etish shakllari ham takomillashib bormoqda. An'anaviy ko'rinishdagi tovar birjalari, auksionlar, savdo-sanoat yarmarkalari, savdo ko'rgazmalari bilan bir qatorda ikki tomonlama bitimlarning quyidagi shakllari ham keng qo'llanmoqda:

1) barter–tovarlarni to'g'ridan to'g'ri, pul ishtirokisiz bir-biriga ayirboshlash. Barterda pul ishtirok etmasa-da, tovarlarning qiymatini bir-biriga taqqoslash uchun pulning qiymat o'lchovi vazifasi orqali baholab olinadi;

2) eksport qiluvchilar tomonidan yetkazib berilgan tovarlar qiymatining bir qismiga import tovarlarni xarid qilish;

3) texnikaning yangi modellarini sotishda eskirgan modellarni sotib olish;

4) import qilingan asbob-uskunalar qism va detallarini importga sotuvchi mamlakat tomonidan butlab berish;

5) kompensatsion bitimlar. Mazkur bitimlar shartiga ko'ra, texnologik asbob-uskunalar yetkazib beruvchi tomonlarning biri taqdim etgan kredit (moliyaviy, tovar ko'rinishidagi) bo'yicha to'lovlar ana shu asbob-uskunalarda tayyorlangan tayyor mahsulotlarni yetkazib berish orqali amalga oshiriladi;

6) bir mamlakatda undirilgan xomashyoni boshqa bir mamlakat ishlab chiqarish quvvatlari yordamida qayta ishlashda ushbu qayta ishlash va tashib berish xizmatlarini qo'shimcha xomashyo yetkazib berish orqali to'lash;

7) kliring operatsiyalari, ya'ni o'zaro talab va majburiyatlarni hisobga olish orqali naqd pulsiz hisoblashuv.

Ikki tomonlama savdo tamoyilida amalga oshiriluvchi xalqaro operatsiyalar barcha hajmida barter bitimlari 4 foiz, ikki tomonlama xarid –55 foiz, kompensatsion bitimlar – 9 foiz, kliring operatsiyalari 8 foizni tashkil etadi.

Xalqaro savdoda ishtirok etish har bir mamlakat uchun milliy ishlab chiqaruvchilarni tashqi raqobatdan himoya qilish vazifasini dolzarb qilib qo'yadi. Bu vazifa mamlakatlarning savdo siyosati orqali amalga oshadi. Jahon amaliyotida bu siyosatning **proteksionizm (tashqi ta'sirdan himoyalash)** va **fritrederlik (savdoga to'liq erkinlik berish)** kabi shakllari keng tarqalgan.

Proteksionizmning klassik va zamonaviy ko'rinishlari farqlanadi. **Klassik yoki qattiq qattiq proteksionizm** siyosatining nazariy asosini merkantilizm tashkil etib, uning asosiy belgilari quyidagilardan iborat:

- tovarlar importini cheklash;
- eksportni har tomonlama qo'llab-quvvatlash;
- chetdan keluvchi tovarlarga yuqori boj to'lovlari o'rnatish orqali milliy ishlab chiqarishni himoyalash;
- tovarlarning ma'lum turlari bilan savdo qilishga davlat monopoliyasining o'rnatilishi va h.k.

Zamonaviy proteksionizmning ham asosiy maqsadi ichki bozorda milliy ishlab chiqaruvchilar uchun nisbatan qulay sharoitlar

yaratish hamda ularni xorijiy ishlab chiqaruvchilar raqobatidan himoyalash hisoblanadi, biroq uning usul va vositalari o'zining moslashuvchanligi bilan klassik proteksionizmdan farq qiladi.

Qiyosiy xarajatlar nazariyasiga ko'ra erkin savdo tufayli, jahon xo'jaligi resurslarni samarali joylashtirishga va moddiy farovonlikning yuqori darajasiga erishishi mumkin. Proteksionizm, ya'ni erkin savdo yo'lidagi to'siqlar xalqaro ixtisoslashuvdan olinadigan nafni kamaytiradi yoki yo'qqa chiqaradi.

Erkin savdo yo'lida juda ko'p to'siqlar mavjud bo'ladi. Ularning asosiylari quyidagilar:

1) boj to'lovlari. Boj to'lovlari import tovarlarga aksiz soliqlari hisoblanadi, u daromad olish maqsadida yoki himoya uchun kiritilishi mumkin;

2) import kvotalari. Import kvotalari yordamida ma'lum bir vaqt oralig'ida import qilinishi mumkin bo'lgan tovarlarning maksimal hajmi o'rnatiladi;

3) tarifsiz to'siqlar. Tarifsiz to'siqlar tarkibiga litsenziyalash tizimi, mahsulot sifatiga standartlar qo'yish yoki oddiy ma'muriy taqiqlashlar kiradi;

4) eksportni ixtiyoriy cheklash. Eksportni ixtiyoriy cheklash savdo to'siqlarining nisbatan yangi shakli hisoblanadi. Bu holda chet el firmalari o'zlarining ma'lum mamlakatga eksportini ixtiyoriy ravishda cheklaydi.

Mamlakatlar xalqaro savdo yordamida o'zlarining davlatlararo ixtisoslashuvini rivojlantirishi, o'zlarining resurslari unumdorligini oshirish va shu orqali ishlab chiqarishning umumiy hajmini ko'paytirishi mumkin. Alohida davlatlar, eng yuqori nisbiy samaradorlik bilan ishlab chiqarish mumkin bo'lgan tovarlarga ixtisoslashishi va ularning o'zlari samarali ishlab chiqarish holatida bo'lmagan tovarlarga ayirboshlash hisobiga yutish mumkin.

Shu o'rinda mamlakatlar nima uchun savdo-sotiq qiladi, degan savol tug'iladi. Birinchidan, iqtisodiy resurslar dunyo mamlakatlari o'rtasida juda notekis taqsimlanadi: mamlakatlar o'zlarining iqtisodiy resurslar bilan ta'minlanishi keskin farqlanadi. Ikkinchidan, har xil tovarlarni samarali ishlab chiqarish har xil texnologiya yoki resurslar uyg'unlashuvini talab qiladi. Bu ikki holatning xalqaro savdoga ta'sirini oson tushuntirish mumkin. Masalan, Yaponiya ko'p va yaxshi

tayyorlangan ishchi kuchiga ega, malakali mehnat ortiqcha bo'lganligi sababli arzon turadi. Shu sababli, Yaponiya tayyorlash uchun ko'p miqdorda malakali mehnat talab qilinadigan turli-tuman mehnat sig'imli tovarlarni samarali ishlab chiqarishga ixtisoslashgan. Avstraliya esa aksincha, juda keng maydonlariga ega bo'lgan holda yetarli bo'lmagan miqdorda inson resurslari va kapitalga ega.

Qisqacha aytganda, himoya qilinadigan tarmoqlar savdo to'siqlarini kiritishdan oladigan foyda butun iqtisodiyot uchun ancha katta yo'qotish hisoblanadi.

Erkin savdo (fritrederlik) siyosati proteksionizm siyosatining aksi bo'lib, tashqi savdoni erkinlashtirishga qaratilgan. Bu siyosat xalqaro savdo hajmlarini o'sishiga olib keluvchi turli tarif va kvotalarni qisqartirish, milliy iqtisodiyotning ochiqligini yanada kuchaytirishga xizmat qiladi.

Xalqaro savdoni tartibga solish xalqaro va milliy darajalarda amalga oshadi.

Milliy darajadagi tartibga solish eksport va importni tartiblash orqali namoyon bo'ladi. Eksportni tartiblash tashkiliy va kredit-moliyaviy usullar yordamida uni rag'batlantirishga yo'naltirilgan. **Eksportni rag'batlantirishning tashkiliy usullariga** quyidagilarni kiritish mumkin:

- eksport qiluvchilarga axborot va maslahat berish xizmatlarini ko'rsatish uchun maxsus bo'linmalarni tashkil etish;
- savdo bitimlarini tuzishda davlat idoralarining ishtirok etishi;
- tashqi savdo uchun malakali kadrlarni tayyorlashga ko'maklashuv;
- xorijiy mamlakatlarda ko'rgazmalar tashkil etishda yordam ko'rsatish;
- milliy kompaniyalarni diplomatik jihatdan qo'llab-quvvatlash va h.k.

Eksportni rag'batlantirishning kredit-moliyaviy usullari quyidagilardan iborat:

- eksportga tovarlar yetkazib berishni subsidiyalash;
- eksport qiluvchilar uchun davlat kreditlarini berishva xususiy kreditlar berilishini rag'batlantirish;
- xorijda amalga oshiriluvchi savdo bitimlarini davlat tomonidan sug'urtalash;

- eksportdan olinuvchi foydadan foydadan soliq to'lashdan ozod etish va h.k.

Importni tartibga solish asosan uni tarifli va tarifsiz vositalar orqali cheklashdan iborat. Asosiy tarifli to'siq sifatida bojxona bojlarini keltirish mumkin.

6.2. Tashqi iqtisodiy shartnomalarning huquqiy tartibga solinishi

Tashqi iqtisodiy shartnomalarni tartibga solishda mintaqaviy va universal xarakterdagi xalqaro shartnomalar katta rol o'ynaydi. Tashqi iqtisodiy shartnomalarni tartibga soluvchi qator xalqaro kelishuvlar mavjud. Bu birinchi navbatda "xalqaro tovarlar oldi-sotdisi 126 haqidagi bir xil qonun haqidagi" va "xalqaro tovarlar oldi-sotdisi tuzish tartibi haqidagi bir xil qonun haqidagi" 1964-yilda Gaaga konvensiyasidir. Bu konvensiyalarga kam sonli davlatlar imzo chekkanlari uchun ular keng tarqalmagan. O'zbekiston bu konvensiyaga a'zo emas.

BMTning 1980-yildagi xalqaro tovarlar oldi-sotdisi haqidagi konvensiyasi (quyida 1980-yilgi Vena konvensiyasi) katta ahamiyatga ega. Ushbu konvensiya universal va kelishuvchanlik xarakteriga ega chunki unda turli huquqiy tizimlarning tamoyillari hamda rivojlanayotgan davlatlarning yangi xalqaro iqtisodiy tartib o'rnatilishidan manfaatdorligi e'tiborga olingan. 1964-yilgi Gaaga konferensiyasi Vena konvensiyasiga qo'shilgan. Tashqi iqtisodiy shartnomalar, ayniqsa, xalqaro tovarlar oldi-sotdisi shartnomalari tuzishda xalqaro an'analar katta rol o'ynaydi. Savdo hamkorlari o'rtasida savdo an'analari bo'yicha kelishmovchiliklar kelib chiqmasligi uchun xalqaro savdo palatasi 1953-yilda inkoterms to'plamini chiqardi-yu huquqiy nuqtayi nazardan "INKOTERMS" fakultativ xarakterga ega bo'lgan qoidalar to'plamidir. 1990-yilgi qoidaga ko'ra ushbu qoidalar amal qilmoqchi bo'lgan savdogarlar shartnomada buni ko'rsatib o'tishlari kerak. Oldi-sotdi shartnomalarini tuzish. Shartnomaning tarkibi. Shartnomani tuzish ikkita asosiy bosqichdan iborat. Bular shartnoma tuzishni taklif qilish (oferta) va taklifni qabul qilish (aksept).

Oferta ikkita talabga javob berishi kerak: u o'z ichiga taklif qilinayotgan shartnomaning barcha muhim punktlarini olishi va aniq

shaxsga yoki noaniq shaxslarga yo'naltirilgan bo'lishi kerak. Yuqoridagi talablardan birining yo'qligi shartnoma tuzish haqida taklif yo'qligini bildiradi. Amalda kishilarga oferta bo'lmagan murojaatlar uchrab turadi. Ularni shartnoma tuzish bo'yicha muzokarlarga taklif sifatida qarash kerak. Bularga turli reklama va e'lonlar kiradi. Akset deganda oferent tomonidan taklif qilingan shartlarda adresat tomonidan shartnoma tuzishga rozilik tushuniladi. Aksept shartnoma tuzish haqidagi taklifi ko'rsatilgan shartlarga javob berishi kerak. Ikki tomon ekportyor va importyor savdo shartnomasi bo'yicha kelishuvga kelganlarida shartnoma tuzilgan hisoblanadi.

O'zbekiston Respublikasi qonunchiligiga muvofiq shartnoma tuzish joyi aksept olingan joy hisoblanadi. Oldi-sotdi shartnomasining tarkibi. Tashqi savdo shartnomalari odatda quyidagi bo'limlarga ega:

1. Tomonlarni belgilash;
2. Shartnomaning predmeti;
3. Shartnomaning narxi va umumiy summasi;
4. Tovarlarini yetkazib berish muddati;
5. To'lov shartlari;
6. Tovarlarini qadoqlash;
7. Mulk huquqining o'tishi;
8. Sotuvchilarning kafolatlari;
9. Jarima va zararni qoplash;
10. Fors-major;
11. Sug'urta;
12. Arbitraj.

Agar shartnomaning predmeti mashina, uskunalar bo'lsa shartnomada texnik sharoitlar tekshirishlar va qabul kilish shartlari kabi bo'limlar bo'lishi mumkin. Shartnomaning asosiy shartlaridan tashqari tomonlar o'zaro huquq va majburiyatlarni aniqlovchi qo'shimchalar kiritishlari mumkin, xalqaro savdoda ma'lum tovarlar oldi-sotdi bo'yicha namunali shartnomalardan keng foydalaniladi. Bunday shartnomalar ko'pincha don mahsulotlari, shakar, paxta, yogoch mahsulotlar va boshqalar bilan savdoda qo'llaniladi.

Shartnomani bajarish deganda kreditor tomonidan huquqlarini amalga oshirilish va qarzdor tomonidan kelishuvda ko'rsatilgan majburiyatlarni bajarilish tushuniladi. Shartnomani bajarish asosida yotgan bosh tamoyil majburiyatlarni bajarish tamoyili hisoblanadi.

Tashqi savdo oldi-sotdi shartnomasining bajarish predmeti tovar hisoblanadi. Tovar yetkazib berish muddati deganda sotuvchi tovarni oluvchi mulkiga berishi kerak bo'lgan vaqt tushuniladi. Tovar bir vaqtda yoki qismlarga bo'lingan holda yetkazib berilishi mumkin. bir vaqtda yetkazib berishda aniq vaqt belgilanadi. Qismlarga bo'lib yetkazib berishda yetkazib berish orasidagi muddat belgilanadi.

6.3. Tashqi savdo shartnomalari

Tadbirkorlar o'zlarining tashqi savdo faoliyatlarida ko'pincha butun bir muammolar qatoriga duch kelishadi. Bu uning huquqiy tartibga solishning murakkabligi hamda nazorat qiluvchi organlarning e'tibor markazida bo'lishi, nizolarni hal qilishning alohida tartibi va ko'pgina boshqalar. Garchi qonunchilikda tashqi savdo, ya'ni, tovarlar (ishlar, xizmatlar) eksporti va importi eksport-import kontraktlari vositasida rasmiylashtirilishi belgilangan bo'lsa-da, unda tashqi savdo bitimi degan tushuncha yo'q. Ularning uch alomati qonunchilikda belgilangan:

xorijiy elementning mavjudligi (bitim tuzayotgan tomonlardan birining chet el davlatiga mansubligi);

tijoriy tusga egaligi (o'zbek tomoni xo'jalik yurituvchi subyekt bo'lishi);

O'zbekiston chegarasini kesib o'tishi (tovarlar eksporti yoki importi).

Shartnomaga rioya etilishi lozim bo'lgan muayyan talablar qo'yiladi. U ikkala davlatning bojxona qonunchiligini hisobga olgan holda tuziladi. Agar shartnomani kelishish jarayonida qandaydir holatlar nazardan qochirilgan bo'lsa, u holda keyinchalik ularni **qo'shimcha kelishuvlarda** yozib qo'yish kerak. Odatda shunday ham qilinadi.

Eksport kontrakti O'zbekiston rezidenti va norezidenti o'rtasida tovarlar, ishlar, xizmatlar eksporti, shuningdek qonunchilikka muvofiq eksportga tenglashtirilgan kontraktlar tuziladi (Vazirlar Mahkamasining 30.09.2003 yildagi 416-son qarori bilan tasdiqlangan "Tashqi savdo operatsiyalari ustidan monitoring olib borish tartibi to'g'risida Nizom"). Qonunchilikka muvofiq tashqi iqtisodiy bitim uning tuzilish joyidan qat'i nazar yozma shaklda tuzilishi zarur. Bu

qoidaga rioya qilmaslik Fuqarolik kodeksining (FK) 115 va 1181-moddalariga binoan uning haqiqiy emasligiga sabab bo'radi. Tashqi savdo shartnomasining namunaviy shakli yoki qandaydir tavsiyaviy shakl normativ tartibda tasdiqlanmagan. Tashqi savdo shartnomasi erkin shaklda tuzilishi mumkin, biroq qonunchilikda unda muayyan axborotlar taqdim qilinishi to'g'risida talablar saqlanadi.

Kontrakt shartlari:

Kontraktning mavzusi;

Tovarning sifati va miqdori;

Tovarni topshirish–qabul qilish;

Yetkazib berishning bazis shartlari;

Yuklab jo'natish hujjatlari;

Sug'urtalash;

Narxi;

To'lov shartlari;

O'rash va markirovka qilish;

Kafolatlar;

Tomonlarning huquq va majburiyatlari;

Sanksiyalar va reklamatsiya;

Fors-major holatlari;

Nizolarni hal qilish, shu jumladan hakamlik sudi orqali;

Tomonlarning yuridik manzillari va tomonlar imzolari.

Shartnomada shartnoma bekor qilingan taqdirda oldindan to'langan summani qaytarish shartlarini ko'zda tutgan ma'qul. Ishtirokchilarning har biri tashqi savdo bitimi tuzganda o'z milliy qonunchiligi talablariga rioya qilishi hamda shu bilan bir vaqtda kontragent-davlatning milliy qonunchiligidagi amaldagi imperativ normalarni hisobga olishi kerak.

Tashqi savdo kontraktlari bo'yicha ma'lumotlarni elektron raqamli imzodan foydalangan holda Interaktiv davlat xizmatlari yagona portali orqali elektron shaklda kiritish zarur. Bunda quyidagi shartlarning bajarilishi shart:

- to'lov valyutasi xorijiy valyutada ko'rsatilgan bo'lishi;

- kontraktida ko'zda tutilgan hisob-kitob shakli va tuShumni kelib tushish muddatlari respublika qonunchiligida belgilangan talablarga muvofiq kelishi kerak;

- respublika tovar-xomashyo birjalarida valyutada tuzilgan eksport kontraktlari bo'yicha tovar-xomashyo birjalari tomonidan kontraktga berilgan identifikatsiya raqamining mavjudligi tekshiriladi;

- kontraktning nusxasi kontraktning asliga aynan mos kelishi kerak;

Oldi-sotdi shartnomasi bo'yicha xaridorning asosiy majburiyatlaridan biri tovarlar uchun oldindan to'lov, to'lovni amalga oshirish hisoblanadi. Oldindan to'lovni amalga oshirishning mohiyati shundan iboratki, tovar sotuvchi o'z hisobvarag'iga kelishilgan qat'iy summa yoki bitimga nisbatan foizni olgandan keyin tovarlarni jo'natadi.

Biznes yuritishni osonlashtirish uchun tadbirkorlik subyektlariga oldindan to'lovni amalga oshirishning bir necha varianti taqdim qilinadi. Ulardan biri – **bu bank kafolati**, boshqacha aytganda – **akkreditiv**.

Hujjatli akkreditiv, mohiyati bo'yicha, agar benefitsiar akkreditivda ko'zda tutilgan hujjatlarni belgilangan muddatlarda taqdim etsa, benefitsiarga o'z buyurtmachisi hisobidan kelishilgan valyutada muayyan summani to'lash bo'yicha bankning va'dasi hisoblanadi.

To'lovni ta'minlash dastagi sifatida hujjatli akkreditiv o'z afzalliklariga ega:

- deyarli jahonning barcha mamlakatlari tomonidan operatsiyalarda qo'llanadi;

- sotuvchi uchun to'lanishi lozim bo'lgan summani oldindan tasarruf qilishda qulaylik;

- ishonchli va to'lov shartlariga nisbatan moslashuvchan;

- qisqa muddatli moliyalashtirish vositasi sifatida yaroqli;

- tez va to'sqinliksiz to'lovni amalga oshiradi, bu muayyan holatlarda sotuvchi jozibali chegirmalar olishiga imkon beradi;

- xalqaro huquqiy ishonchlikka ega.

Biroq hech kim u bo'yicha oldindan to'lov amalga oshirilgan eksport shartnomasi bekor bo'lishi mumkinligidan sug'urtalanmagan. Har xil holatlar uning sababi bo'lib xizmat qilishi mumkin. Bu shartnoma shartlaridagi muhim buzilishlar va yetkazib berish muddatlarining buzilishi sababli xaridorning tashabbusi, holatlarning sezilarli darajada o'zgarishi, shuningdek, shartnomada ko'zda tutilgan boshqa holatlardir.

Kontraktda valyuta, to'lov shakli va muddati, kontraktning tomonlari o'rtasida hisob-kitob usuli va shakli, tovar harakatining qaysi bosqichida uning uchun to'lov amalga oshirilishi hamda u bir yo'la yoki bir necha badallar bilan o'tkazilishi, pul o'tkazish uchun zarur hujjatlar ro'yxati belgilanadi.

Agar kontrakt matnida to'lovning aniq payti ko'rsatilmagan bo'lsa, xalqaro savdo rusumlariga ko'ra, u tovarga bo'lgan egalik huquqi o'tgandan keyin yoxud tovarga ilova qilingan hujjatlar berilgandan so'ng amalga oshirilishi mumkin. Agar shartnoma jadvalda ko'rsatilgan sabablarga binoan bekor qilingan taqdirda shartnomani bekor qilish to'g'risida kelishuv qilish zarur. Unda shartnomani bekor qilish qanday asoslarda amalga oshirilayotganini ko'rsatish va kontragentni oldindan to'langan to'lovni qaytarishga majbur qilish kerak.

Nazorat uchun savollar

1. Xalqaro savdoning o'ziga xos xususiyatlarini bayon eting.
2. Erkin savdo yo'lida qanday asosiy to'siqlar mavjud?
3. Proteksionizm vam fritrederlik siyosati nima?
4. Tashqi iqtisodiy shartnomalar qanday tartibga solinadi?
5. Eksportni rag'batlantirishning kredit-moliyaviy usullari nimalardan iborat ?
6. Tashqi savdo shartnomalarida qanday shartlar bajarilishi zarur?

7-MAVZU. DEMPING VA ANTIDEMPING

7.1. Dempingning mohiyati va tashqi iqtisodiy siyosatdagi ahamiyati.

DEMPING (ing. dumping — tashlash, tashlama) — tovarlarni tashqi va ichki bozorda sun'iy arzonlashtirilgan, o'rtacha chakana narxlardan, ba'zan tannarxdan past narxlarda sotish; tashqi bozorni egallash uchun raqobat kurashi vositalaridan biri. Tashqi bozorda tovarlarning o'z qiymatidan arzon sotilishidan birlashmalar zarar ko'radi. Bu zarar ichki bozorda sotilgan tovarlardan olingan yuqori foydadan mablag' ajratish yoki davlat byudjetidan hamda soliqlar hisobidan qoplanadi. Demping davlat yoki kompaniya tomonidan kelgusida kutilayotgan zararlarni bartaraf etish maqsadida o'tkaziladi va bu yo'l bilan zarur bo'lgan pul, valyuta mablag'lari tezda to'planadi.

XX asr boshlarida, Yevropa davlatlarida demping ommaviy tus oldi. 1929—33-y. lardagi jahon iqtisodiy tangligi davrida, ayniqsa, keng yoyildi. 2-jahon urushidan keyin Demping siyosati AQSH monopoliyalari tomonidan muntazam o'tkazib turildi. Dempingning ayrim mamlakatlar tomonidan qo'llanilishi o'z navbatida boshqa mamlakatlarning unga qarshi chora ko'rishiga olib keladi va mol kiritish bo'yicha olinadigan boj summasini oshirishda o'z ifodasini topadi. Jahon iqtisodiy tajribasidan ma'lumki, ko'pgina davlatlarda Dempingga qarshi qonunchilik, Dempingga qarshi maxsus bojlar amal qiladi.

Dempingdan, eng avvalo, davriy pasayishlar va ichki talab kamayganda, iqtisodiyotni tarkibiy qayta qurish davrida foydalaniladi. Masalan, 30-yillarda Shunga o'xshash hodisa Sharqiy Yeropa mamlakatlaridan import qilinuvchi qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozorida kuzatildi, 70-yillarda AQSH va Yevropa Ittifoqi tomonidan Yaponiyaga nisbatan dempingdan foydalanish ayblovi ilgari surildi. Vaqtinchalik va ayniqsa, doimiy dempingga qarshi importyor-mamlakatlar GATT moddalariga asoslangan holda importga qarshi import bojlarini joriy etish huquqiga ega bo'lganligi sababli keyingi paytda yashirin demping keng tarqalmoqda. Bu eksportyor va importyorlar o'rtasida importyorlar tomonidan o'z milliy bozorida

tovarlarni eksportyor yetkazib bergan narxdan past baholarda sotish haqida oshkor bo'lmagan kelishuvni nazarda tutadi. Yashirin demping yirik TMKlar tomonidan firma ichida qo'llaniladigan butlovchi qismlarni transferti amaliyotida keng tarqalgan (mas. yapon TMKlari ichida).

Tariflar va savdo bo'yicha bosh kelishuv (GATT) 1967-yili xalqaro antidemping kodeksini qabul qildi. Bu kodeksda demping holatini aniqlash va isbotlash tartib qoidalari, importyor mamlakat firmalari tomonidan demping natijasida shu turdagi tovarni ishlab chiqaradigan eksportyor mamlakatlarga yetkazilgan zararni to'lash yo'llari ko'zda tutilgan. GATT (JST)da antidemping komiteti (1993 yil) tuzilgan. Hozirgi vaqtda eksport tovarlarining raqobatbardoshligi ularning sifatiga nisbatan bahosi, sotishni qayta tashkillantirish, sotishdan keyingi xizmat ko'rsatishlar va boshqa xizmatlar orqali aniqlanadi. Shuning uchun ham dempingning tashqi bozorni egallash vositasidagi ahamiyati pasayib bormoqda.

Ishlab chiqarishni endigina yo'lga qo'ygan tadbirkorlar import bojlarini oshirish orqali davlat tomonidan himoya choralarining qo'llanilishini so'ramoqda. Ma'lumki, iqtisodiyot nazariyasida bu holat **proteksionizm** deb ataladi va bu jarayonda mamlakat yoki bir nechta mamlakatlardan iborat bloklar o'z iqtisodiyotini himoya qilish maqsadida **tashqi savdo operatsiyalariga cheklovlar(asosan import bojlari)** kiritadi.

Hozirgi kunda, proteksionizmning tariflar, kvotalar, subsidiyalar, sertifikatlash, milliy mahsulotlardan foydalanish talablarini joriy qilish, ma'muriy to'siqlar, antidemping va *valyuta kurslarini boshqarish* kabi usullari keng qo'llaniladi.

7.2. Demping turlari

Tashqi savdoni notarif usullar bilan tartibga solish amaliyotini o'rganish shuni ko'rsatadiki, eksport subsidiyalari ko'pincha dempingga - xorijiy bozorlarda eksportyor mamlakat ichki bozoridagi o'rtacha narxga nisbatan past baholarda sotishga moddiy asos bo'ladi. Mutaxassislar dempingning quyidagi variantlarini ajratib ko'rsatishadi:

- tasodifiy — eksportyorda tasodifiy ortiqcha tovarlarni paydo bo'lishi bilan bog'liq;

- vaqtinchalik — eksportyor tomonidan boshqa mamlakat bozoriga tezlik bilan kirib borish uchun qo‘llaniladi;

- doimiy — monopolist kompaniya tomonidan, uning tashqi iqtisodiy faoliyati davlatning doimiy qo‘llab-quvvatlashi sharoitida, tashqi bozorlarda foydani maksimallashtirish uchun qo‘llaniladi, bunda ichki bozorda nisbatan yuqori narx saqlab turiladi.

Valyuta dempingi — bu valyuta kursini tushurish natijasida uning xarid qilish qobiliyatini pasayishidan foydalangan holda tashqi bozordagi raqobatchilarni siqib chiqish maqsadi bilan bog‘liq holda tovarlarni jahon o‘rtacha narxlaridan past darajada keng ko‘lamda eksport qilishdir.

Valyuta dempingi uchun quyidagilar xarakterlidir:

1. Eksportyorlar ichki bozordan tovarlarni inflyatsiya ta‘sirida o‘zgarib turgan narx bo‘yicha sotib olib, tashqi bozorda tovarni jahon o‘rtacha narxlaridan past darajadagi narxlar bo‘yicha barqaror valyuta sotadilar;

2. Eksport baholarini pasayish manbai bo‘lib barqaror valyutada olingan tushumni qadrsizlangan valyutaga almashtirishda yuzaga kelgan kurs farqi xizmat qiladi;

3. Tovarni chetga katta hajmda chiqarish eksportyorlarni yuqori foyda olishini ta‘minlaydi. Demplinglar ham ishlab chiqarish tannarxidan past bo‘lishi mumkin. Ammo eksportyorlar uchun juda ham tovarni past narxda sotish foydali emas, chunki xorijiy sheriklar milliy tovarni reeksport qilishi natijasida milliy tovarlar bilan raqobat yuzaga kelishi mumkin.

Valyuta dempingini turli xil tovar demplinglari bilan ularning asosiy xususiyati — tovarlarni past narxlarda eksport qilish birlashtiradi, lekin ular bir-biridan farq qiladi. **Tovar dempingidan** ichki narx bilan eksport bahosidagi farq asosan davlat byudjeti hisobidan qoplanadi, valyuta dempingida esa kurslar o‘rtasidagi farq hisobidan olingan eksport mablag‘i (mukofot) hisobiga qoplanadi.

Tovar dempingi birinchi Jahon urushiga qadar yuzaga kelgan. Bu paytda korxonalar tashqi bozorni egallash uchun asosan o‘z jamg‘armalariga tayanganlar. Valyuta dempingi birinchi marta 1929—33 yillardagi jahon iqtisodiy inqirozi davrida qo‘llanila boshlagan. Uning bevosita kelib chiqish sababi jahon valyuta

inqirozining rivojlanishi bir xil darajada, bir xil muvozanatda bo‘lmaganligidadir.

Ma’lumki, valyuta dempingi davlatlar o‘rtasida qarama-qarshiliklar keltirib chiqaradi va ularning an’anaviy iqtisodiy aloqalarini buzadi, raqobatni kuchaytiradi. Valyuta dempingi amalga oshirilayotgan mamlakatda eksportyorlarning foydasi oshadi, lekin baholarning o‘shishi natijasida mehnatkashlarning yashash darajasi pasayadi. Valyuta dempingni bo‘lgan mamlakatda esa arzon chet el tovarlari bilan raqobatlasha olmayotgan iqtisodiy tarmoqlarida rivojlanish qiyinlashadi, sekinlashadi, ishsizlik kuchayadi. Yirik eksportyor firmalar valyuta dempingidan o‘z raqobatchilarni kuchsizlantirish uchun valyuta va savdo urushi vositasida foydalanadilar.

Shu tarzda, valyuta kurslarining o‘zgarishi tashqi bozorda sotiladigan yalpi mahsulotni mamlakatlar o‘rtasida qayta taqsimlanishiga ta’sir ko‘rsatadi. Suzib yuruvchi valyuta sharoitida kurs munosabatlarining bahoda shakllanishi va inflyatsiya jarayoniga ta’siri kuchayadi. Hisob-kitoblarga ko‘ra, mamlakatning valyuta kursida 20% ga ko‘tarilishi 25% kvotasiga ega bo‘lgan mamlakatda import tovarlari narxlarini 16% oshishiga olib keladi, buning natijasida mamlakatdagi umumiy baholar darajasi 4—6 % ga oshadi.

Suzib yuruvchi valyuta kursi rejimida ichki bozorlarga bunday ta’sir qilish omili doimiy xarakterga ega, lekin ayni vaqtda qayd etilgan kurs rejimi rasmiy devalvatsiyada namoyon bo‘ladi. Suzib yuruvchi valyuta kursi sharoitida mamlakatga chet el kapitalini oqib kelish natijasida ssuda kapitali va kapital qo‘yilmalarining hajmi vaqtincha ko‘payadi va bu mamlakatlar iqtisodiyotini rivojlantirish uchun va davlat byudjeti defitsitini qoplash uchun ishlatiladi. Mamlakatdan valyuta oqib ketishi uning yetishmovchiligiga, ishsizlikka olib keladi. Valyuta kursining tebranishi yana mamlakatning valyuta iqtisodiy potensialiga, eksport kvotalariga, XIMdagi pozitsiyasiga bog‘liq. Valyuta kursi mamlakatlar, milliy eksportyorlar va importyorlar o‘rtasidagi kurash obyektini bo‘lib, xizmat qiladi, davlatlararo kelishmovchiliklar manbai hisoblanadi.

Bugungi kunda davlatimiz oldida turgan eng muhim vazifalardan biri valyuta kursini barqarorligini ta’minlash hisoblanadi. Milliy valyutaning barqarorligini, ishlab chiqarishni rivojlantirish, bozorda erkin almashinuvi yetarli miqdordagi raqobatbardosh mahsulotlar,

zarur rezervlar orqali ta'minlanadi. Bunga erishmoq uchun O'zbekiston davlati aniq vazifalarga ham yetishga qaratilgan 4 ta alohida dasturlar to'plamini ishlab chiqdi va amalga oshirmoqda.

Birinchi, tovar bilan barqaror ta'minlangan taqdirdagina valyuta bozori real kuch va obro'ga ega bo'ladi. So'mning xarid quvvatini oshirish uchun respublika bozorini mumkin qadar tezroq iste'mol mollari bilan to'ldirish zarur. Bozorni o'zimizda ishlab chiqarilgan mollar bilan ham to'ldirish choralarini ko'rish kerak. Bunda g'oyat muhim vazifa odamlarning eng zarur talablarini qondiruvchi o'z mahsulotimizni ishlab chiqarishni imkoni boricha kengaytirishdan iborat.

Ikkinchi, valyutaning barqaror amal qilishi davlatda erkin almashinuvi yetarli valyuta zahirasi bo'lishga bog'liq. Bizning valyutamiz har qanday barqaror valyutaga erkin almashina oladigan bo'lsagina, u tan olingan va hurmat qozongan valyuta bo'ladi. Buning uchun eksport imkoniyatini kengaytirish, korxonalarini eksport uchun mahsulot ishlab chiqaradigan korxonalariga aylantirish, jahon bozorida o'z mustahkam mavqeyimizning qo'lga kiritishimiz zarur.

Uchinchi, har bir korxonaga, har bir kishi ishlab topgan so'mni qadrlashni o'rgangan taqdirdagina milliy valyuta real to'lov vositasiga aylanadi. Buning uchun qat'iy moliya-kredit siyosatini izchillik bilan o'tkazish zarur. Biz o'z moliyamizdan ishning ko'zini bilib, ehtiyotkorona va tejab tergap foydalanishimiz, uning behuda sarflanib ketishga yo'l qo'ymasligimiz zarur. Iqtisodiyotda sarflangan har bir so'm salmoqli foyda bilan qaytishi, ertangi kunga, respublika istiqboliga xizmat qilishi kerak.

To'rtinchi, milliy valyutani mustahkamlashning eng muhim sharti — inflyatsiyaga qarshi baquvvat puxta o'ylangan siyosat o'tkazishdir. inflyatsiya darajasini keskin kamaytirishgina milliy valyutani baqaror valyutaga aylantira olish mumkin. So'm o'zining yuksak to'lov qobiliyatini uzoq muddat davomida saqlab qolgan taqdirdagina milliy valyutamiz o'z quvvatiga va obro'siga ega bo'ladi. Biz pul miqdori tovarlar va xizmatlarning miqdori tegishli darajada o'sishi bilan mustahkamlanmagan holda ortib borishiga yo'l qo'ymasligimiz kerak. Xarid qilish uchun mollar yetarli bo'lmagan holda aholi qo'lida pulning ortiqcha ko'payib ketishi, avvalo, narxlarning oshishiga, inflyatsiyaning yana avj olishiga olib keladi.

Shu sababli ishlab chiqarishni bozorni mol bilan to'ldirishda, taqchillik bo'lib turgan iste'mol fondida ishlab chiqariladigan mahsulot va xizmatlarning hajmi ko'payishiga qaratish lozim.

7.3. Dempingga qarshi bojlar

Sotish maqsadida olib kiriladigan tovarlarga nisbatan vaqtincha bojlarning maxsus turlari: dempingga qarshi; kompensatsiya bojlari qo'llanishi mumkin.

Maxsus bojlar:

— o'xshash yoki bevosita rakobat qiluvchi tovarlar bojxona hududiga mamlakatdagi tovar ishlab chiqaruvchilarga ziyon yetkazadigan yoki ziyon yetkazishi mumkin bo'lgan miqdorda va shartlarda olib kirilayotgan bo'lsa, himoya chorasi sifatida;

— boshqa davlatlar yoki ularning ittifoqlari tomonidan qo'llanilayotgan davlat huquqlarini cheklovchi va manfaatlarini kamsituvchi harakatlarga javob chorasi sifatida qo'llaniladi. Dempingga qarshi bojlar tovarlar bojxona hududiga ularning olib chiqilgan davlatda amalda bo'lgan, real qiymatidan past narxda olib kirilsa, agar bunday olib kirish mamlakatning shunga o'xshash tovarlarni ishlab chiqaruvchilariga moddiy ziyon yetkazsa yoki yetkazish xavfini tug'dirsa yoxud mamlakatda xuddi shunday tovarlar ishlab chiqarishni tashkil qilish yoki kengaytirishga to'sqinlik qilsa, qo'llaniladi. Kompensatsiya bojlari davlat bojxona hududiga ishlab chiqarish yoki olib kirish paytida bevosita yoki bilvosita subsidiyalardan foydalanilgan tovarlar olib kirilsa, agar bunday olib kirish mamlakatning o'xshash tovarlar ishlab chiqaruvchilariga moddiy ziyon yetkazsa yoki yetkazish xavfi bo'lsa yoxud davlatda xuddi shunday tovarlar ishlab chiqarishni tashkil qilish yoki kengaytirishga to'sqinlik qilsa, qo'llaniladi.

Ko'pchilik hollarda eksportni davlat tomonidan rag'batlantirish tadbiri sifatida ko'pgina mamlakatlarda eksport subsidiyalari qo'llaniladi. Bunda tajriba-konstruktorlik ishlari va eksportga mo'ljallangan ishlab chiqarishni bevosita moliyalashtirish yoki bu maqsadlarga davlat byudjetidan imtiyozli kreditlar berish ko'zda tutiladi. Eksport subsidiyalari turli shakllarda qo'llaniladi. Bularga:

- eksportyor firmalarga yoki xorijiy sheriklarga past foizli kreditlar berish;

- reklama xarajatlarini davlat hisobidan qoplash, bozor konyukturasi haqida tekin axborot yetkazib berish;

- firmalarga ishlab chiqarish hajmidagi eksport ulushiga muvofiq soliq imtiyozlarini berish;

- bevosita subsidiyalash kiradi. Amaliyotda eng ko'p subsidiya oluvchi tarmoq qishloq xo'jaligi hisoblanadi.

Eksport subsidiyalarining berilishi milliy ishlab chiqaruvchilarning tashqi bozorda raqobatbardoshligini oshiradi. Ammo importyor davlatlar tomonidan kiritiladigan kompensatsion import bojlari bu yutuqni yo'qqa chiqarishi mumkin. Oqibatda eksportyor davlat byudjeti yo'qotishga uchraydi, importyor davlat byudjeti esa qo'shimcha daromad ko'radi. Bu tadbir dempingga qarshi kurash ko'rinishlaridan biridir. Dempingga qarshi qaratilgan bojlar jahon amaliyotida keng qo'llanilib, o'zida qo'shimcha import bojlarini aks ettiradi. Ular odatda jahon narxlaridan yoki import qilayotgan mamlakat ichki narxlaridan past narxlar bo'yicha eksport qilinayotgan mahsulotlarga o'rnatiladi. Bu bojlarni belgilash haqidagi qarorni xalqaro sud mahalliy ishlab chiqaruvchilar va sotuvchilar murojaatidan so'ng chiqaradi hamda uning miqdorini va to'lash tartibini belgilaydi. Masalan, dempingga qarshi bojlar o'z valyuta resurslarini to'ldirish maqsadida jahon bozoriga xomashyo resurslarini eksport qilishni ko'paytirgan sobiq ittifoqdosh respublikalarga nisbatan faol qo'llanilmoqda.

Nazorat uchun savollar

1. Dempingning mohiyati va tashqi iqtisodiy siyosatdagi ahamiyatini bayon etib bering.

2. Tariflar va savdo bo'yicha bosh kelishuv (GATT) tomonidan xalqaro antidemping kodeksi qachon qabul qilindi?

3. Proteksionizm siyosatini tushuntirib bering.

4. Demping nima va uning qanday variantlari mavjud?

5. Valyuta dempingining xarakterli xususiyatlari nimalardan iborat?

6. Sotish maqsadida olib kiriladigan tovarlarga nisbatan vaqtincha bojlarning qanday maxsus turlari mavjud?

8-MAVZU. KOMPENSATSIYA MAJBURIYATLARI, UNDA QOCHISH

8.1. JST me'yorlari

JST (Jahon Savdo Tashkiloti) ga 1995-yil yanvarida asos solindi. JST Sekretariati Jeneva shahrida joylashgan. Jahon Savdo Tashkiloti mamlakatlar o'rtasidagi o'zaro savdo muloqotlarini o'tkazish va bu boradagi nizolarni hal etish imkoniyatini beruvchi global maydon hisoblanadi. Bugungi kunda dunyoning 164 ta davlati unga a'zo. BMT mamlakatlar o'rtasidagi siyosiy munosabatlarni, Jahon Savdo Tashkiloti esa ular o'rtasidagi savdo munosabatlarini tartibga soladi.

Shu bilan birga, JSTda BMT va boshqa xalqaro institutlardan farqli o'laroq, a'zo mamlakatlar tomonidan majburiy ravishda rioya etiladigan xalqaro savdo qoida va tamoyillaridan tashqari, savdo tartiblarini samarali qo'llash va o'zaro nizolarni hal etish mexanizmi mavjud. Tashkilotning asosiy xalqaro savdo tamoyillari haq-huquqlar cheklanmagan va halol raqobat qoidalaridan iborat. Agar adolatli raqobat qoidasi buzilsa, savdoda ham xatoliklar bo'ladi. Barcha a'zo davlatlar tomonidan qabul qilingan qoida va tamoyillar esa savdodagi ehtimolliklarni kafolatlovchi omil bo'lib xizmat qiladi hamda qulay investitsiya va sog'lom raqobat muhitini yaratadi. Tashkilotga a'zo bo'lgach, ko'pgina rivojlanayotgan va kam rivojlangan mamlakatlarda taraqqiy topgan davlatlar bilan teng huquqda savdo muzokaralarida ishtirok etish va muammolar yuzasidan murojaat qilish imkoniyati paydo bo'lgan.

Albatta, bu jarayon mazkur mamlakatlarda iqtisodiy o'sish va aholi farovonligini oshirishga yordam bergan. Umuman, JSTning asosiy vazifalari manfaatdor a'zo davlatlar o'rtasida ko'p tomonlama savdo muzokaralarini o'tkazish, savdodagi nizolarni bartaraf etish, a'zo mamlakatlar milliy savdo siyosatini monitoring qilish, boshqa ixtisoslashgan xalqaro muassasalar bilan hamkorlik olib borishdan iborat. Jahon Savdo Tashkiloti ko'p tomonlama savdo tizimining huquqiy va institutlashgan o'zagidir. U ichki savdo qonunchiligi va qoidalarini rivojlantirish va amalga oshirish uslublarini hukumatlarga belgilab, shartnomaviy majburiyat tamoyillarini taqdim qiladi.

Savdo tizimini boshqarish uchun JST tamoyillari JST bitimlari aytarliq keng miqyosli va komplekslidir, chunki ular keng doirada jahon savdosi masalalarini qamrab oluvchi yuridik hujjatlar hisoblanadi. Barcha bitimlar negizida bir nechta oddiy, fundamental tamoyillar yotadi, jumladan: Mumkin qadar (**Qulaylik Berish Rejimi**) (QBR). tamoyili QBR nizomiga binoan a'zo mamlakatlarning har biri o'zga barcha a'zolarga savdo sheriklari sifatida teng sharoitlarni qo'llaydi. Agar biror-bir mamlakat o'zga savdo sherigiga imkoniyat bersa, u holda xuddi shunday rejim JST boshqa a'zo mamlakatlariga ham mazkur tamoyilning ishlashini ta'minlash uchun qo'llanishi shart. Istisnolarni qo'llashga ijozat beriladi. Masalan, mamlakatlar shu guruhlardan tashqarida tovarlar savdosini amalga oshirishga qo'llanilmaydigan mintaqaviy bitimlar tuzishlari mumkin. Yoki bo'lmasa mamlakat savdoni noqonuniy yo'llar bilan amalga oshiruvchi muayyan davlat tovarlariga to'siq qo'yishi mumkin.

Xizmatlar ko'rsatish bo'yicha ham mamlakatlar muayyan cheklashlarga rioya etishda istisnolarni qo'llashlari mumkin. Bitimlar bunday istisnolarni qo'llashga izn beradi, biroq belgilangan muayyan shartlarga rioya etgan holda. Umuman, QBR nizomida JST qoida va nizomlarini belgilashda ustun turadi.

1. Diskriminatsiyasiz savdo. Mamlakat o'z savdo sheriklari hamda mamlakat va xorijiy tovarlar, xizmatlar va shaxslar o'rtasida diskriminatsiya o'tkazmasligi kerak.

2. Savdo to'siqlarini bartaraf etish. Muzokaralar o'tkazish orqali mavjud savdo to'siqlarini asta-sekin bartaraf etish. Bashorat etiladigan savdo. Xorijiy investorlar, kompaniya va hukumatlar savdo to'siqlari (jumladan tariflar, notarif to'siqlari va boshqalar) asossiz joriy etilmasligiga ishonch hosil qilishlari shart va bozorni erkinlashtirish majburiyatlari JSTga «bog'lanadi».

Raqobatbardoshlikni takomillashtirish. JST qoidalari eksportni subsidiyalash va demping kabi «noadolatli» faoliyatlariga to'sqinlik qiladi. Yetarli darajada rivojlanmagan davlatlar uchun qulay shart-sharoitlar. Yetarli daraja o'tish davri va maxsus rejimlar taqdim etish.

3. JST va xalqaro savdo tizimi. Xalqaro savdo tizimi investorlar, ish beruvchilar, mehnatkashlar va iste'molchilar uchun savdo investitsiyalari va ishchi o'rinlarini yaratuvchi, shu bilan birga kerakli tovarlar va bozorlardagi arzon narxlarni rag'batlantiruvchi biznes

muhit bilan ta'minlashda davlatning sa'y-harakati hisoblanadi. Bunday muhit, ayniqsa, biznesga investitsiyalar kiritish va uning rivojlanishida barqaror va oldindan bashorat etiladigan bo'lishi kerak. Xavfsiz va bashorat etiladigan bozorga erishishning mavjudligi asosan tarif yoki bojxona to'lovi bilan belgilanadi.

JST qoida va nizomlariga binoan kvotani qo'llashga ijozat berilmaydi va faqat tariflarga davlatlar tomonidan o'z milliy sanoat yo'nalishlari va byudjetga daromad olishlarini himoya qilishlari mumkin. Biroq ular tovarlar harakatini chegaralashda majburlash vositasi bo'la olmaydi. Xizmatlar savdosi munosabatlarida tariflar qo'llanilmaganligi sababli oldindan aniqlangan shartlarni belgilab olish kerak. Buning uchun mamlakatlar xizmatlarning turli doiralarini milliy boshqarish uslublarini qamrab oluvchi majburiyatlarning dastlabki paketini qabul etadilar.

Tariflarga o'xshab mazkur majburiyatlar majburlovchi milliy grafiklarda ifodalanadi va xizmatlar borasida keyingi davra muzokaralar jarayonida ko'rib chiqiladi. Qishloq xo'jaligi haqida JST bitimi qishloq xo'jaligi mahsulotlarining adolatli savdosi sharoitlarini yaratishga yo'naltirilgan. Savdoga oid intellektual mulk huquqlari haqidagi bitim g'oya va ixtirolar masalalarida adolatli raqobat sharoitlarini mukammallashtirish uchun imkoniyatlarni taqdim etadi. Shuningdek, JSTning biror-bir tomonning bir tomonlama foyda olish maqsadida savdo qoidalaridan foydalanishini bartaraf etish uchun bashorat etiladigan va ochiq savdo va investitsiya sharoitlarini kafolatlashga yo'naltirilgan boshqa qator bitimlari mavjud. Bashorat etiladigan savdo sharoitlari asosi milliy qonun chiqaruvchilik, qoida va tartiblar aniqligi hisoblanadi. JSTning aksariyat bitimlari milliy darajadagi ma'lumotlarni taqdim etishni – masalan, rasmiy jurnallarda chop etish yoki ko'p tomonlama darajalarda JST organlarini rasmiy bildirishlarini talab etuvchi ochiqlik shartlarini o'zida mujassam etadi. Savdo siyosati obzori mexanizmi vositasida milliy savdo siyosati ustidan oddiy nazorat ichki va ko'p tomonlama darajalarda ochiqlikning keng imkoniyatlarini taqdim etadi.

4. JSTga a'zolik jarayonlari JSTga a'zo bo'lishlik mamlakatlarga ancha bashorat etiladigan va barqaror savdo doirasida bo'lish orqali o'z taraqqiyot strategiya va savdo siyosatlarini ishlab chiqishlariga imkoniyat beradi. JSTga a'zolik rivojlanish milliy siyosati

maqsadlariga erishishning asosiy elementi sifatida qaralishi kerak. Bu maqsadlar mamlakat muzokaralar jarayoniga kirishishdan ancha avval, a'zolik shartlari, ya'ni tovar va xizmatlar bozorida xorijliklarning foydalana olishida maxsus yon bosishlar va majburiyatlar mazkur siyosat parametrlari (qishloq xo'jalik va sanoat subsidiyalari, intellektual mulk savdosi va huquqiga daxldor investitsion siyosat va boshqalar) JST bitimlaridagi majburiyatlar bilan mutanosib bo'lishi aniq belgilab olingan bo'lishi shart.

Maqbul asoslarda JSTga a'zo bo'lishlik yuqori darajada tayyorgarlikni talab etuvchi uzoq muddatli qiyin va murakkab jarayon sifatida qaralib, milliy manfaatlarga rioya etish va uni samarali himoya etish uchun davlat idoralari orasida muvofiqlashtirilishi lozim. Shu sababli JST a'zo mamlakatlari bilan jiddiy muzokaralar olib boriladi. Bunday muzokaralarda kelgusi bir necha yil mobaynida mamlakatlarning savdo va siyosiy rivojlanishlariga ta'sir ko'rsatishi mumkin bo'lgan strategik va uzoq muddatli masalalarni ko'rib chiqadilar.

5. Rivojlanish bo'yicha Doxa davra muzokaralari maqsadi bugungi kunda savdo siyosati oldinda turadi va kambag'allikka qarshi kurash har qanday strategiyasining asosiy elementi hisoblanadi. Savdoni erkinlashtirishga intilish ham qotib holgan jarayon bo'lmay, so'ngi 50 yilda mamlakatlar rivoji tajribasining mukammal baholanganligiga asoslangan. So'nggi ikki o'n yilda jahon iqtisodiyotiga integratsiyalashish darajasini oshirgan rivojlanayotgan mamlakatlar daromadlar o'sishi, umrning uzayishi va ta'limning yaxshilanishiga erishdilar. 3 milliard aholiga ega bu mamlakatlar 1990-yillarda kishi boshiga daromadning rivojlangan mamlakatlardagi 2%ga qiyosan o'rtacha 5%ga o'sishining guvohi bo'ldilar.

Biroq o'z iqtisodiyotlarining yuqori o'sishini amalga oshirgan va kishilarni kambag'allikdan «olib chiqqan» rivojlanayotgan mamlakatlar uchun umumiy muammolar mavjud. Ular o'z iqtisodiyotlarini quyidagi ikki maqsadga yo'naltirilgan rivojlanishning ancha keng strategiyasi sifatida ochganlar: ishchi o'rinlarini tashkil etish maqsadida xususiy sektorning investitsion imkoniyatlarini takomillashtirish va kambag'allarga yordam berish orqali mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishga ularni jalb etish. Rivojlanishga bunday yondoshuv xususiy tadbirkorlar investitsion imkoniyatlarini

takomillashtirishning bir mexanizmi sifatida savdoni erkinlashtirish rivojlanayotgan va sanoat mamlakatlari orasida qo‘llab-quvvatlandi.

JSTning barcha a‘zo mamlakatlari, shu jumladan, rivojlanayotganlari ham, Urugvay davrasi muzokaralari natijalari asosida o‘z savdo tariflarini qisqartirdilar. Yevropa Ittifoqi «Quroldan o‘zga Barchasi» shartnomasida bir tomonlama kam rivojlangan mamlakatlar uchun savdo to‘siqlarini qisqartirdi. AQSH Afrikaning imkoniyatlari va o‘shisi haqida Akt qabul qildi. 2001-yil noyabrda Doxada (Qatar) JST a‘zo mamlakatlari Doxa davrasi muzokaralarini boshladilar. Bu bilan ular kambag‘allikka qarshi kurashda o‘shishga erishish uchun boy mamlakatlar bozorlarini rivojlanayotgan mamlakatlar tovarlari uchun ancha ochiq bo‘lishini, hamda rivojlanayotgan mamlakatlar ham o‘z bozorlarini ochishlari va institutsional muammo va masalalarni ko‘rib chiqishlari kerakligini tan oldilar. Doxada erishilgan yutuqlar rivojlanish uchun o‘ziga xos imkoniyat hisoblanadi. Biroq u maqsadga erishish uchun barcha mamlakatlardan sezilarli ishtirokni talab qiladi.

Jumladan, har bir ishtirok etayotgan rivojlanayotgan mamlakat savdoni erkinlashtirish kambag‘allik darajasini qisqartirish va iqtisodiyotning o‘shishining milliy masalalariga qanday hissa qo‘shishi borasida aniq tasavvurga ega bo‘lishi kerak. Bunday strategik tushunish savdo muzokaralarida va fuqarolik jamiyatida qo‘llab-quvvatlanishi kerak bo‘ladi. Ayni paytda kambag‘allik darajasini qisqartirishning o‘rta muddatli maqsadlari muayyan davrda sanoatning ayrim sohalarini himoya qilishda hukumatlardan qo‘llab-quvvatlashni talab qiladi. Bunga qo‘shimcha sifatida aksariyat mamlakatlar yangi chora-tadbirlar qo‘llashga majbur bo‘ladilar.

Zamonaviy savdoning rivojlanishi nafaqat tariflar va kvotalar kabi boshqarish an’anaviy mexanizmlaridan bog‘liq bo‘ladi, balki o‘z ichiga yaxshi yo‘lga qo‘yilgan savdo iqtisodiyotiga davlatning aralashish darajasi va infratuzilmaning o‘rni kabi qo‘shimcha savollarni qamrab oladi. Aksar rivojlanayotgan mamlakatlar an’anaviy tasavvurni nomaterial qadriyatlarni muzokaralar obyektiga aylantirish va milliy tovarlarni mukammallashtirish va yaxshilash borasida tadbirlar ishlab chiqish, sog‘liqni saqlash va himoya standartlarini yaratish uchun himoya qilinuvchi vosita sifatida intellektual mulkni himoya qiluvchi rejimini tuzishlari shart; yoki xizmatlar savdosi

doirasini ongli boshqarish uchun institutlarni kuchaytirish. Rivojlanayotgan mamlakatlar qisqa muddatlarda muzokaralarni samarali olib borishlari va kambag'allik darajasini kamaytirish maqsadi bo'yicha bitimga mos kelishini ta'minlovchi mazkur majmua muammolarini yechish tajribasi bilan tanishib chiqishlari shart .

6. Doxa davrasi rivojlanish dasturiga JSTga a'zo bo'luvchi mamlakatlar Doxa vazirlar deklaratsiyasining 48-paragrafida yangi muzokaralar «ochiladi: (I) JSTning barcha a'zolariga; va (II) a'zo bo'lish jarayonida turgan davlatlar va alohida bojxona hududlariga, hamda Bosh Kengashning doimiy uchrashuvida a'zo mamlakatlarga a'zo bo'lish shartlarini muhokama qilish borasida muzokaralar o'tkazuvchi mamlakatlar hamda kirish bo'yicha Ishchi guruhi tashkil etgan mamlakatlar uchun» deb qayd etiladi. Ishtirok etish borasida a'zolar va noa'zo mamlakatlarning yagona farqi «muzokaralar natijalari asosida qarorlar qabul qilishda faqat JSTga a'zo mamlakatlarga tegishligi»da.

Ko'p tomonlama savdo muzokaralari jarayonida nomzod mamlakatlar ishtiroki maqomi 1986-yilda Urugvay davrasini ochib bergan Punta del Este Vazirlar Deklaratsiyasi shartlari bilan deyarli bir xil. Keyinchalik mazkur masala va Urugvay davrasi nihoyasi bo'yicha biror-bir rasmiy mulohaza va aniqliklar bo'lmadi.

7. Milliy darajadagi amaliyotlar Iqtisodiy rivojlanish, moliya tizimini mustahkamlash hamda yuqorida zikr etilgan maxsus shartnomalar asosida chuqur ma'noda foyda olish maqsadida o'z savdosiga muvofiq muvozanatlashtirish shartlariga erishish uchun JSTga a'zo bo'lish muzokaralarida nomzod mamlakatlar muzokaralar davrida asosiy iqtisodiy strategiya va siyosatlarini mukammal tahlil etish asosida maqsadlarni hamda ularning JST me'yorlari va qoidalariga mutanosibligini belgilab olishlari shart. Bu muzokaralarni boshlash uchun muhim zamin bo'ladi. Mazkur hujjat, shuningdek, o'z ichiga iqtisodiyotda tashqi savdo va asosiy savdo sheriklarining o'zni hamda taraqqiyot uchun ulardan kutiladigan natijalar kabi savollarni qamrab olishi; mamlakatning eksport imkoniyatlarini kengaytirishga qodir iqtisodiyotning xalqaro-raqobatbardosh sektorlarini belgilab olishi; va nomzod mamlakatning ijtimoiy muhim sektori va sanoatning «tug'ilayotgan» sohalarini himoya qilish zaruratiga e'tiborni qaratishi kerak. Kirayotgan davlat JST nazoratchisi maqomidan a'zolik

muzokaralari uchun a'lo darajada tayyorgarlik ishlarini o'tkazishda to'liq foydalanishi lozim. Jumladan, JSTga a'zo bo'lishda o'zga davlatlar Ishchi guruhi yig'ilishlarida ishtiroki bunday muzokaralar murakkabligini anglash imkonini beradi.

Shu bilan birga, mamlakat JST amaliyotida oddiy amaliyot hisoblangan a'zo mamlakatlar bilan ishlashning noan'anaviy usullariga asosiy e'tiborini qaratishi darkor. A'zolik muzokaralari mazkur jarayon uchun mas'ul tizim yaratishni talab qiladi. A'zolik muzokaralariga yordam beruvchi va qo'llab quvvatlovchi, davlat idoralari orasida hamda huquqiy va savdo tashkilotlari bilan muvofiqlashtirish vakolatiga ega samarali hukumat mexanizmini yaratish uchun kuch sarf etilishi lozim. Shu bilan birga, katta miqdorda hujjatlarni qayta ishlash hamda qonun yaratuvchilik hujjatlarini JST rasmiy tillariga tarjima qilish kabi texnik va mantiqiy muammolarni ham bartaraf etishga tayyorgarlik muhimdir.

Savdo siyosatiga jalb etilgan institutlarning xilma-xilligi muvofiqlashtiruvchi masalalarga muhim ahamiyat kasb etadi. Muvofiqlashtirish nafaqat davlat idoralari orasida, balki ular va xususiy sektor orasida ham muhimdir. Shu maqsadda, nomzod davlatlarning deyarli bari JSTga a'zo bo'lish masalalari bo'yicha ishlovchi muvofiqlashtiruvchi mexanizmning mutanosib shaklini yaratadilar. A'zo bo'lish masalalarida xususiy sektorning ishtiroki bir necha sabab bo'yicha muhim bo'lishi mumkin. Muzokaralar bo'yicha manfaatlarni aniqlab olish xususiy sektor tomonidan, jumladan iqtisodiyot sektorlari sezgirligi masalasida foydali hissa bo'lishi mumkin. Boz ustiga, huquqni himoya qilish va JST masalalari bo'yicha majburiyatlarning mutanosibligi xususiy sektor faoliyatiga bog'liq. Biroq nomzod davlatlarning aksariyatida bunday yordamni ta'minlashda xususiy sektor imkoniyatlari juda past. Muzokaralar jarayonida muhim qonunlarni qabul qilish borasida Parlamentlar muhim o'rinni egallaydilar. Milliy Parlamentlar bilan hamkorlik JSTga kirish amaliyotining qonuniyligini ta'minlaydi va muzokaralar jarayoning ichki ochiqqligini ta'minlaydi.

A'zolik muzokaralari va JSTga a'zo bo'lishlikning o'zi nomzod mamlakatlar milliy institutsionallashtirilgan infratuzilmalarini ancha kuchaytirishlariga zarurat sezadi. Nomzod mamlakatlarning aksari kirish haqida bayonot berganlaridan so'ngina mazkur maqsadlarga

mos inson va moliya resurslari yetarli darajada rivojlanmaganligi haqida xulosaga keladilar. Ular tomonidan institutlar joriy etish, inson resurslarini takomillashtirish va muvofiqlashtirish va boshqarish shakllarini yaxshilash chora-tadbirlari kerak bo'ladi. Nomzod mamlakatlar, shuningdek, bu ishda xalqaro hamjamiyatning keng qamrovli va obyektiv yordamiga muhtoj bo'ladilar.

Shubhasiz, Yevropa Ittifoqi o'zga donorlar qatorida, O'zbekistonga mazkur vazifalarni ijobiy hal etilishida SRSPS 2 va boshqa loyihalar asosida strategik maslahat, texnik ko'mak, o'qitish va boshqa amaliyotlarni berish orqali yordam ko'rsatish xohishi va tayyorgarligini ifoda etadi.

8.2. Qonuniy proteksionizm

Oxirgi paytlarda iqtisodchilar va tadbirkorlar o'rtasida iqtisodiy siyosatida import cheklovlarini qo'llash bo'yicha tortishuvlar avj olmoqda. Bu bahslar ijtimoiy tarmoqlarga ham ko'chib, turlicha populistik fikrlar ilgari surilmoqda. Bu esa, o'z navbatida, iqtisodiy islohotlarni amalga oshirish muhitiga o'z ta'sirini o'tkazishi tabiiy, albatta.

Ishlab chiqarishni endigina yo'lga qo'ygan tadbirkorlar import bojlarini oshirish orqali davlat tomonidan himoya choralarning qo'llanilishini so'ramoqda. Ma'lumki, iqtisodiyot nazariyasida bu holat *proteksionizm* deb ataladi va bu jarayonda mamlakat yoki bir nechta mamlakatlardan iborat bloklar o'z iqtisodiyotini himoya qilish maqsadida tashqi savdo operatsiyalariga cheklovlar (asosan import bojlari) kiritadi. Hozirgi kunda, proteksionizmning tariflar, kvotalar, subsidiyalar, sertifikatlash, milliy mahsulotlardan foydalanish talablarini joriy qilish, ma'muriy to'siqlar, antidemping va valyuta kurslarini boshqarish kabi usullari keng qo'llaniladi.

Mamlakatlarning *iqtisodiy rivojlanish jarayonlari* sekinlashgan hollarda proteksionizm siyosatining jozibadorligi oshadi. 2009-yilning iqtisodiy krizisi oxirgi 30 yil ichida xalqaro tashqi savdoni liberallashtirish yo'lida qilingan barcha ishlarni yo'qqa chiqardi. Ayniqsa, iqtisodiy faollik pasayishi oqibatida davlat moliyasining kuchsizlangani holatida import bojlarini oshirish byudjet taqchilligini kamaytirishga qaratilgan oson usullardan hisoblanadi.

AQSHda (1930-y.) Smoot-Hawley tariflarining joriy qilinishi tarixda qo‘llanilgan eng katta proteksionistik qadamlardan hisoblanadi. Bunda proteksionizm tarafdorlari iqtisodiyotning “go‘dak” sektorlarini himoya qilish, mahalliy ish o‘rinlarini yaratish, milliy xavfsizlik bilan bog‘liq sektorlarni saqlab qolish, iste‘molchilarni himoya qilish kabi vajlar bilan qonun loyihasini ommaga olib chiqishgan.

Shunda o‘sha davrning eng atoqli iqtisodchilarini o‘z ichiga olgan **1028** olimlar jamoasi Prezident Xerbert Xuverga ushbu tariflarning maqsadga muvofiq emasligi to‘g‘risida petitsiya yuborishadi. Proteksionizm harakatiga qarshi tomonlar yuqori tariflar tufayli iste‘molchilar tanlov doirasining qisqarishi va inflyatsiyaning oshishi, “go‘dak” sektorlar esa baribir rivojlanmasligi, buning ustiga, boshqa mamlakatlarning qarshi proteksionistik javob harakatlari orqali savdo urushlarining kelib chiqishi kabi oqibatlarni ko‘rsatgan holda bu harakatga qarshi chiqishdi.

Prezident Herbert Huver o‘zi ham qarshi bo‘lishiga qaramay turli biznes doiralari va o‘z partiyasi tomonidan bo‘lgan bosimlar ostida qonunni veto huquqini qo‘llamasdan tasdiqlaydi. Ko‘p o‘tmay, Kanadada ham yuqori import bojlarini e‘lon qilgan holda savdo urushlari avj ola boshlaydi, bu esa iqtisodiy depressiyaning yanada chuqurlashishiga olib keladi.

O‘sha davrdan boshlab jahon iqtisodiyotida tashqi savdoni liberallashtirishga yo‘naltirilgan harakatlar avj oladi va iqtisodiyotda savdo qilish savdo qilmaslikdan afzal (trade is better than no trade) prinsipi ostida tashqi savdo konsepsiyalari shakllanadi, xalqaro savdo tashkiloti tashkil etiladi va turli shartnomalar imzolanadi. Ayniqsa, ikkinchi jahon urushidan keyin G‘arb mamlakatlari o‘rtasida erkin iqtisodiy savdo umume‘tirof etilgan iqtisodiy prinsip sifatida tan olindi va savdo to‘siqlarining minimallashtirishiga olib keldi.

Erkin tashqi savdo g‘oyalari 300 yil oldingi David Rikardoning solishtirma afzallik nazariyasi ustiga qurilgan bo‘lib, unga ko‘ra, xalqaro miqyosda barcha ishlab chiqarish resurslarining erkin (cheklovlarsiz) harakatlanishi iqtisodiy samaradorlikni o‘stiradi va resurslar o‘zidan maksimal manfaat keltirgan holda aholi farovonligining oshishiga xizmat qiladi.

Agar ishlab chiqarish resurslarining mamlakatlar o'rtasidagi erkin harakati bo'lmasa, bu g'oyalarning amaliy natijalarini ko'rish imkonsizdir. Solishtirmaafzallik prinsiplari asosida ixtisoslashuvning eng yuqori formasini kolonial davrda ko'rishimiz mumkin. U davrda barcha rivojlanayotgan mamlakatlar o'zlarining solishtirma afzalliklaridan kelib chiqib, xomashyo yetishtirib berishga, rivojlangan mamlakatlar esa undan sanoat yoki yuqori qo'shilgan qiymatli mahsulotlarni ishlab chiqarishga ixtisoslashdi.

8.3. Bozorni himoya qilishning maxsus choralari

Iqtisodiy nazariya tarafidan qaraydigan bo'lsak, solishtirma afzallik ham bir optimal holat, lekin rivojlanishga intiluvchi davlatlar har doim o'zida yuqori qiymatli mahsulot ishlab chiqaruvchi sektorlarni qo'llab-quvvatlash yoki strukturaviy o'zgarishlarni amalga oshirish orqali aholi farovonligini oshirishga harakat qiladi. Bu jarayonni amalga oshirishda davlat ayrim proteksionistik yo'llardan foydalanishga majbur.

Erkin savdoning real daromadlar o'sishiga olib kelishi inkor qilib bo'lmaydigan fakt bo'lgani kabi mahalliy o'zini-o'zi ta'minlash darajasini saqlab qolishdan ham mamlakat farovonligi uchun real foyda mavjud.

Shu o'rinda iqtisodchilar tomonidan ko'p qo'llaniladigan Keys so'zlarini keltirish maqsadga muvofiqdir: "Men xalqlar o'rtasida iqtisodiy to'siqlarni eng yuqori darajaga ko'taradiganlarga emas, balki eng kam darajaga tushiradigan insonlarga xayrixohlik bildiraman. Fikrlar, bilimlar, san'at, mehmondo'stlik, sayohatlar, bu – tabiatan xalqaro bo'lishi kerak bo'lgan narsalardir. Biroq tovarlar ishlab chiqarish mantiqan asoslangan darajada mahalliy bo'lishi lozim va eng muhimi, moliyalash birinchi navbatda mahalliy bo'lishi lozim.

XX asrda iqtisodiy rivojlanish nazariyasida proteksionizmning boshqa usullari, ya'ni import o'rnini bosuvchi sanoatlashtirish (import substitution and industrialization) usullari qo'llanila boshladi. Ushbu usul XX asr o'rtalarida ommalashgan bo'lsa-da, aslida bu 18-asrning boshlarida nemis iqtisodchisi Fridrix List tomonidan o'rtaga tashlangan g'oya edi. Uning fikriga ko'ra, import bojlari bu mamlakatning kelajakdagi samaradorligini oshirishga bo'lgan investitsiyadir.

Amerika asoschilaridan bo'lgan Aleksandr Xamilton esa turli import bojlarini qo'llash orqali AQSHning ilk rivojlanish davrida yirik davlat xarajatlarini muvaffaqiyatli moliyalashtirgan. Xalqaro valyuta fondi va Jahon banki 1980–90 yillarda rivojlanayotgan mamlakatlarga *strukturaviy* moslashish (Structural adjustment programs (SAPs) qarzlari berishda import o'rnini bosuvchi sanoatlashtirish dasturlarining tugatilishini talab qiladi va ko'pgina rivojlanayotgan mamlakatlardagi ushbu rivojlanish dasturlari muddatidan oldin to'xtatiladi.

Import o'rnini bosuvchi sanoatlashtirish ham o'z davrida mamlakat iqtisodiyotini strukturaviy o'zgartirishga yo'naltirilgan jozibador yo'nalishlardan biri edi. Bu siyosatni ilmiy jihatdan tahlil etgan tadqiqotlarga misol sifatida 1991-yildagi Jahon banki katta iqtisodchisi Dipak Mazdumarning "Import o'rnini bosuvchi sanoatlashtirish va kichik miqyosli proteksionizm: Hindiston to'qimachilik sanoati tajribasi" maqolasini keltirish mumkin. Unga ko'ra, Hindistonda ham rivojlanishning ilk davrlarida sanoatni rivojlantirish siyosati tashqi savdo siyosati bilan chambarchas bog'liqlikda olib borilgan bo'lib, davlat tomonidan ayniqsa to'qimachilik sanoati qattiq himoya qilingan.

1950–60 yillarda Koreyadagi to'qimachilik sanoatini himoya qilishga qaratilgan yuqori proteksionistik choralar ushbu mamlakatning eksport potensialini rivojlantirishdagi muhim qadamlar bo'lib hisoblanadi. 60–yillarning o'rtalarida Koreya davlati tomonidan faqatgina eksport qiluvchilarga erkin import qilish imkoniyatlari ochib berildi. Valyuta kurslarini davlat tomonidan inflyatsiya darajasiga nisbatan qadrsizlantirib borish siyosati esa eksport qiluvchilarga narxlar o'sishidan keladigan zararlarni kompensatsiya qilib, ularning imkoniyatlarini kengaytirdi.

Xulosa qilib aytganda, **erkin savdo iqtisodchilar tomonidan eng ko'p qo'llab-quvvatlanadigan yondashuv bo'lishiga qaramay, davlatlarning barchasiga birdek mos keladigan tashqi savdo siyosati mavjud emas.** Jahon Savdo Tashkiloti tashkil bo'lganidan so'ng tarif va kvotalar orqali tashqi savdo operatsiyalarini nazorat qilish imkoniyatlari cheklangan bo'lsa-da, ularning o'rniga murakkab himoya usullari ishlab chiqildi. Masalan, standartlashtirish, sertifikatlash, antidemping va antisubsidiyalash kabi ichki bozorni

himoyalashning yangi usullari qo‘llanila boshlandi. Shu sababli **taraqqiy etayotgan davlatlarning iqtisodiy siyosatlari betakror, umumqabul qilingan nazariy qarashlarga mos kelmasligi va ba’zi hollarda xatto qarama-qarshi ham bo‘lishi mumkin.**

Proteksionistik siyosat amalga oshirilayotganda “yutuvchi taraflarning foydasi yutqazuvchi taraflarning zararidan ko‘p va shu bilan jamiyat uchun naflı”, degan qarash bilan proteksionistik siyosatni oqlab bo‘lmaydi.

Birinchi navbatda davlat tomonidan yutuvchilar foydasi hisobiga yutqazuvchilar zararini qoplash mexanizmlarining joriy etilishi orqali proteksionistik siyosatning amalga oshirilishini asoslash mumkin bo‘ladi.

Proteksionizm iqtisodiy rivojlanish bosqichida qo‘llanilishi mumkin bo‘lgan turli iqtisodiy usullardan biri sifatida yashash huquqiga ega va uning samarali bo‘lishi uchun quyidagi sharoitlar bo‘lishi shart:

1. Himoyaga olinayotgan sektorlarning texnologik jihatdan rivojlanishi uchun shart-sharoitlar mavjudligi. Masalan, Xitoydan televizor ishlab chiqarishni O‘zbekistonga ko‘chirib kelganimiz bilan texnologik jihatdan rivojlanish bo‘lmas ekan, biz Xitoydan arzon televizor ishlab chiqara olmaymiz va ular bilan raqobat qila olmaymiz. Himoya qilinayotgan sektorlarni rivojlantirish uchun mutaxassislar va ilmiy salohiyatni kuchaytirish lozim.

2. Ushbu sektorlarning uzoq muddatli strategik rivojlanish va investitsiya dasturlarining mavjudligi. Ushbu dasturlar raqobatbardoshlikni bosqichma-bosqich oshirish chora-tadbirlarini o‘zida mujassamlashtirishi lozim.

3. Himoya usullarini bosqichma-bosqich kamaytirib borish orqali ishlab chiqaruvchilarni erkin raqobatga tayyorlab borish yondashuvining mavjudligi. Afsuski, jahon tajribasida himoya qilishning optimal davrini aniqlash bo‘yicha yaxshi tajribalarni topish mushkul.

Masalan, Malayziya mamlakatida 1985-yilda tashkil qilingan avtomobil sanoati yuqori tariflar hisobiga himoya qilingan bo‘lsa-da, hozirgacha ham o‘z raqobatbardosh mahsulotini ishlab chiqara olmadi.

Daniel Borer (2018) tadqiqotida ichki avtomobil sanoatini himoyalash evaziga yo‘qotilgan farovonlikning yuqori ekanligi tufayli

ushbu sanoatni saqlab qolish o‘zini oqlamasligi to‘g‘risida xulosa qilingan va raqobatbardoshlikni oshirish uchun import cheklovlarini pasaytirish tavsiyalari berilgan.

Xulosa yakunida shuni aytish joizki, ushbu bahsli savollarga javob topishda eng muhim ahamiyat kasb etuvchi omil – bu mazkur sohadagi chuqur ilmiy tadqiqotlarning amalga oshirilishidir.

Ilmiy izlanishlar va zamonaviy metodologiyalar orqali olingan murakkab hisob-kitoblar asosidagina mamlakatimiz farovonligini oshirish uchun optimal iqtisodiy siyosat yo‘li tanlanishi lozim. Har qanday populistik, ijtimoiy tarmoqlarda shakllanayotgan oqimlar va harakatlar bosimining iqtisodiy siyosatga bo‘lgan ta‘sirini minimallashtirish ham barqaror rivojlanishning muhim omilidir.

Nazorat uchun savolar

1. Jahon Savdo Tashkilotiga (JST) nechanchi yilda asos solindi va uning vazifalari nimalardan iborat?
2. Bugungi kunda nechta davlat (JST) ga a‘zo hisoblanadi?
3. Proteksionizmning qanday usullari keng qo‘llanadi?
4. Bozorni himoya qilishning qanday choralari mavjud?
5. Proteksionizm nima?
6. Tashqi savdo operatsiyalarini nazorat qilish bo‘yicha qanday murakkab himoya usullari ishlab chiqildi?

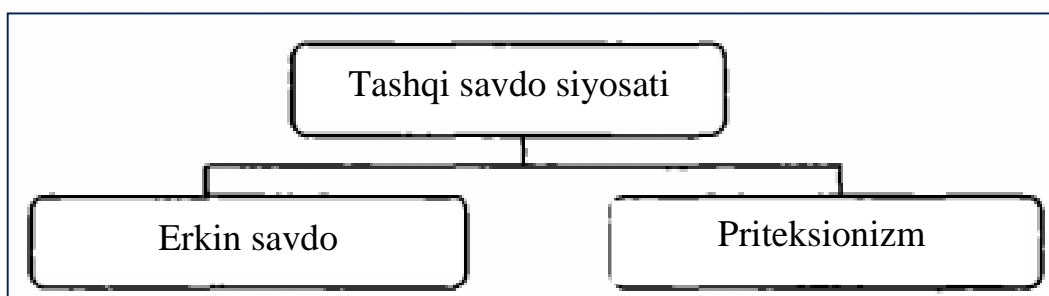
9-MAVZU. STRATEGIK SAVDO SIYOSATI

9.1. Xalqaro savdo siyosatida ikkita global tendensiya: proteksionizm va liberalizm

Tashqi savdo siyosati davlat tashqi iqtisodiy siyosatining tarkibiy qismi sanalib, milliy iqtisodiyogning tashqi bozorlardagi raqobatbardoshligini oshirish va tashqi raqobatdan mahalliy ishlab chiqaruvchilarni himoya qilishga ko‘maklashuvchi chora-tadbirlar yig‘indisidir. Tashqi savdo siyosati quyidagi ikki yo‘ialishni o‘z ichiga oladi:

— eksport siyosati;

— import siyosati. Eksport siyosati eksportga yo‘naltirilgan rivojlanish modeli doirasida rivojlanadi. Import siyosatining turlaridan biri import o‘rnini qoplash siyosati hisoblanib, bu siyosat ko‘pchilik mamlakatlar iqtisodiyotining sanoatlashishida katta rol o‘ynagan. Tashqi savdo siyosatining asosida mumkin qadar qulaylik yaratish rejimi yotadi. Tashqi savdo siyosati turli darajada amalga oshiriladi: milliy, ikki tomonlama, hududiy, xalqaro. Qayd etib o‘tilgan har bir daraja o‘z xususiyatlariga ega. Davlatning tashqi savdoga aralashish miqyosiga qarab tashqi savdo siyosati proteksionistik va erkin savdo xarakteriga ega bo‘ladi.



1-rasm. Tashqi savdo siyosatining turlari

Erkin savdo munosabatlari, talab va taklif asosida rivojlanadigan erkin savdo davlatning eng kam aralashuvi siyosatini aks ettiradi. Proteksionizm – tarif va notarif instrumentlarni qo‘llash yo‘li bilan ikki bozorni xorijiy raqobatchilardan himoya qilish davlat siyosatidir. Qaysi siyosat afzal, degan savol iqtisodchilarning doimiy bahslashuviga olib keladi. Milliy sanoat rivojlanishiga imkon beruvchi

proteksionizm afzalmi yoki milliy ishlab chiqarish ustuvorliklarini xalqaro ustuvorliklar bilan qiyosiy taqqoslash imkonini beruvchi (liberalizm) savdo erkinligimi?

XX asrning 50–60-yillarida xalqaro iqtisodiyot uchun proteksionizmdan tashqi savdoni yanada liberallashtirish tomonga qaytish xos bo‘lgan bo‘lsa, 70-yillarning boshidan teskari tamoyil ko‘zga tashlandi – mamlakatlar o‘z ichki bozorlarini tarif va notarif to‘siqdar yordamida xorijiy raqobatdan himoya qilishni boshladilar.

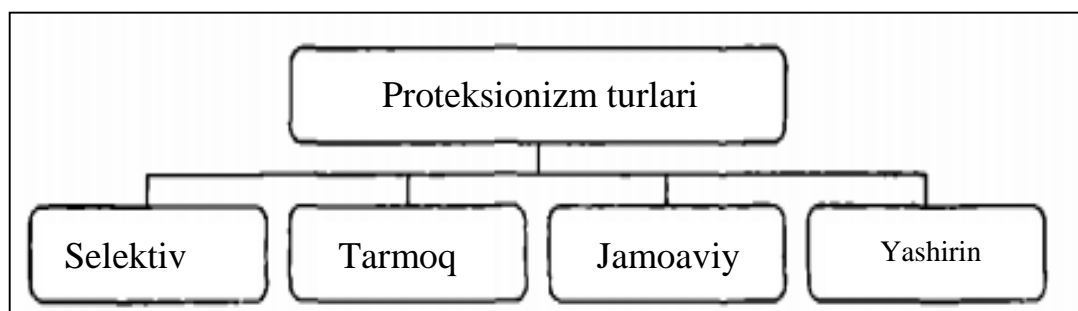
Zamonaviy proteksionizm nisbatan tor sohalarda – qishloq xo‘jaligi, to‘qimachilik, kiyim-kechak va po‘lat tarmoqlarida mujassamlashgan. Proteksionistik tamoyillar rivojlanishining quyidagi shakllarini ajratish mumkin (2-rasm).

– selektiv proteksionizm – ayrim mamlakatlar yoki tovarlar guruhiga nisbatan qo‘llaniladi;

– tarmoq proteksionizmi – muayyan tarmoqlarni, avvalo agrar proteksionizm doirasida qishloq xo‘jaligini himoyalaydi;

– jamoaviy proteksionizm – mamlakatlar birlashmalari tomonidan ushbu birlashmaga kirmaydigan mamlakatlarga nisbatan qo‘llaniladi;

– yashirin proteksionizm – ichki iqtisodiy siyosat usullari yordamida amalga oshiriladi.



2-rasm. Proteksionistik tamoyillar rivojlanishining shakllari

Savdo siyosati doirasida iqtisodiy, siyosiy, ma‘muriy, tashkiliy, xuquqiy va boshqa masalalar uzviy bog‘lanib ketadi. Xalqaro iqtisodiyot asosan savdo siyosati choralari qo‘llashning iqtisodiy shart-sharoitlarini va oqibatlarini o‘rganib, huquqiy va tashkiliy masalalarni ixtisoslashgan fan tarmoqlari, chunonchi, xalqaro savdo huquqi, xalqaro marketing kabilarning ko‘rib chiqishi uchun qoldiradi. Xalqaro savdoning davlat boshqaruvi instrumentlari o‘z xususiyatiga

ko‘ra tarif – bojxona tarifini qo‘llashga asoslangan va notarif – boshqa barcha usullarga bo‘linadi. Boshqaruvning notarif usullari miqdoriy va yashirin proteksionizm usullariga bo‘linadi.

Savdo siyosatining alohida instrumentlari ko‘pincha importni cheklash yoki eksportni rag‘batlantirish zarurati tug‘ilganda qo‘llaniladi. Savdo siyosati dastaklarining tasnifi 1-jadvalda aks etgan. Davlatning xalqaro savdo sohasidagi asosiy vazifasi – mamlakat eksportyorlariga o‘z mahsulotlarini iloji boricha qulayroq miqdorda xorijga eksport qilishda yordam berish, ularning tovarlarini tashqi bozorda yanada raqobatbardosh qilishdir. Mamlakat ichkarisida xorijiy tovarlarga talabni kuchaytirish, importni cheklash ham uning vazifasiga kiradi.

1-jadval.

Tashqi savdo siyosati dastaklarining guruhlanishi¹⁷

Usullari		Savdo siyosatining dastaklari	Ustun darajada tartibga solish sohasi	
Ta‘rif		Bojxona bojlari		
		Ta‘rif kvotasi		
Nota‘rif	Miqdoriy	Kvotalash		
		Litsenziyalash	Eksport	
		“Eksportni ixtiyoriy cheklash”	Eksport	
	Yashirin	Davlat xaridlari		Import
		Mahalliy komponentlarni ushlab tuish talabi		Import
		Texnik to‘siqlar		Import
		Soliqlar va yig‘imlar		Import
	Moliyaviy	Subsidiyalar	Eksport	
		Kreditlash	Eksport	
		Demping	Eksport	

Dunyoning turli mamlakatlari o‘z savdo siyosatlarini amalga oshirish uchun turli dastaklardan foydalanadilar. Notarif cheklashlarning o‘rtacha darajasiga, odatda u yoki bu cheklashga oid import yoki eksportning qiymat ulushi sifatida qaraladi. Bunda ularning natija

¹⁷ 1 Киреев А.И. Международная экономика. В 2\ ч. Ч. I. Международная макроэкономика: движение товаров и факторов производства. Учебное пособие для вузов. -М.: Междунар. отношения, 2000. С. 200.

berish darajasiga tuzatish kiritiladi. Masalan, zaruriy hujjatlar taqdim etilganda hokimiyat organlari tomonidan beriladigan eksport uchun avtomatik litsenziya, shubhasiz, belgilangan miqdordan ortiq tovarlarni eksport qilishni taqiqlovchi eksport kvotasiga qaraganda ancha kam darajada eksportni chegaralaydi. Tovarlarni eksport va import qilish oid turli cheklashlar, tanlab litsenziyalash yuqori darajada samarali miqdoriy cheklovlar sanaladi. Avtomatik litsenziyalash, moslanuvchan kvotalar kam samara beruvchi cheklovlarga kiradi.

Xulosa qilib aytganda, mamlakat xalqaro savdo siyosatining u yoki bu dastaklarini qo'llash haqida qaror qabul qilar ekan, odatda ularning birgalikda ta'sir ko'rsatishi va joriy vaziyatga ta'sirini, davlat ichkarisida va undan tashqarida kutilayotgan istiqbollarni baholaydi.

9.2. Tashqi iqtisodiy aloqalarning nazariy jihatlari

Tashqi iqtisodiy siyosat – bu davlatning o'zaro foydali tashqi aloqalarni rivojlantirish, mamlakat iqtisodiyotini jahon xo'jaligi bilan integratsiyalashuvini ta'minlashga qaratilgan siyosatidir, tashqi iqtisodiy faoliyat esa tashqi iqtisodiy aloqalarni ro'yobga chiqarish jarayonidir. Bu siyosatning asosiy maqsadi milliy iqtisodiyotning jahon xo'jaligidagi mavqeyini mustahkamlashdir. Unga binoan eksport va import, chetga kapital chiqarish va chetdan kapital kiritish, ish kuchi migratsiyasiga doir tadbirlar amalga oshiriladi. Bu siyosatda bojxona to'lovlari, eksport-import litsenziyalari va kvotalari kabi vositalar qo'llaniladi. Aytilgan vositalar iqtisodiy chegara hosil etib, milliy iqtisodiyotni himoya qiladi.

Eksportni kuchaytirish zarur bo'lsa, unga litsenziyalar (ruxsatnoma) beriladi, eksport kvotasi oshiriladi. Bordi-yu importni qisqartirish ma'qul bo'lsa, uning kvotasi kamaytiriladi, import uchun boj to'lovi oshiriladi, importga litsenziya berish chegaralanadi. Davlat siyosati kapital chiqarish va kapital kiritish tartibini ham belgilaydi. Kapital kiritish zarur bo'lsa, bu ish rag'batlantiriladi. Kapital chiqishi ma'qul bo'lsa, davlat bunga sharoit yaratib beradi. Chet elga ishchi kuchini chiqarish uchun ham yordam beriladi. Agar mamlakatga arzon ish kuchi kerak bo'lsa, uning chetdan oqib kelishi uchun migratsiya qoidalari (chegaradan o'tish, yashash va ishlash uchun ruxsat olish va h.k.) yengillashtiriladi.

Davlat siyosati xalqaro iqtisodiy tashkilotlar bilan hamkorlik qilishni ham mo'ljallaydi. Davlat iqtisodiy siyosatining samaradorligi uning monitoringi orqali aniqlanadi. Bunda iqtisodiy o'sish sur'atlari, inflyatsiya darajasi, eksport va import holati, tashqi qarz miqdori, byudjet defitsiti kabi ko'rsatkichlarga qarab, iqtisodiy siyosat natijasi baholanadi. Iqtisodiy siyosat doirasida davlatning turli dasturlari ishlab chiqiladi va amalga oshiriladi. Dasturlarda ko'zlangan maqsad, amalga oshiriladigan chora-tadbirlar, ulardan kutiladigan natijalar, ularni moliyalashtirish manbalari aniqlanadi. Dasturlar milliy iqtisodiyot uchun ustuvor bo'lgan muammolarni hal etishga qaratiladi. Bular jumlasiga tanglikdan chiqish, oziq-ovqat, energiya ta'minoti, texnologiyalarni yangilash, infratuzilmalarni rivojlantirish, eksport salohiyatini oshirish, qoloq hududlarni rivojlantirish kabi dasturlar kiradi. Dasturlarda belgilangan muammolarning hal etilishi iqtisodiy-ijtimoiy rivojlanishga turtki beradi.

Jahon iqtisodiyoti tizimida davlatlarning tashqi iqtisodiy aloqalari integratsiyalovchi, birlashtiruvchi rol o'ynaydi. Uning asosida moddiy va ma'naviy ne'matlarni xalqaro va milliy miqyosda ishlab chiqarish, ularni taqsimlash, ayirboshlash va iste'mol qilish yotadi. Jahon iqtisodiyoti faoliyatining asosiy maqsadi – resurslar cheklanib borayotgan sharoitda insonning yuksalib borayotgan ehtiyojlarini qondirish. Jahon xo'jaligi miloddan avvalgi yillardayoq mamlakatlar o'rtasida tovar va xizmatlar «harakati orqali» rivojlana boshlagan.

Bozor munosabatlarning faol yoyilishiga XV–XVII asrdagi buyuk jug'rofiy kashfiyotlar, XIX asrda mashina sanoati, transport va aloqa sohasidagi yangi vositalarning paydo bo'lishi sabab bo'ldi. XIX asrning oxiriga kelib sanoat ishlab chiqarishi va xalqaro mehnat taqsimoti asosida mamlakatlar o'rtasidagi savdo - iqtisodiy va moliya-kredit munosabatlari tizimi sifatida tovar va xizmatlarning jahon bozori shakllandi. XIX–XX asrlar chegarasida ishlab chiqarish omillari, mamlakatlar va mintaqalar o'rtasidagi iqtisodiy resurslarning xalqaro harakati jadallashdi.

Iqtisodiy manfaatdorlik asosida xalqaro hamkorlikni amalga oshiruvchi milliy xo'jaliklar majmui sifatida jahon xo'jaligi shakllandi. Jahon iqtisodiyotining shakllanishiga quyidagi davrlar xosdir: – Birinchi jahon urushining boshidan 50-yillar boshigacha – mamlakatlar o'rtasidagi xo'jalik aloqalarining buzilishi, so'ngra asta-

sekin tiklanishi; – 50–70-yillar – davlatlar, transmilliy korporatsiyalarning integratsiyaviy guruhlarini yuzaga kelishi, bilimlar (texnologiyalar), tadbirkorlik kapitalining mamlakatlar o'rtasida ko'chib yurishi; – 80–90-yillardan XXI asr boshlarigacha – rivojlangan mamlakatlarning postindustrial taraqqiyotga, qoloq mamlakatlarning iqtisodiy qo'liqlikni faol bartaraf etishga, sobiq sotsialistik mamlakatlarning esa bozor iqtisodiyotiga o'tishi.

Jahon iqtisodiyoti tizimida davlatlarning tashqi iqtisodiy aloqalari integratsiyalovchi, birlashtiruvchi rol o'ynaydi. Uning asosida moddiy va ma'naviy ne'matlarni xalqaro va milliy miqyosda ishlab chiqarish, ularni taqsimlash, ayirboshlash va iste'mol qilish yotadi. Jahon iqtisodiyoti faoliyatining asosiy maqsadi – inson ehtiyojlarini qondirish. Jahon xo'jaligining iqtisodiy tuzilishi – tarmoqlar, mintaqalar, korxonalar o'rtasidagi nisbat, shuningdek yalpi mahsulotning ishlab chiqarilishi va iste'molidagi mutanosibliklar.

Jahon iqtisodiyotining tarkibiga quyidagi elementlar kiradi: tarmoq, takror ishlab chiqarish, hududiy, ijtimoiy-iqtisodiy tuzilmalar (kichik tuzilmalar). Iqtisodiy rivojlanish omillari – bular faol ishlatiladigan iqtisod elementlari: yer, mehnat, kapital, axborot, tadbirkorlik qobiliyati, fan-texnika taraqqiyoti (bu o'z navbatida qolgan mazkur omillar samaradorligining oshishini ta'minlaydi). Ushbu zarur omillarning kerakli joyda va kerakli vaqtda jamlanishi iqtisodiyotning rivojlanishini ta'minlaydi.

Iqtisodiy rivojlanishning harakatlantiruvchi kuchlari bu iqtisodiy rivojlanishda yetakchi o'rin tutuvchi iqtisodiy subyektlar: tadbirkorlik, davlat. Iqtisodiy rivojlanish sharoitlari – iqtisodiy taraqqiyotning borishini ta'minlovchi alohida, aniq holatlar. Zarur sharoitlarning yaratilishi iqtisodiyotning boshqarilishi, iqtisodiy vaziyatning tahlil qilinishi hamda bashorat qilinishi, samarali menejmentni ta'minlaydi.

Jahon iqtisodiyotining notekis rivojlanishi – jahon iqtisodiyotining notekis rivojlanishi uning davomiy xususiyatida namoyon bo'ladi (qisqa muddatli davr ikki yil, o'rta muddatli 5–7 yil, uzoq muddatli davr 40–60 yil). Sekinlashish (pasayish to'liqini) va tezlashish (yuksalish to'liqini) davrlari ketma-ket almashib keladi hamda bir qator omillarning dinamikasi (fan-texnika taraqqiyoti va boshqalar) bilan bog'liqdir. Ishlab chiqarish va kapitalning baynalmilallashuvi – milliy xo'jaliklarning ishlab chiqarish va investitsiyalar sohasida jahon

bozoriga bog‘liqligining kuchayishi. Transmilliylashuv – korxonalar va ular filiallarining xorijda joylashtirilishi, uning xalqaro mehnat taqsimoti chuqurlashuviga imkon yaratishi. Integratsiya – milliy xo‘jaliklarning yaqinlashuvi va o‘zaro moslashuvi. Xalqaro ixtisoslashuv – bu bir yoki bir qancha mamlakatlarda o‘z ichki ehtiyojlarini va manfaatdor mamlakatlarning ehtiyojlarini 698 qondirish uchun bir turdagi mahsulot ishlab chiqarilishining jamlanishidir. Ixtisoslashuvning quyidagi shakllari ajratiladi:

1) ishlab chiqarishning ixtisoslashuvi – tarmoqlararo yoki tarmoq va firma ichidagi;

2) hududiy – mamlakatlar va mintaqalar bo‘yicha, mintaqalar ichida;

3) predmetli (muayyan mahsulotni ishlab chiqarish);

4) detalli (detallar, qismlar, yarim fabrikatlar ishlab chiqarish);

5) texnologik (ishlab chiqarish texnologiyalarini ishlab chiqarish).

Xalqaro mehnat taqsimoti – o‘zaro bog‘liq ishlab chiqarish tizimi bo‘lib, bunda turli mamlakatlarning korxonalari muayyan tovarlar yoki xizmatlar ishlab chiqarishga ixtisoslashadilar va keyinchalik ularni o‘zaro ayirboshlaydilar. Xalqaro mehnat taqsimotida ishlab chiqarish bilan shug‘ullanmaydigan korxonalar (sug‘urta, investitsiya kompaniyalari, brokerlik, auditorlik, venchur (tavakkal), lizing korxonalar) ham ishtirok etadi.

Xalqaro kooperatsiya – ikki yoki undan ortiq mamlakat korxonalarining yagona ishlab chiqarish dasturini bajarish yoki mahsulotni texnik jihatdan takomillashtirish manfaatlari yo‘lida birlashtirilishidir.

9.3. Davlatning savdo-iqtisodiy aloqalari

Milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirish innovatsiyaviy jarayonlarni faollashtirish bilan uzviy bog‘liq.

Raqobatbardoshlikka erishishning zamonaviy modellari iqtisodiyotni rivojlantirishning umumiy tusga ega va raqobat muhitini shakllantirish xususiyatlaridan iborat. Bu omillar quyidagilar: ishlab chiqarishning sifat nuqtayi nazaridan ahvoli va uning samaradorligi; xodimlarning ilmiy salohiyati, malakasi, ilmiy-texnik yutuqlari; asosiy raqobatbardosh tarmoqlarda turdosh va xizmat ko‘rsatuvchi kichik

tarmoqlar ahvoli; talab shartlari; korxonalar strategiyasi va tarkibi.

Raqobat muhitini shakllantirish uchun mahalliy mahsulotlarning ichki bozorda ham, tashqi bozorda ham yuqori raqobatbardoshligini saqlash maqsadida quyidagi vazifalarni yechish maqsadga muvofiq: barcha tovar ishlab chiqaruvchilar uchun ichki bozorda teng raqobat imkoniyatlarini yaratish hamda milliy ishlab chiqaruvchilarni tashqi bozorlarda qo'llab-quvvatlash. Iqtisodiy taraqqiyotning bugungi bosqichida davlat milliy manfaatlardan kelib chiqadigan va jahondagi vaziyatni hisobga oladigan uzoq muddatli raqobat siyosatini ishlab chiqishi lozim.

So'nggi yillarda O'zbekistonda innovatsiya siklini markazlashtirmasdan tashkil qilishning yangi shakl va usullari paydo bo'lmoqda. Yangi bo'g'inlar yuzaga kelishining jadal jarayoni kechmoqda, uning asosiy vazifasi injenering va joriy ishlarini bajarishdir. Yangiliklarni kiritishga "tadbirkorlarcha" yondashuv tobora keng tarqalib bormoqdaki, bunda kashfiyotchi yangiliklarni ishlab chiqish va joriy qilish bo'yicha ishlarning rahbariga aylanmoqda.

Oxirgi mahsulotning raqobatbardoshligini yanada kengroq ta'minlashning zarur sharti innovatsiya faoliyatini boshqarishni, aqliy faoliyat natijasini xalqaro bozordagi keskin raqobatga dosh bera oladigan tovar darajasigacha olib chiqish mexanizmini takomillashtirishdan iborat.

Ilmiy-texnikaviy va ilmiy-ishlab chiqarish birlashmalari, ilmiy-sanoat uyushmalari va boshqa yirik markazlarning O'zbekistondagi faoliyati samaradorligi ular qoshida kichik ilmiy-ishlab chiqarish korxonalarini tashkil qilish yo'li bilan oshirilishi mumkin, ularning asosiy vazifasi ilmiy ishlanmalar va ixtirolarning keng ko'lamliligini ta'minlashdir.

O'zbekiston sharoitida innovatsion korxonalarining muvaffaqiyatli faoliyatini ta'minlash ishida quyidagi vazifalarni hal qilish katta ahamiyat kasb etadi:

- asosan mahalliy menejerlarning malakasiga bog'liq bo'lgan, yangiliklarni izlash va o'zlashtirishga moyil muhitni yaratish;

- butun innovatsiya faoliyatining iste'molchi ehtiyojlariga bo'ysundirilishi;

- "tadqiqot - ishlab chiqarish - sotish" jarayonini tezlashtirish maqsadida boshqarmada darajalar sonini qisqartirish;

- yangiliklarni ishlab chiqish va joriy etish muddatlarini qisqartirish.

Innovatsiya muhitining bugungi ahvoli qisqa muddatlarda mahalliy biznesning innovatsion yo'nalganligining yuqori darajasiga erishishga

imkon bermaydi. Shu bois, uni rivojlantirish davlatning turli yo'nalishlarda sa'y-harakatini taqozo etadi. Jamiyatning innovatsion rivojlantirishga o'tishni yangi tovarlarni o'zlashtirishda standartlashtirish va sertifikatlashning buyruqbozlik qonun-qoidalari, yangi ishlab chiqarishlarni joriy etish bo'yicha texnik xizmatlarga idoraviy monopoliya to'sqinlik qiladi.

Bir vaqtning o'zida innovatsiya faoliyatini faollashtirish ilmiy tadqiqot institutlari, oliy o'quv yurtlari va ushbu masalalar bilan shug'ullanuvchi kompaniyalar faoliyatiga bog'liq bo'ladi.

Shunday qilib, innovatsion vektor (narx, soliq, tuzilmaviy, mintaqaviy va hokazo) davlat iqtisodiy siyosatining har bir yo'nalishida hisobga olinishi kerak. Iqtisodiyotning innovatsion rivojiga to'sqinlik qiladigan boshqa omil amaldagi standartlashtirish va sertifikatsiyalash tizimidir. So'nggi yillarda davlat tomonidan ko'rilgan choralar mazkur jarayonning oshkoraligini ta'minladi, norasmiy to'lovlarga "ehtiyoj"ni kamaytirdi va hujjatlarni o'tkazish muddatini qisqartirdi. Shu bilan birga, mazkur choralar hali ko'pgina muammolarni hal qilishga zamin yaratgani yo'q.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 8-sentabrda qabul qilingan №PF-5185-sonli «O'zbekiston Respublikasida ma'muriy islohotlar konsepsiyasini tasdiqlash to'g'risida»gi Farmoniga asosan respublikada intellektual va texnologik salohiyatni oshirishning uzoq muddatli ssenariylarida asosiy yo'nalish – innovatsiyalarni rivojlantirish, korxonalarda innovatsion faoliyat bilan faol shug'ullanishni rag'batlantirish ko'rsatib o'tilgan. Bu iqtisodiyotning ustuvor soha va tarmoqlarini innovatsion rivojlantirishning kelajakdagi modellarini shakllantirish imkonini beradigan strategik milliy innovatsiya tizimini yaratish bilan bog'liq.

Haqiqatan, milliy innovatsiya tizimi – ilm-fan, sanoat va jamiyat o'rtasida shunday uzviy munosabatlar tizimini shakllantiradiki, unda innovatsiyalar iqtisodiyotni rivojlantirishning asosi bo'lib xizmat qiladi, innovatsion rivojlanish ehtiyojlari esa ilmiy faoliyatning rivojlanishini belgilab beradi va rag'batlantiradi. Butun dunyoda mamlakatlar milliy innovatsiya tizimiga tayangan holda milliy raqobatbardoshlikning yuqori darajasiga erishish va uni saqlab turish siyosatini olib boradi.

Milliy innovatsiya tizimining birinchi konseptual asoslari 1980-yillarda shakllangan. Lundvall (1985), Frimen (1987) va Nelson (1987) milliy innovatsiya tizimining asosiy maqsadlarini ta'riflab o'tganlar.

Ularning xulosalari quyidagi g'oyalardan iborat:

* hozirgi zamon iqtisodiyotini rivojlantirishning asosiy omili biznesni rivojlantirish manfaatlaridagi innovatsiyalar va ilmiy tadqiqotlar ekanligi haqidagi g'oya;

* institutsionallik – innovatsion faoliyat mazmuni va tuzilmasiga ta'sir qiluvchi omil ekanligi haqidagi g'oya;

* ilmiy bilim iqtisodiyotni rivojlantirishda muhim rol o'ynashi haqidagi g'oya.

Bugun har bir mamlakat ilg'or iqtisodiyot nazariyasiga asoslangan o'z milliy innovatsiya tizimini yaratishga intilmoqda. Biz bir nechta rivojlangan va rivojlanayotgan davlatlarning muvaffaqiyatli va aksincha, kutilgandek natija bermagan tajribasini tahlil qildik. Xususan:

* innovatsiya sohasida yetakchilar: AQSH, Buyuk Britaniya, Germaniya tajribasini va ularda nimalar ish bergani va ishlayotganini bilish;

* iqtisodiyot rivojlanganligi, hajmi va tuzilmasiga ko'ra bizning iqtisodiyotga yaqin mamlakatlar: Belorussiya va Qozog'iston tajribasidagi amalga oshirilgan islohotlar bo'yicha xulosalarni o'rganish;

* yetakchilar ro'yxatiga nisbatan yaqinda kirgan mamlakatlar: Finlandiya va Isroil davlatlarining amalga oshirgan ishlari bugungi kunda ham dolzarb hisoblanganligini anglash biz uchun muhimdir.

Bu davlatlar tajribasini o'rganish natijasida har bir alohida mamlakatda milliy innovatsiya tizimini rivojlantirish strategiyasi amaldagi davlat makroiqtisodiy siyosati, me'yoriy-huquqiy qonunchilik, to'g'ridan to'g'ri va bevosita davlat boshqaruvi shakllari, ilmiy-texnologik va sanoat salohiyati, ichki tovar va mehnat bozori holati, shuningdek tarixiy va madaniy rivojlanish darajasi bilan uyg'unlashgan holda belgilanganligini aniqladik. Masalan, Isroil haqli ravishda bugungi kunda dunyoning texnologik eng rivojlangan mamlakatlaridan biri hisoblanadi. Har bir g'oyani amaliy ishlaydigan, doimiy va yuqori daromad keltiradigan texnologiyaga aylantirish – bu yerdagi biznes uchun odatiy siklga aylangan. Isroil innovatsiyalarning rivojlanishiga sharoit yaratish darajasi bo'yicha Global Innovation Index – 2017 reytingida 17-o'rinni egallaydi. Bu davlat bir paytlari parchalanayotgan sobiq SSSRdan malakali mutaxassislarni ko'plab o'ziga qabul qilib, ilmiy-texnik jihatdan juda ilgarilab ketdi. 1989–

1990 yillarda Isroilga 200 mingdan ortiq muhandis va olimlar ko‘chishi bilan bog‘liq;

* aholisining malakaviy ma‘lumoti dunyoda AQSH va Kanadadan keyin uchinchi o‘rinni egallaydi;

* ilmiy unvonga ega xodimlar barcha ishlovchilarning 25 foizini tashkil etadi;

* olimlar soni – har 1000 nafar aholiga 145 kishi to‘g‘ri keladi, bu Yaponiyadan 70 kishi va hatto AQSHdan 85 kishi yuqori ko‘rsatkichdir;

* aholi jon boshiga ilmiy ishlar hajmi eng yuqori – har 1000 aholiga 109 sahifa;

* aholi jon boshiga berilgan patentlar soni bo‘yicha dunyoda birinchi o‘rinda turadi;

* aholi umumiy soniga nisbatan dunyodagi eng ko‘p startaplar ushbu davlat hisobiga to‘g‘ri keladi. Isroil yuqori texnologik va innovatsion kompaniyalar soni bo‘yicha dunyoda AQSHdan keyin yetakchi o‘rinni egallaydi – yiliga 4000 dan ortiq yoki har kuni 12 tasi tashkil topadi;

* AQSHdagi Silikon vodiysini istisno etganda, Isroil dunyodagi yuqori texnologik kompaniyalar eng zich joylashgan mamlakatdir;

* mamlakat AQSHdan keyin NASDAQ birjasida kotirovkalanadigan kompaniyalarning eng ko‘p soniga ega;

* bir innovatsion korxonaga davlat tomonidan kiritiladigan investitsiyalar hajmi bo‘yicha jahonda AQSHdan keyin ikkinchi o‘rinni egallaydi;

* aholi jon boshiga yangi ochilgan biotexnologik kompaniyalar soni bo‘yicha eng yuqori foizga ega;

* tadbirkorlikning rivojlanganlik darajasi bo‘yicha jahonda uchinchi o‘rinda va unda ayollar, 55 yoshdan oshganlar soni bo‘yicha birinchi o‘rinni egallaydi;

* Isroil kosmik kemalarni Sharqdan G‘arbga, ya‘ni Yer sharining aylanishiga qarama-qarshi yo‘nalishda uchira oladigan yagona kosmik davlatdir. Bu raketalar dushman qo‘shni hududlar ustidan uchib o‘tishini istisno etish imkonini beradi.

Umuman, innovatsiyalarga asoslangan iqtisodiyot Isroilga mintaqadagi eng yuqori turmush darajasini ta‘minladi: aholi jon boshiga YAIM 2014-yilda 28,4 ming AQSH dollarini tashkil etdi.

Isroilda turli sohalarda texnologiyalarni ishlab chiqish bilan shug'ullanadigan sanoat kompaniyalari va universitetlar konsorsiumlarini moliyalashtirish uchun bir nechta jamg'armalar, davlat dasturlari, infratuzilmalar amal qilmoqda. Bir so'z bilan aytganda, Isroildagi innovatsiya tizimi olim va muhandislarga o'z kashfiyoti asosida yangi kichik firma tashkil qilishga va keyinchalik ishlab chiqarishning yangi texnologiyalari, ya'ni o'z innovatsion mahsulotlarini bozorda to'g'ridan to'g'ri sotish uchun yengillashtirilgan imkoniyatlar yaratadi.

Boshqa rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlar tajribasini o'rganish asosida quyidagi asosiy xulosalarga keldik:

1. Innovatsiyalar iqtisodiyotni rivojlantirishda juda muhim rol o'ynaydi.

2. Uzoq muddatli iqtisodiy o'sishni asosan mehnat unumdorligining o'sishi ta'minlaydi. O'z b kelgan.

Bugungi kunda Isroilning rivojlanganlik darajasini quyidagi faktlar bilan tavsiflasak bo'ladi:

* mamlakatda har yili 15–20 ta yangi nanotexnologiyalar yaratiladi va o'zlashtiriladi, ular qatorida ekologik xavfsizlari ham bor. Bu ilmfan va innovatsiyalarga xarajatlarning yuqoriligi (mamlakat YAIMning 4,4 foizi atrofida).

3. Mamlakatda qulay tadbirkorlik muhitini yaratmasdan samarali innovatsion rivojlanish mumkin emas.

4. Qulay tadbirkorlik muhitini shakllantirmasdan innovatsiya loyihalarini davlat tomonidan moliyalashtirishni kuchaytirish past samaradorlik koeffitsientiga ega bo'ladi.

5. Milliy innovatsiya tizimining yaratilishi ilmiy tadqiqotlarning tijoratlashuvi uchun qulay sharoitlar shakllanishiga olib keladi.

6. Innovatsiya tizimlarini tashkil qilish va amal qilishi prinsiplari xorijiy mamlakatlarda rivojlanish modellariga qarab farq qiladi. Mavjud tizimlarni o'zimizga ko'r-ko'rona ko'chirish kutilgan samarani bermaydi. Shuning uchun ushbu davlatlarda institutlarning uyg'un ishlashini va o'zaro aloqalar o'rnatish mexanizmini o'rganish afzalroq.

7. Muvaffaqiyatli innovatsion rivojlanishning bosh omili iqtisodiyotga yangi texnologiyalarni singdirish qobiliyati (absorbtion

ability) bo'lib, bu innovatsiyani o'zlashtirish va qo'llash uchun qulay muhitning yaratilishidan dalolat beradi.

8. O'zbekiston milliy innovatsion tizimi bilan juda o'xshash tuzilmaga ega Belorussiya milliy innovatsiya tizimi tajribasi shuni ko'rsatmoqdaki, rivojlanayotgan iqtisodiyot sharoitida tadbirkorlik sektoriga tadqiqotlar olib borishlari uchun byudjet mablag'larini ajratish innovatsion mahsulotlar ishlab chiqarish hajmini oshirishda tez natija beradi.

9. Qozog'iston tajribasi shuni ko'rsatadiki, moliyalashtirishning venchurli mexanizmini joriy etish murakkab vazifa bo'lib, jiddiy harakatlarni, o'zgarishlar va vaqtni talab etadi.

10. AQSHning innovatsion rivojlanish bo'yicha tajribasi quyidagicha:

a) yuqori ichki raqobat iqtisodiyotda o'z-o'zidan innovatsiya korxonalarining mustaqil paydo bo'lishiga sabab bo'lishini;

b) yuqori malakali mutaxassislar (ya'ni, universitetlar) qulay makonda (laboratoriyalarda, ilmiy-tadqiqot institutlarida) va qulay muhitda (innovatsion klasterlarda) samarali ishlashi va innovatsiyalarni rivojlantirishini isbotlab berdi.

1. Yevropa Ittifoqida shuni ko'rish mumkinki, faol moliyalashtirish (YAIMning kamida 3 foizi miqdorida) innovatsiya salohiyatini, unga a'zo mamlakatlar iqtisodiyotining rivojlanishini kuchaytirdi.

2. Germaniya tajribasi shuni ko'rsatadiki:

a) bilvosita qo'llab-quvvatlash to'g'ridan to'g'ri boshqarishdan samaraliroq;

b) ilm-fan, ishlab chiqarish va bozorning integratsiyalashuvi – mamlakat innovatsiya tizimi elementlari hamkorligining eng samarali shakli.

3. Buyuk Britaniya tajribasi ko'rsatishicha, hozirgi zamon iqtisodiyotida fanlararo tadqiqotlar va ishlanmalarning natijadorligi tor yo'nalishli loyihalarga qaraganda yuqoriroq.

4. Finlandiya tajribasiga asoslanib xulosa qilish mumkinki, siyosatni tubdan o'zgartirib, mamlakatni rivojlantirishning innovatsiya yo'liga burilishi qisqa fursatda mamlakatni dunyodagi yetakchi iqtisodiyotlardan biriga aylantirishi mumkin.

5. Isroil innovatsion mahsulotlarni tijoratlashtirish va bozorga chiqarish uchun eng qulay sharoitlar yaratgan mamlakatdir.

O‘zbekiston iqtisodiyotini innovatsion rivojlantirish konsepsiyasi¹⁸

Bosqichlar	Yo‘nalishlar	Amalga oshiriladigan chora-tadbirlar
1-pog‘ona	Institutlarning amal qilishi	Respublika iqtisodiyotida bazaviy shart-sharoitlarni yaratish maqsadida ijtimoiy, siyosiy va iqtisodiy institutlarning samaraliy ishlashi. Ularga, masalan, quyidagilarni kiritish mumkin: <ul style="list-style-type: none"> • o‘zgarmas soliq stavkalari va soddalashtirilgan soliqqa tortish tartibi; • korxonalar innovatsiya faoliyatini imtiyozli soliqqa tortish; • mulk huquqini himoya qilish; • intellektual mulkni himoya qilish; • eksportni qo‘llab-quvvatlash; • sifatli bank xizmati; • xukumatning barqaror siyosati va h.k.
2-pog‘ona	Sifatli ta‘lim	Aholi intellektual darajasini oshirish uchun sifatli ta‘lim tizimini ta‘minlash muhim bo‘lin, bu quyidagilar orqali tadqiqotlar sharoitlar yaratadi: <ul style="list-style-type: none"> • ta‘lim yuqori xarajatlar; • zamonaviy ta‘lim standartlari; • xalqaro hamkorlikni rivojlantirish; • malaka oshirish va xususiy ta‘lim markazlarini rag‘batlantirish; • texnik mutaxassislar va muhandislarni ko‘roq tayorlash.
3-pog‘ona	Tadbirkorlik madaniyati	Aholi, olimlar va tadqiqotchilar orasida quyidagilar orqali tadbirkorlik madaniyatini oshirish: <ul style="list-style-type: none"> • innovatorlarning tadbirkorlik tashabbuslarini smsgls oshirishni qo‘llab quvvatlash; • olimlar va tadqiqotchilarning tadbirkorlik bilan bandligini ta‘minlash; • biznesni yuritishda huquqbuzarlar uchun qonunchilik javobgarligining yenggiligini ta‘minlash; • aholi o‘rtasida tadbirkorlik va innovatsiya jarayonlarini faol targ‘ib qilish.
4-pog‘ona	Rivojlangan infratuzilma	Tadbirkorlik faoliyatini yuritishni yengillashtirish uchun rivojlangan infratuzilmani yaratish: <ul style="list-style-type: none"> • yuqori tezlikdagi Internet va aloqadan foydalanish; • muhandislik-kommunikatsiya tarmoqlari: elctr, gaz, texnik va ichimlik suvi ta‘minotini uzluksiz ta‘minlash; • avto va temir yo‘llardan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish; • sifatli logistika xizmatlari.
5-pog‘ona	Rivojlangan bozorlar	Quyidagilar ichki raqobat rivojlangan bozorning imkoniyatlari: <ul style="list-style-type: none"> • kreditlar va vanchur moliyasidan foydalanish; • bozrda innovatsion ishlanmalarni tijoratlashtirish; • iqtisodiyotda klasterlarning rivojlanganligi; • yaxshi rivojlangan mehnat bozori; • ko‘chmas mulk va tijorat binolarining ijarasi rivojlanganligi;

¹⁸Finance.uz

		<ul style="list-style-type: none"> • valyuta va fond bozorining ishlashi.
6-pog'ona	Ilm-fanning davlat tomonidan moliyalashtirilishi	<p>Ilmiy-texnik yutuqlarimizni erishilgan darajada saqlab turish va yanada oshirish maqsadida ilm-fan va fundamental tadqiqotlarni moliyalashtirish:</p> <ul style="list-style-type: none"> • tadqiqotlar uchun grandlar ajratish; • ilmiy-tadqiqot institutlari va oliy ta'lim muassasalari ilmiy-texnik bazasini rivojlantirish maqsadida subsidalar ajratish; • fanlararo tadqiqotlarni faol olib boorish; • olimlar va tadqiqotchilar o'rtasida xalqaro tajriba akmashuvini rag'batlantirish.
7-pog'ona	Innovatsiya ishlanmalarining davlat tomonidan moliyalashtirish	<p>Ummumiy tovarlar, ishlar va xizmaztlar hajmida innovatsion mahsulotlar ulushini oshirish uchun tajriba-konstruktorlik faoliyatini va innovatsion korxonalar ishlanmalari tijoratlashuvini moliyalashtirish:</p> <ul style="list-style-type: none"> • innovatsion ishlanmalar va ularni ishlab chiqarishga tatbiq etishning davlat tomonidan moliyalashtirilishi; • kreditlarga garov sifatida kafolatlar berish; • strategic muhim loyihalarni amalga oshirish uchun soliq imtiyozlarini berish; • innovatsion yabgi mahsulotlarni ishlab chiqarishning dastlabki bosqichlarida talabni saqlab turish uchun ularning davlat xaridini ta'minlash; • davlat venchur fondlarini tashkil qilish hamda xususiy fondler investitsiyalarini risqdan kafolatlash fondini tashkil qilish.
8-pog'ona	Innovatsion faolik (effekt)	<p>Qulay muhitning shakillantirilish va innovatsiyalarning faol moliyalashtirish natijasida:</p> <ul style="list-style-type: none"> • o'zbekiston iqtisodiyotining innovatsion faolligi oshadi; • mehnat unumdorligi oshadi; • milliy va xalqaro patentlar berish ko'payadi; • innovatsion faoliyat bilan shug'ullanadigan korxonalar soni ortadi; • tadqiqotlar va ishlanmalar bilan bandlar soni oshadi.
9-pog'ona	Siyosat natijasi	<p>O'zbekistonda olib b orilgan innovatsiya siyosatining natijasini quyidagi ko'rsatkichlar orqali hix etish mumkin:</p> <ul style="list-style-type: none"> • berilgan patentlar soni; • vanchurli investitsiyalar hajmi; • yuqori texnologik eksportning umumiy eksport hajmidagi ulushi; • xorijiy texnologiyalarga bog'liqlikning pastligi; • ekologiya, sog'liqni va aholi turmush darajasining yuqoriligi.
10-pog'ona	Iqtisodiy oqibatlar	<p>Shu tariqa O'zbekiston xalqaro yuqori texnologiyalar bozordagi yetakchi davlatlardan biriga aylanadi hamda turli xalqaro reytinglarda mamlakat iqtisodiyoti bo'yicha yuqori ko'rsatkichlarga erishamiz.</p>

Olingan xulosalar hamda rivojlangan mamlakatlar tajribasini o'rganish asosida iqtisodiyotni innovatsion yo'l bilan uzoq muddatli

rivojlantirish, 2017–2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasining 3-yo‘nalishi «Iqtisodiyotni rivojlantirish va liberallashtirishning ustuvor yo‘nalishlari»da belgilangan chora-tadbirlarni samarali amalga oshirish, Ma‘muriy islohotlar konsepsiyasida tasdiqlangan «Davlat boshqaruvi tizimiga strategik rejalashtirishning zamonaviy shakllari, innovatsion g‘oyalar, ishlanmalar va texnologiyalarni joriy etish»ga qaratilgan davlat siyosatini qadamma-qadam izohlab beradigan konsepsiya ishlab chiqildi.

Dastlabki beshta pog‘ona iqtisodiyotda innovatsiyalar uchun qulay muhitni rivojlantirish zarurligini izohlab beradi. Ushbu vazifalar ta‘minlanganda innovatsion rivojlanish uchun qulay muhit yaratilishi mumkin, shundagina O‘zbekistonda innovatsiyalarni moliyaviy qo‘llab-quvvatlash samara berishi mumkin. Xorijiy mamlakatlar rivojlanish tajribasini o‘rganish asosida innovatsiyani – bugungi kunda farovonlik va raqobatbardoshlikni ta‘minlovchi asosiy omil deb, innovatsiyalarni rivojlantirishni – raqobat kurashidagi afzalliklarni qo‘shimcha tarzda kuchaytiruvchi omil sifatida tavsiflasak bo‘ladi. Barcha rivojlangan mamlakatlar bu omillarni oldindan hisobga olib, o‘z pozitsiyalarini xalqaro maydonda kuchaytirish uchun foydalanmoqda. Innovatsion faollikni boshqalarga qaraganda oldinroq ishga tushirgan davlat doim yutib chiqishini bilishimiz kerak.

Nazorat uchun savollar

1. Tashqi savdo siyosatining turlarini va darajalarini izohlab bering.
2. Proteksionistik tamoyillar rivojlanishining qanday shakllari mavjud?
3. Tashqi savdo siyosatining dastaklari qanday guruhlarga bo‘linadi?
4. Davlat iqtisodiy siyosatining samaradorligi qanday aniqlanadi?
5. Xalqaro mehnat taqsimoti nima?
6. Davlatlarning tashqi iqtisodiy aloqalari jahon iqtisodiyoti tizimida qanday rol o‘ynaydi?
7. Jahon iqtisodiyoti faoliyatining asosiy maqsadi nima?
8. Proteksionizmning qanday turlari mavjud?

10-MAVZU. IMTIYOZLI SAVDO SHARTNOMALARI

10.1. Imtiyozli savdo shartnomalari

Tashqi savdoda qo‘llaniladigan shartnomalar turli shartlarga ega. Ular tovarni tavsiflaydi, bitimning tijorat xususiyatlarini, tomonlarning huquq va majburiyatlarini belgilaydi. Shartnomaning barcha shartlarini quyidagicha tavsiflash mumkin.

- sotuvchi va xaridor uchun ularning majburiyligi nuqtayi nazardan;

- universalligi nuqtayi nazardan.

Majburiyligi nuqtayi nazaridan shartnomaning shartlari **majburiy** va **qo‘shimcha** shartlarga bo‘linadi.

Majburiy shartlarga quyidagilar kiradi:

- bitim tuzuvchi tomonlarining nomi;

- shartnomaning predmeti;

- sifat va soni;

- yetkazib berishning asosiy shartlari;

- bahosi;

- to‘lov shartlari;

- sanksiya va reklamatsiyalar (jarimalar, da‘volar) ning turlari;

- tomonlarning yuridik manzillari va imzolari.

Qo‘shimcha shartlar quyidagilar:

- tovarni topshirish va qabul qilish tartibi;

- sug‘urtalash tartibi;

- yuklash hujjatlari;

- kafolatlar ;

- o‘rash-joylash va markirovka;

- fors-major holatlari;

- arbitraj boshqa shartlar. Majburiy shartlarda agar tomonlardan biri ushbu shartlarni bajarmasa, boshqa tomon shartnomani buzishi va shartnoma sarflarini qoplashni talab qilishga haqlidir.

Qo‘shimcha yoki juda muhim bo‘lmagan shartlar ham mavjud. Ushbu shartlardan birini bir tomon buzsa, ikkinchi tomon shartnomani buzishni talab qilishga haqli emas.

Shartnomalarni tuzishda kontragent mamlakatidagi savdo odatlarini hisobga olish kerak. Savdo an‘analari deganda xalqaro savdo

amaliyotida shakllangan umume'tirof etilgan yagona qoida tushuniladi. Bu qoidalarning ahamiyati shundaki, agar biror bir noaniqliklar mavjud bo'lsa, tomonlar xalqaro savdo odatini qo'llaydilar.

Xalqaro bozorda tovarlar oldi-sotdisi tovarni pul mablag'lariga yoki boshqa narsaga ayirboshlashni nazarda tutadi va bitim xarakteriga ega bo'ladi. *Xalqaro savdoda bitim bu* — bozor subyektlarining yaxshi tushunilgan, maqsadli yo'naltirilgan va irodali harakatlari bo'lib, ularni amalga oshirar ekan, bozor subyektlari belgilangan huquqiy natijalarga erishishga intiladilar. Xalqaro savdoda bitimlarni bir qator belgilarga ko'ra quyidagi turlarga taqsimlash mumkin:

- oldi-sotdi bitimlari;
- tovar ayirboshlash (javob tariqasidagi) bitimlari;
- barter bitimlari.

Eksport bitimlari – bu chet ellik xaridorga tovarni sotuvchining mamlakatidan chet elga olib chiqib sotishdir. *Import bitimlari* tovarni chet ellik sotuvchidan sotib olish va uni keyinchalik ichki bozorda sotish maqsadida chet eldan mamlakatga olib kirishni ifodalaydi. Xaridor mamlakatga kimoshdi savdosi, ko'rgazma va yarmarkalarga olib kiriluvchi tovarlar ham import bitimi obyekt bo'lishi mumkin. Import sifatida olib kiriluvchi tovar tayyor mahsulot bo'lishi yoki xaridor mamlakat ichida qayta ishlanishi kerak bo'lgan yarim tayyor mahsulot bo'lishi mumkin. *Reeksport bitimi* tovarni chet ellik sotuvchidan sotib olib mamlakatga olib kirish, so'ngra bu tovarni (qayta ishlamasdan) boshqa chet ellik xaridorga sotishdir. Bu operatsiyalar transport xarajatlarini oshirmaslik va yetkazib berish muddatini qisqartirish maqsadida amalga oshiriladi. Reimport bitimi chet eldan mamlakatda ishlab chiqarilgan, lekin kimoshdi savdolarida sotilmagan, chet ellik xaridor tomonidan sifatsiz (brak) deb topilgan, u yerda qayta ishlanmagan yoki xaridorning to'lov layoqatiga ega emasligi sababli qaytarib berilgan mahsulotlarni mamlakat hududiga qayta olib kirishni anglatadi. Chet eldan qaytarib olib kelinayotgan mahalliy tovarlar, masalan, ko'rgazmalarga vaqtinchalik olib chiqilgan tovarlar reimport tarkibiga kiritilmaydi.

Xalqaro savdoda oldi-sotdi bitimlari yetkazib berish (shartnoma ishtirokchilari tomonidan kelishilgan va shartnomada belgilangan vaqt davomida sotuvchi tovarni xaridorga yetkazib berishni o'z zimmasiga

olgan) muddatiga ko‘ra imperativ, diapozitiv, aniqlangan va aniqlanmagan turlarga taqsimlanadi.

Imperativ muddat tovarni yetkazib berish muddatini tomonlarning kelishuviga ko‘ra o‘zgartirish mumkin emasligini nazarda tutadi.

Dispozitiv muddatda kontragent hisoblanuvchi tomonlar mamlakat qonunchiligida tomonlarning kelishuviga asosan yetkazib berish muddatini o‘zgartirish mumkinligi ko‘zda tutiladi.

Eksport-import tovar oldi-sotdisi bitimlari bo‘yicha *aniqlanmagan muddat* koordinatalarni ko‘rsatgan holda belgilanadi, masalan, «o‘z vaqtida», «darhol», «kechikmasdan».

Xalqaro shartnomada tovarni yetkazib berish muddati quyidagi tarzda ko‘rsatilishi mumkin:

- tovarni yetkazib berishning qat‘iy belgilangan sanasini aniqlash;
- tovarni yetkazib berish amalga oshiriluvchi (oy, chorak, yil) davrni aniqlash;

- maxsus atamalarni qo‘llagan holda – «darhol yetkazib berish», «ombordan olib ketish» va hokazo. Yetkazib berish qismlarga bo‘lib amalga oshirilgan hollarda kalendar rejasi tuzilib, unda yetkazib beriluvchi har bir partiyaning muddati ko‘rsatiladi.

Xalqaro savdoda tovar yetkazib berish muddatidan kechroq yetkazib berilsa, shartnomada boshqa holat ko‘zda tutilmagan bo‘lsa, xaridor tovarni qabul qilishdan bosh tortishi mumkin. Bu holda xaridor eksport tovarni qabul qilishni rad etganligi to‘g‘risida bildirishnoma yuborishi lozim. Bildirishnoma yuborishdan avval jo‘natilgan tovarni xaridor qabul qilishi va uning narxini to‘liq to‘lashi lozim. Tovar yetkazib beruvchining tovarni oldi-sotdi shartnomasida ko‘rsatilgan muddatdan muntazam kech qolib jo‘natishi shartnoma shartlarini jiddiy buzish hisoblanib, xaridorning shartnomani bajarishdan bir tomonlama bosh tortishiga olib kelishi mumkin.

Xalqaro savdo valyuta operatsiyalari (bitimlari) bilan bog‘liq, chunki bir savdogarning valyutasi ikkinchi savdogar uchun xorijiy valyuta hisoblanadi. Valyuta operatsiyalari ikkita valyuta nisbatidan iborat bo‘lgan valyuta kurslari bo‘yicha amalga oshiriladi. Valyuta kursi turli xil milliy valyutalar o‘rtasida aloqa o‘rnatish, ularni taqqoslash va operatsiyalarni amalga oshirishga imkon beradi. Valyuta kursi doimiy emas, ya‘ni bir valyuta turi pasayib borsa, ikkinchisining kursi o‘sadi. Valyuta kursining tebranishiga ta‘sir ko‘rsatuvchi bir

qancha omillar mavjud bo‘lib, ular talab va taklifga bog‘liq bo‘ladi. Valyuta kursini aniqlash uchun *to‘g‘ri va teskari kotirovkadan foydalanish* mumkin.

To‘g‘ri kotirovka xorijiy pul birligining milliy valyutada baholanishini ifodalaydi. Masalan, 1 funtsterling 1,540 AQSH dollariga teng. *To‘g‘ri kotirovkadan foydalanishda* xorijiy valyuta birligi milliy valyutada, bizning holatda AQSH dollarida aks ettiriladi. *To‘g‘ri kotirovkadan* asosan AQSHda foydalaniladi. Bir qator Yevropa mamlakatlarida milliy valyuta birligini xorijiy valyutada aks ettiruvchi *teskari kotirovka* qo‘llanadi.

Valyutalarni AQSH dollariga nisbatan kotirovkasi keng tarqalgan, ya‘ni AQSH dollari asosiy valyuta kotirovkasi hisoblanadi. Turli xil valyutalarning AQSH dollariga nisbatini bilgan holda ularning bir-biriga nisbatini ham aniqlash mumkin. Bu kross-kurs deb atalib, ikkita valyuta kursini AQSH dollariga bo‘lish yoki ko‘paytirish natijasida olinadi. Masalan, nemis markasining dollarga nisbatan kursi 1 AQSH dollariga 1,8145 marka, fransuz frankining kursi 1 AQSH dollariga 1,5285 frank hisoblanadi. Bu holda kross-kurs quyidagicha aniqlanadi: 1,5285 fransuz frankiga 1,8145 nemis markasi, ya‘ni nemis marka 0,8424 fransuz frankiga teng. Valyuta bozoridagi *asosiy kurs kassa bitimlari* kursi, ya‘ni «spot» yoki telegraf orqali jo‘natish kursi hisoblanadi. Bu kurs valyuta bitimini darhol yoki ikki kun ichida amalga oshirilishini nazarda tutadi.

Har qanday xalqaro bitimlar bo‘yicha valyuta kurslari kotirovkasi sotuv uchun ham, xarid uchun ham bir vaqtning o‘zida qabul qilinadi, ya‘ni kotirovka sotuvchi va xaridorning kurslari asosida amalga oshiriladi. Ular o‘rtasidagi farq «spread» yoki «marja» deb ataladi va bank daromadini ifodalaydi. Bundan tashqari, katta, o‘rtacha (5 mln dollargacha) va kichik summa o‘rtasida ham farqlar mavjud. Katta summa marjasi odatda ko‘proq bo‘ladi.

Amaliyotda belgilangan davrdan so‘ng valyutani birgalikda, avvaldan belgilangan sanada va kurs bo‘yicha yetkazib berish shartlariga ega bo‘lgan valyuta bitimlari keng tarqalgan. Bunday bitimlar tovar eksportchisi, xorijiy valyuta debitori yoki kreditori va qimmatli qog‘oz investorida yuzaga keluvchi valyuta tavakkalchiliklarini qoplashga xizmat qiladi. Bunda belgilangan vaqtdan so‘ng yetkazib beriluvchi valyuta kursi kelajakda darhol

yetkazib beriluvchi valyuta kursidan farq qiladi hamda mos keluvchi valyutalar bo'yicha foiz stavkalaridagi farqni va valyuta bozorining mos keluvchi valyutalarni oshirish yoki pasaytirish taklifini aks ettiradi. Bunday bitimlar *forvard bitimlar* nomini olgan.

Xalqaro valyuta bitimlarining 60 %dan ortig'i banklararo bozorda kassa bitimlari shaklida amalga oshiriladi. + olgan bitimlar asosan amalda ikkita operatsiyani – naqd va muddatli operatsiyalarni birlashtiruvchi «svop» bitimlar shaklida amalga oshiriladi. Valyuta kursi bitimni imzolash paytida qayd etiladi, biroq bitim ishtirokchilari kurs o'zgarsagina diskontni yoki mukofot kafolatini taqdim etadi. Bitimlarning 4 foizigina fyuchers (muddatli) bozorida (*forvard bitimlar*) amalga oshiriluvchi bitimlarga to'g'ri keladi.

10.2. Erkin savdo zonasi

Erkin iqtisodiy zonalar uchta yirik guruhga bo'linadi:

1. Maxsus erkin iqtisodiy zonalar-ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish, erkin savdo zonalar, erkin tadbirkorlik zonalar, agro va texnologik zonalar singari yirik guruhlarni o'z ichiga olib, faoliyat turining ma'lum yo'nalishiga ixtisoslashadi. EIZ rezidentlariga beriladigan imtiyoz va preferensiyalar ham ularning faoliyatidan kelib chiqqan holda moslashtiriladi. Masalan, erkin savdo zonalarida portlarning xarajatlari optimallashtiriladi, import o'rnini bosuvchi mahsulot ishlab chiqarishga yo'naltirilgan zonalarda EIZga olib kiriladigan xomashyoga va ishlab chiqarishga soliq imtiyozlari taqdim etiladi.

2. Kompleks EIZlar maxsus EIZlarning bir nechtasi faoliyatini o'zida mujassamlashtiradi va taqdim etiladigan imtiyoz hamda preferensiyalar ham shunga muvofiqlashadi. Masalan, bir paytning o'zida savdo va ishlab chiqarish uchun imtiyozlar yoki innovatsion tadqiqot va ishlab chiqarish uchun imtiyozlar taqdim etiladi.

3. Erkin iqtisodiy zonalarining uchinchi turi transcheraviy EIZlar bo'lib, o'zida mamlakalarning o'zaro chegaradosh zonalaridagi savdo va logistika imtiyozlarini mujassamlashtiradi. (1-jadval).

Erkin iqtisodiy zonalarning turlari

	Erkin savdo zonalari Erkin portlar	soddalashtirilgan viza va bojxona rejimi, daromad solig'i tatillari
•	Konsignatsion ombor	yer solig'idan imtiyozlar, soddalashtirilgan bojxona rejimi
	Duty free	bojxona bojlari va ijara haqidan ozod etilishi
	Xizmat ko'rsatish zonalari Offshor zonalari	norezidentlarni ro'yxatdan o'tkazishning soddalashtirilgan rejimi, daromad va foyda solig'idan ozod etilishi
•	Erkin turizm zonalari	yer, daromad va foyda solig'i, rivojlangan infratuzilma, subsidiyalar
•	Qishloq xo'jalik (agro) zonalar	lizing, yer, daromad va foyda solig'i, rivojlangan infratuzilma, subsidiyalar
•	Innovatsion zonalari Texnopark Texnopolis	malakali xodimlar va tadqiqotchilarni yuqori xaq to'lanadigan ish va uy bilan ta'minlanadi, pasaytirilgan foyda va mulk solig'i
	Erkin ishlab chiqarish zonalar import o'rnini bosuvchi mahsulot ishlab chiqarishga yo'naltirilgan zonalar	import xomashyo va asbob-uskunalar uchun pasaytirilgan bojxona bojlari, subsidiyalar, korxonani rasmiylashtirilgan soddalashtirilgan tizimi
•	Eksportga yo'naltirilgan mahsulot ishlab chiqaruvchi zonalar	QQSni qaytarish tizimi, daromad solig'ining pasaytirilgan stavkasi, innovatsion asbob- uskunalar import qilish uchun pasaytirilgan bojxona bojlari, korxonani rasmiylashtirishning soddalashtirilgan tizimi
	Kompleksi zonalari	
	Import xomashyo va asbob-uskunalar uchun pasaytirilgan bojxona bojlari, subsidiyalar, davlat investitsiyalari, yer ijarasidan chegirmalar	
	Transchegaraviy erkin iqtisodiy zonalari	
•	Transchegaraviy	Bojxona bojlari va soliqlardan ozod etish, tovarlarni saqlash uchun uzaytirilgan muddatlarni qo'llash
•	Chegaraviy	QQSni qaytarish tizimi, korxonani rasmiylashtirishning soddalashtirilgan tizimi

1-jadvaldan ko‘rib turganimizdek, jahon iqtisodiyoti nazariyasida erkin iqtisodiy zonalarining 15 dan ortiq turi qo‘llanilib, ularga taqdim etiladigan imtiyoz va preferensiyalar ham turli xillashtiriladi. Masalan, xorijiy mamlakatlar amaliyotida eksportga yo‘naltirilgan mahsulot ishlab chiqaruvchi zonalarga QQSni qaytarish tizimi, daromad solig‘ining pasaytirilgan stavkasi, innovatsion asbob-uskunalarni import qilish uchun pasaytirilgan bojxona bojlari, korxonani rasmiylashtirishning soddalashtirilgan tizimi keng qo‘llanilsa, qishloq xo‘jalik (agro) zonalarida ko‘char mulk lizingi, yer, daromad va foyda solig‘i, rivojlangan infratuzilma, davlat subsidiyalari taqdim etiladi.

Jahon iqtisodiyotida erkin iqtisodiy zonalar bilan bog‘liq qo‘llaniladigan tushunchalar va faoliyat turlari boriki, ulardan EIZning faoliyatidan kelib chiqqan holda foydalanish mumkin. Jumladan, ushbu tushunchalarga quyidagilar kiradi: venchur moliyalashtirish, biznes inkubator, klasterlash. Biznes inkubator – bu yosh tadbirkorlarning g‘oyalarini qo‘llab-quvvatlash va amalga oshirish maktabi bo‘lib, g‘oyaning yaratilishidan tortib tijoratlashtirishgacha bo‘lgan jarayonlarni moliyaviy va maslahat-konsultativ qo‘llab-quvvatlashni maqsad qiladi. Odatda biznes-inkubatorlarda faoliyatining ilk 3–5 yilligida bo‘lgan korxonalarga yer va binolar arzon yoki tekinga ijaraga beriladi. Biznes-inkubatorlarda faoliyatini boshlagan korxonalarining aksariyat qismi o‘z faoliyatining biznes-inkubatoridan keyingi davrida innovatsion mahsulot ishlab chiqaruvchiga aylanadi. AQSHning mashhur Selekon vodiysida ham Start-up Next, Forward Accelerator singari mashhur biznes-inkubatorlar faoliyat olib boradi. Rivojlangan mamlakatlar erkin iqtisodiy zonalarining ko‘pida biznes inkubatorlar va ular qoshida kovorking markazlari faoliyat yuritadi. Bunday tizim yosh tadbirkorlik subyektlari bilan yirik va muvaffaqiyatli tadbirkorlik subyektlari o‘rtasida muloqotning amalga oshishida muhim ahamiyat kasb etib, yosh tadbirkorlar uchun maktab vazifasini bajaradi.

Venchur moliyalashtirish tizimi ham erkin iqtisodiy zonalarda innovatsion faoliyatning rivojlanishida ahamiyatga ega bo‘lgan moliyalashtirish manbalaridan biri hisoblanadi. Venchur moliyasi

yoki kapitali yuqori rivojlanish salohiyatiga ega bo'lgan erta rivojlanish bosqichidagi kompaniyalarga investitsiyalarning bir shakli hisoblanadi. Venchur mablag'lari sarflanadigan korxonalar odatda yosh kompaniyalar bo'lib, kelajakda daromad keltiradi. Venchur kompaniyalari va fondlari bu kompaniyalarda oz miqdordagi ulushlarini sotib olib, ularga moliyaviy yordam va o'z biznes tajribasi bilan o'sishga va muvaffaqiyatga erishishga yordam beradi. Venchur moliyachi innovatsion jarayonlarning tez rivojlanishi uchun imkoniyat yaratadi. Odatda erkin iqtisodiy zonalar, xususan, texnopark va texnopolislarda biznes inkubatorlar bilan birgalikda venchur fond yoki kompaniyalari ham faoliyat yuritadi.

Klasterlar bir joyga yuqori malakali mutaxassislar, texnologiya va investitsiyalar, kooperatsiya va ixtisoslashuvni jamlaydi, qo'shilgan qiymat yaratishning global zanjirini hosil qiladi. Klasterlar ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish, ilmiy tadqiqot, moliya, davlat hamda xususiy sektor hamkorligini bir zonada mujassamlashtirib, raqobat kuchini oshirishga erishadi. Yevropa Ittifoqi mamlakatlarida klasterlarni davlat quyidagi yo'nalishlarda qo'llab-quvvatlaydi:

- o'ziga xos noyob loyihalarni to'g'ridan to'g'ri moliyaviy qo'llab-quvvatlash;
- infratuzilma obyektlari va binolar bilan ta'minlash;
- ilmiy izlanishlar va innovatsion xarajatlarga soliqlarni pasaytirish;
- yarmarka, savdo missiyalari va boshqa ommaviy tadbirlarni o'tkazib berish;
- universitetlar va ma'muriyat bilan aloqa tarmoqlarini ta'minlash;
- turli zonalar va boshqa klasterlar bilan transport aloqalarini ta'minlash va boshqalar.¹⁹

Odatda sanoat yoki ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik faoliyatiga ixtisoslashgan maxsus iqtisodiy zonalarda transport-logistika xizmatlarini qisqartirish va innovatsiyalarning ishlab

¹⁹ Nemat Xolmatov. Yevropa Ittifoqida klasterlashning sanoatlashuv jarayonini jadallashtirishdagi ahamiyati.
<http://www.biznesdaily.uz/ru/birjaexpert/67934-vropa-ittifoqida-klasterlashning-sanoatlashuvjarayonini-jadallashtirishdagi-ahamiyati>

chiqarishga tez va samarali tatbiq qilinishini ta'minlash maqsadida klasterlashdan foydalaniladi.

Yuqorida keltirilgan tushunchalarni O'zbekiston erkin iqtisodiy zonalarida ham qo'llash mumkin. Ammo birxillashtirilgan holda emas.

2020-yilga kelib, O'zbekistonda faoliyat yuritayotgan erkin iqtisodiy zonalarining soni 22 taga yetdi. Erkin iqtisodiy zonalar – mamlakatning alohida soliq, bojxona va investitsiya siyosatini olib boradigan zonalar bo'lib, mamlakatning investitsion jozibadorligini, eksport salohiyatini oshirish va aholining bandligini maksimal darajada ta'minlash maqsadida tashkil etiladi. Mamlakatimizda ham tashkil etilayotgan erkin iqtisodiy zonalar mamlakatning ishlab chiqarish salohiyatini oshirish, eksportga yo'naltirilgan mahsulotlar ishlab chiqarish va ishlab chiqarish infratuzilmasini xorijiy to'g'ridan to'g'ri investitsiyalar evaziga takomillashtirish maqsadida tashkil etilmoqda.

O'zbekistonda erkin iqtisodiy zonalar 2009-yildan beri faoliyat yuritayotgan bo'lsa ham, shu davrga qadar ularning nazariy-metodologik asoslari, klassifikatsiyasi, nomlanishi, erkin iqtisodiy zonalarining turlari va ularga muvofiq holda taqdim etiladigan imtiyozlar bo'yicha yagona asosga kelingan emas. Masalan:

- "Jizzax" MIZ bajaradigan vazifasining va yo'nalishining kengligiga qaramasdan maxsus industrial zona deb yuritiladi, "G'ijduvon" EIZ esa zonaning kichikligiga qaramasdan erkin iqtisodiy zona deb yuritiladi.

- O'zbekiston Prezidentining 2016-yil 26-oktyabrdagi "Erkin iqtisodiy zonalar faoliyatini faollashtirish va kengaytirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi farmoni bilan erkin iqtisodiy zonalarga zonalarining barchasiga beriladigan imtiyozlar birxillashtirildi.²⁰

²⁰ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Erkin iqtisodiy zonalar faoliyatini faollashtirish va kengaytirishga doir qo'shimcha chora- tadbirlar to'g'risida"gi PF-4853-sonli Farmoni. 2016 yil 26 oktyabrdagi.

²⁰ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5719 sonli "Navoiy viloyatini innovatsion, yuqori texnologiyalarga asoslangan, eksportga yo'naltirilgan va import o'rnini bosadigan ishlab chiqarishlar uchun erkin iqtisodiy zona sifatida belgilash chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni. 15.05.2019

- Erkin iqtisodiy zona va kichik sanoat zonalarini degan ikki tushuncha ostida bir xil imtiyozlar berildi.

- Navoiy viloyatining chegaralari ichida innovatsion, yuqori texnologiyalarga asoslangan, eksportga yo'naltirilgan va import o'rnini bosadigan ishlab chiqarishlarni tashkil etish bo'yicha investitsiya dasturlarini amalga oshirayotgan korxonalar, zonada mavjud bo'lgan yoki yengil barpo etiladigan infratuzilmalarda ishlab chiqarishlarni ixcham joylashtirgan holda "Navoiy" erkin iqtisodiy zonasi ishtirokchisi maqomining berilishi.

Venchr moliyalashtirish	Biznes-inkubator	Klasterlash
<ul style="list-style-type: none">- Texnopark- Maxsus farm zonalar- Kompleks zona	<ul style="list-style-type: none">- texnopark- Maxsus industrial zona- Kompleks zona	<ul style="list-style-type: none">- Kompleks zona- Maxsus industrial zona- Qishloq xo'jalik hududi- Import o'rnini bosuvchi mahsulot ishlab chiqarishga yo'naltirilgan hudud

1-rasm. Erkin iqtisodiy zonalarga innovatsion tushunchalarni qo'llashning ko'rinishlari

Venchr moliyalashtirish tizimi O'zbekiston singari rivojlanayotgan mamlakat iqtisodiyotida muhim manba hisoblanadi. Ishlab chiqarishni modernizatsiya qilish va innovatsion jarayonlarni jadallashtirishda muhim omillardan biri bo'lib hisoblanadi. Biznes-inkubatorlar faoliyatining ilk davrida qo'llab-quvvatlashga muhtoj bo'lgan tadbirkorlik subyektlari uchun qo'llab-quvvatlovchi muhim omildir. O'zbekiston texnopark, maxsus industrial zonalar va kompleks zonalarida biznes-inkubatorlarning tashkil etilishi erkin iqtisodiy zonaga investitsiyalarni jalb qilish va biznes risklarini kamaytirishda alohida ahamiyatga ega.

O‘zbekiston Respublikasida faoliyat yuritayotgan EIZlarning maqomi

	Faoliyat yuritayotgan EIZ	EIZ maqomi	Muallif tomonidan taqdim etilayotgan maqomi
.	Navoiy	EIZ	Kompleks zona
.	Angren	EIZ	Kompleks zona
.	Jizzax	Maxsus industrial zona	Maxsus industrial zona
.	Urgut	EIZ	Erkin savdo zonasi
.	G‘ijduvon	EIZ	Erkin savdo zonasi
.	Xazorasp	EIZ	Erkin savdo zonasi
.	Qo‘qon	EIZ	Erkin savdo zonasi
.	Andmjon-Farm	EIZ	Maxsus farm zona
.	Sirdaryo-Farm	EIZ	Maxsus farm zona
0.	Nukus-Farm	EIZ	Maxsus farm zona
1.	Zomin-Farm	EIZ	Maxsus farm zona
2.	Kosonsoy-Farm	EIZ	Maxsus farm zona
3.	Boysun-Farm	EIZ	Maxsus farm zona
4.	Bo‘stonliq-Farm	EIZ	Maxsus farm zona
5.	Parkent-Farm	EIZ	Maxsus farm zona
6.	Yashnabod	Innovatsiya texnopark	Texnopark
7.	Chiroqchi	EIZ	Kompleks zona
8.	Namangan	EIZ	Import o‘rnini bosuvchi mahsulot ishlab chiqarishga yo‘naltirilgan zona
9.	Buxoro-Agro	EIZ	Qishloq xo‘jaligi zonasi
0.	Sirdaryo	EIZ	Qishloq xo‘jaligi zonasi
1.	Nukus	EIZ	Import o‘rnini bosuvchi mahsulot ishlab chiqarishga yo‘naltirilgan zona
2.	Termiz	EIZ	Chegaraviy erkin iqtisodiy zona

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 12-yanvardagi PF-4931-sonli farmonining ijrosini ta’minlash yuzasidan Buxoro, Qo‘qon, Samarqand, Xorazm sinov va sertifikatlashtirish markazlari qoshida xalqaro talablarga mos keladigan mahsulotlarni standartlashtirish, sertifikatlashtirish va markirovka qilish xizmatlarini ko‘rsatish bo‘yicha ilmiy ishlab chiqarish markazlari tashkil etildi. Ushbu markazlarning tashkil etilishi “Urgut”, “G‘ijduvon”, “Xazorasp”, “Qo‘qon” erkin iqtisodiy zonalarining xalqaro standartlarga muvofiq mahsulotlarni ishlab chiqarish va eksport qilish imkonini oshirdi. Bu zonalarining xalqaro savdo koridorlariga yaqin joylashganini hisobga olgan holda “Erkin savdo zonasi” deb nomlash ma’qul hisoblanadi. Ushbu erkin iqtisodiy zonalar rezidentlariga ham soddalashtirilgan viza va bojxona rejimi, daromad solig‘i ta’tillarini, tovar va mahsulotlarni saqlash va transportirovka qilishda imtiyozlar berishni yo‘lga qo‘yish lozim.

10.3. Integratsiyaning dinamik ta’siri

Xalqaro iqtisodiy integratsiya – bu mamlakatlarning chuqur, barqaror o‘zaro aloqalarning rivojlanishi va milliy xo‘jaliklar o‘rtasidagi mehnat taqsimoti asosida ular xo‘jalik-siyosiy aloqalarining birlashish jarayonlaridir. Xalqaro iqtisodiy integratsiyaning asosiy shakllari quyidagilar:

- erkin savdo zonolari. Bu iqtisodiy integratsiyaning eng oddiy shakli bo‘lib, uning doirasida qatnashuvchi mamlakatlar o‘rtasidagi savdo cheklashlari bekor qilinadi. Bunga Yevropa erkin savdo uyushmasi va MDH mamlakatlari o‘rtasidagi o‘zaro bitim misol bo‘la oladi;

- boj ittifoqi. Iqtisodiy integratsiyaning bu shakli erkin savdo zonalarining faoliyat qilishi bilan birga yagona tashqi savdo ta’riflari o‘rnatishni va uchinchi mamlakatga nisbatan yagona tashqi savdo siyosati yuritishni taqozo qiladi. Yevropa Ittifoqi (YI) boj ittifoqiga yorqin misoldir;

- to‘lov ittifoqi. Bu milliy valyutalarning o‘zaro erkin almashuvini va hisob-kitobda yagona pul birligining amal qilishini ta’minlaydi. Yevropa hamjamiyati, Janubiy-Sharqiy Osiyo va MDH mamlakatlari uchun to‘lov ittifoqi pirovard maqsaddir;

- umumiy bozor. Bu iqtisodiy integratsiyaning ancha murakkab shakli bo'lib, uning qatnashchilariga erkin o'zaro savdo va yagona tashqi savdo ta'rifi bilan birga kapital va ishchi kuchining erkin harakati hamda o'zaro kelishilgan iqtisodiy siyosat ta'minlanadi. Bunga Yevropa iqtisodiy ittifoqi yoki Yevropa umumiy bozorini misol qilib keltirish mumkin. Uning doirasida barcha boj to'lovlari va import me'yori (kvota)lari bekor qilinadi, boshqa mamlakatlardan Yevropa bozoriga tovarlar kirishi bir xil tartibga solinadi, pul mablag'lari va ishchi kuchining chegaradan erkin o'tishi ta'minlanadi hamda umumiy muammolarni hal etishda yagona siyosat o'tkaziladi;

- iqtisodiy va valyuta ittifoqi davlatlararo iqtisodiy integratsiyaning eng oliy shakli hisoblanadi. Bunda iqtisodiy integratsiyaning barcha qarab chiqilgan shakllari umumiy iqtisodiy va valyuta-moliyaviy siyosat o'tkazish bilan birga uyg'unlashadi.

Xalqaro iqtisodiy integratsiya jarayonini obyektiv xarakterdagi bir qator omillar taqozo qiladiki, ularning ichidan quyidagilar asosiy o'rinni egallaydi:

- xo'jalik aloqalarining baynalmilallashuvi;
- xalqaro mehnat taqsimotining chuqurlashuvi;
- umumjahon fan-texnika revolyutsiyasi;
- milliy iqtisodiyot ochiqligining kuchayishi.

Jahon hamjamiyatiga integratsiyalashuvning strategik maqsadi – davlatlarning turli mintaqaviy birlashmalari bilan aloqalarni rivojlantirishdan iborat. O'zbekiston mintaqaviy xalqaro tashkilotlar: YI, Yevropada Xavfsizlik va Hamkorlik Tashkiloti (YXXT), Shimoliy Atlantika bloki (NATO), Qo'shilmaslik Harakati va boshqalar bilan samarali hamkorlik qilmoqda.

Jahon munosabatlari o'z obyekti va subyektiga ega. Xalqaro miqyosda resurslarning taqsimlanish va samarali ishlatilishi, ishlab chiqarishning ixtisoslashuvi, uning kooperatsiyasi, iqtisodiy integratsiya, savdo, ilmiy-texnikaviy hamkorlik, qoloqlik va qashshoqlikka chek qo'yish, ekologiyaga putur yetkazmaydigan iqtisodiy faoliyat yuritish kabilar umumjahon munosabatlarining obyekti bo'lsa, turli davlatlar, xalqaro va milliy firmalar, xalqaro tashkilotlar, uning subyekti hisoblanadi. Jahon xo'jaligining o'zi mehnat taqsimoti mahsuli, lekin bu xo'jalik o'zni tobora chuqurlashtirib ishlab chiqarishdagi baynalmilallikni kuchaytiradi. Bu

esa, ixtisoslashuv asosida xarajatlarni pasaytirish va mahsulotlar, xizmatlar sifatini oshirish imkonini beradi. Jahon xo‘jaligida iqtisodiy aloqalar shakllari o‘zgarib, uning ko‘rinishlari ko‘payib boradi, ishtirokchilar doirasi yangi mamlakatlar hisobidan kengayadi.

Keyingi yillarda bu doiraga Markaziy Osiyoning yosh davlatlari jumladan O‘zbekiston Respublikasi ham kirib keldi. Aloqalarning chuqurlashuvi xalqaro iqtisodiyot integratsiyasini yuzaga chiqardi va integratsiya ularning eng oliy shakliga aylandi. Integratsiyalashuv jarayonida hal etilmagan ko‘pdan-ko‘p muammolar mavjudki, bizning Respublikamiz uchun bu tashqi iqtisodiyot va valyuta siyosatini yanada erkinlashtirishdan iborat.

Jahon xo‘jaligidagi iqtisodiy integratsiya – milliy bozorlar va mamlakatlar milliy xo‘jaliklari o‘rtasidagi uzviy bog‘liqlik, hamjihat rivojlanishni ta‘minlash, turli mamlakatlar doirasida resurslarning erkin harakat qilishi, yagona umumiy bozor tashkil qilish maqsadlarida birlashuvidir. Xalqaro integratsiya uchun uchta shart talab qilinadi. Birinchidan, mashinalashgan ishlab chiqarish chuqur ixtisoslashadi va tashqi aloqalarsiz rivojlana olmay qoladi. Ikkinchidan, turli mamlakatlar iqtisodiy darajasida g‘oyat katta tafovut bo‘lmaydi, uarning darajasi bir-biriga yaqin turadi. Uchinchidan, turli mamlakatlar hududiy umumlikka ega bo‘lib, ularning tarixan rivojlangan aloqalari mavjud bo‘ladi. Mana shu shartlar borligidan 1958-yilda Yevropa iqtisodiy uyushmasi tashkil topib, bunga 15 ta mamlakat birlashgan. Bu uyushmaning asosiy vazifasi ishtirokchi mamlakatlar doirasiga resurslar, tovarlar, xizmatlar harakatini milliy chegaradan xoli ravishda erkin ko‘chib yurishni ta‘minlash, umumiy bozorlarni vujudga keltirish, bozor vositasida tovarlarni davlatlararo aholi talab-ehtiyojini qondirish va yuksak iqtisodiy rivojlanishga erishishdir.

Xalqaro integratsiya uchun uchta shart talab qilinadi.

Birinchidan, mashinalashgan ishlab chiqarish chuqur ixtisoslashadi va tashqi aloqalarsiz rivojlana olmay koladi.

Ikkinchidan, turli mamlakatlar iqtisodiy darajasida g‘oyat katta tafovut bo‘lmaydi, uarning darajasi bir-biriga yaqin turadi.

Uchinchidan, turli mamlakatlar hududiy umumlikka ega bo‘lib, ularning tarixan rivojlangan aloqalari mavjud bo‘ladi. Mana shu shartlar borligidan 1958-yilda Yevropa iqtisodiy uyushmasi tashkil topib, bunga 15 ta mamlakat birlashgan. Bu uyushmaning asosiy

vazifasi ishtirokchi mamlakatlar doirasiga resurslar, tovarlar, xizmatlar harakatini milliy chegaradan xoli ravishda erkin ko‘chib yurishni ta‘minlash, umumiy bozorlarni vujudga keltirish, bozor vositasida tovarlarni davlatlararo aholi talab-ehtiyojini qondirish va yuksak iqtisodiy rivojlanishga erishishdir.

Yangi integratsion ittifoq – Shimoliy Amerika uyushmasi bo‘lib, AQSH, Kanada va Meksikani birlashtirgan. Sharq mamlakatlari o‘rtasidagi iqtisodiyot integratsiya shakllaridan biri – Iqtisodiy hamkorlik hisoblanadi. Bu ittifoq 1964-yili Eron, Turkiya, Pokiston ishtirokida tuzilgan. Texnika – iqtisodiy va madaniy hamkorlik qilish, mazkur integratsiyaning asosiy maqsadi hisoblanadi. Bu iqtisodiy hamkorlik tashkilotiga 1992–1993 yillarda Markaziy Osiyo davlatlari va Ozorbayjon qo‘shilgan. Integratsiya resurslarning eng samarali, binobarin, texnika jihatidan ilg‘or ishlab chiqarish sohalarga to‘planishga yordam berib, bir- birini o‘zaro to‘ldiradigan milliy xo‘jaliklarni yaratiladiki, ularning yaxlitligi yagona ishlab chiqarish kompleksini shakllantiradi.

Natijada xalqaro ishlab chiqarish infratizimini va bozor infratuzilmasi yuzaga keladi, ilmiy texnikaviy ishlab chiqarish, savdo, moliya sohalaridagi hamkorlik muntazam va doimiy tus oladi.

Nazorat uchun savollar

1. Majburiyligi nuqtayi nazaridan shartnomaning qanday shartlari mavjud?
2. Xalqaro savdoda bitim tushunchasiga ta‘rif bering.
3. Forvard va Fyuchers bitimlarini tushuntirib bering.
4. Maxsus erkin iqtisodiy zonalar deb qanday zonalarga aytiladi?
5. Erkin iqtisodiy zonalar qanday guruhlarga bo‘linadi?
6. Xalqaro iqtisodiy integratsiyaning asosiy shakllari qanday?
7. Xalqaro integratsiya uchun asosiy shart-sharoitlar nimalardan iborat?
8. To‘g‘ri va teskari kotirovkani tushunirib bering.
9. Reeksport va reimport tushunchalarini izohlab bering.

11-MAVZU. IMMIGRATSIYA

11.1. Xalqaro savdoga immigratsiyaning ta'siri

Xalqaro iqtisodiy munosabatlarning ancha murakkab jihatlaridan biri ishchi kuchining xalqaro migratsiyasi hisoblanib, u o'z ifodasini mehnat resurslarining ancha qulay sharoitda ish bilan ta'minlash maqsadida bir mamlakatdan boshqasiga ko'chib o'tishida topadi. Xalqaro migratsiya jarayonini iqtisodiy omillar bilan birga siyosiy, etnik, madaniy, oilaviy va boshqa xarakterdagi omillar ham taqozo qiladi. Xalqaro migratsiya ikkita asosiy tarkibiy qismni o'z ichiga oladi: emigratsiya va immigratsiya. Emigratsiya – mamlakatlardan doimiy yashash joyiga chiqib ketishni, immigratsiya – mamlakatga doimiy yashash uchun kirib kelishni bildiradi. Fan-texnika yutuqlari bilan xalqaro ayirboshlash bir qator shakllarda amalga oshiriladi. U ilmiy-texnikaviy axborotlar, mutaxassislar, fan sohasi xodimlari bilan ayirboshlashni, tadqiqot va yangiliklarni litsenziya asosida berishni, ilmiy-tadqiqot ishlari o'tkazishni, umumiy fan-texnika va texnologiyani ishlab chiqarish bo'yicha qo'shma tadbirkorlikni o'z ichiga oladi. Ilmiy texnikaviy hamkorlikning muhim shakllaridan biri injenering hisoblanadi. Xalqaro injenering bir davlat tomonidan boshqasiga sanoat va boshqa obyektlarni loyihalashtirish va qurish jarayoniga kerakli hisob-kitob loyihalarini berish hamda injenerlik-qurilish xizmati ko'rsatishdan iborat bo'ladi. Jahon infratuzilmasi. Tovarlar, ishchi kuchi, moliyaviy vositalarning milliy chegaralar orqali to'xtovsiz o'sib boruvchi harakati butunjahon infratuzilmasining rivojlanishi va takomillashuvini tezlashtiradi. Juda muhim transport tizimi (dengiz, daryo, havo, temir yo'l transporti) bilan bir qatorda jahon iqtisodiyotining rivojlanishida axborot kommunikatsiyalar tarmog'i tobora ko'proq ahamiyat kasb etib boradi. Munosib umumjahon infratuzilmasi bo'lmasa, hozirgi ishlab chiqaruvchi kuchlarning baynalmilallashuvini rivojlantirib bo'lmaydi. Bunday infratuzilmaning ayrim tarkibiy qismlari jahon savdosi vujudga kelayotgan, jahon bozori tashkil topayotgan vaqtda paydo bo'lgan.

Xalqaro savdo bir qator o'ziga xos xususiyatlarga ega: 1. Iqtisodiy resurslarning harakatchanligi mamlakatlar o'rtasida mamlakat ichidagiga qaraganda ancha past bo'ladi. Masalan, ishchilar mamlakat

ichida viloyatdan viloyatga, hududdan hududga erkin o'tishi mumkin. Mamlakatlar o'rtasidagi til va madaniy to'siqlardan tashqari yana immigratsion qonunlar ishchi kuchining mamlakatlar o'rtasidagi migratsiyasiga qattiq cheklashlar qo'yadi. Soliq qonunchiligidagi, davlat tomonidan tartibga solishning boshqa tadbirlaridagi farqlar va boshqa qator muassasaviy to'siqlar real kapitalning milliy chegara orqali migratsiyasini cheklaydi. 2. Har bir mamlakat har xil valyutadan foydalanadi. Bu mamlakatlar o'rtasida xalqaro savdoni amalga oshirishda muayyan qiyinchiliklar tug'diradi. 3. Xalqaro savdo siyosiy aralashuv va nazoratga mahkum bo'lib, bu ichki savdogaga nisbatan qo'llaniladigan tadbirlardan tavsifi va darajasi bo'yicha sezilarli farqlanadi. Xalqaro savdoning tarkibiy tuzilishi ishlab chiqarish asosiy omillarining turli mamlakatlar o'rtasida joylashuvi hamda jahon ishlab chiqarishi tuzilmasiga bog'liq. Agar bundan bir asr muqaddam xalqaro savdoda ustun ravishda xomashyo, materiallar, oziq-ovqat va yengil sanoat mahsulotlari ayirboshlangan bo'lsa, bugungi kunga kelib sanoat tovarlari, ayniqsa mashina va asbob-uskunalarining salmog'i sezilarli darajada o'sdi.

Intensiv davlatlararo iqtisodiy aloqalarning hozirgi darajasi quyidagilarni ko'rsatadi:

-jahon xo'jaligida xalqaro mehnat taqsimoti darajasining chuqurligini; -an'anaviy xalqaro tayyor mahsulotlar savdosi miqyoslarining kengayishi va xarakterining o'zgarganligini (u ko'p jihatdan milliy ishlab chiqarish jarayonlariga to'g'ridan to'g'ri xizmat qila boshlaydi);

-kapital migratsiyasining intensivlashganligini;

-ilmiy-texnik bilimlar almashuvining tezlashganligi va shuningdek xizmatlar sohasining rivojlanganligini;

-ishchi kuchi migratsiyasining sezilarli darajada o'sganligini (xalqaro ishchi kuchi migratsiyasi xalqaro xo'jalikning baynalmilallashuvining muhim qismi bo'lib qolmoqda);

-davlatlar va mintaqalar o'rtasidagi iqtisodiy integratsiyalashuv jarayonlarining tezlashishi va kengayishini. Sanoati rivojlangan davlatlarning savdo, ishlab chiqarish va kredit-moliya sohasida erishilgan yutuqlar darajasi jahon xo'jaligining shakllanishini

ko‘rinishi bo‘lib xizmat qiladi. Uning ishtirokchilari davlat chegaralarining mavjudligiga qaramay umumiy xo‘jalik tizimining tarkibiy qismi sifatida faoliyat ko‘rsatadilar.

11.2. Immigrantlarni qabul qiluvchi mamlakatlar

Ishchi kuchini qabul qiluvchi mamlakatlarning ko‘pchiligida immigratsiyaning huquqiy asoslari ko‘p sonli qonunlar va qonuniy aktlar ko‘rinishida bo‘ladi. Immigratsion qonunchilikning asosiy xususiyatlari quyidagilar:

Kasbiy malaka. Ishchi kuchini qabul qiluvchi mamlakatlarning qonunchiligida mutaxassislik bo‘yicha bilim darajasi va staji borasida qat‘iy talablar mavjud. Ta‘lim borasida minimal o‘rta maktabni tugatganlik yoki kasb-hunar texnikumini tugatganlik diplomi talab etiladi. Mehnat staji borasida kamida 3–5 yil va tavsiyanoma talab etilishi mumkin. Ishchilarning shaxsiga oid cheklovlar.

Ishchi kuchini qabul qiluvchi mamlakatlar immigrantlarning sog‘lig‘iga oid qat‘iy talablar ham qo‘yishadi. Mamlakatga narkomanlar, ruhiy kasal odamlar, SPID virusi bilan kasallanganlar qo‘yilmaydi. Immigrantlar sog‘liqlari to‘g‘risida qabul qiluvchi mamlakat konsulxonasi tomonidan tasdiqlangan ma‘lumotnoma taqdim etishlari yoki maxsus tibbiy ko‘rikdan o‘tishlari lozim. Immigrantlarning yoshi borasidagi cheklovlar ular ishlashi lozim bo‘lgan tarmoqlarning xususiyatidan kelib chiqib o‘rnatiladi. Odatda bu chegara 20–40 yoshgacha tebranib turadi. Eng jiddiy qonuniy talab siyosiy va ijtimoiy yo‘nalishlardagi immigrantlar uchun joriy etiladi. Qonunchilikda ko‘pincha oldin sudlangan, terroristik va fashistik tashkilotlarga a‘zo bo‘lganlar uchun taqiqlashlar joriy etiladi.

Miqdoriy cheklash. Ishchi kuchini qabul qiluvchi ko‘pchilik mamlakatlarda immigrantlarni qabul qilishda miqdoriy cheklashlar joriy etiladi, ya‘ni ularning maksimal soni belgilab qo‘yiladi. Miqdoriy cheklashlar iqtisodiyot miqyosida – mehnat resurlariga nisbatan xorijiy ishchilarning maksimal ulushini belgilash; alohida tarmoqlar miqyosida – ushbu tarmoqda band bo‘lgan ishchilarga nisbatan xorijiy ishchilar ulushini belgilash; alohida korxonalar miqyosida – korxonalar ishchilariga nisbatan xorijiy ishchilar ulushini belgilash yoki yil davomida mamlakatga kirib kelayotganlarning umumiy sonini belgilab

qo'yish orqali amalga oshirilishi mumkin. Misol uchun, Ispaniyada vaqtinchalik ishlarga jalb etiladigan xorijliklar soni 2008–2009 yillarda 15,7 mingdan 901 kishigacha, Rossiyada xorijiy ishchilarni qabul qilish 2009- yilda 4 mln. kishiga, 2010-yilda 1,9 mln. kishiga, 2011-yilda 1,7 mln. kishiga qisqartirilgan . Ishchi kuchini import qilishni davlat tomonidan tartibga solishning miqdoriy cheklash usuli tegishli qonunlar orqali amalga oshiriladi va huquqiy organlar tomonidan nazorat qilinadi.

Iqtisodiy tartibga solish. Bu usul immigrantlarning sonini qisqartirishni ta'minlovchi ma'lum moliyaviy cheklovlarni joriy etadi.

Yuridik shaxslar, ya'ni ba'zi mamlakatlarning firmalari xorijiy ishchilarni ma'lum bir aylanmaga erishganidan keyin yoki davlat byudjetiga ma'lum to'lovlarni amalga oshirgandan keyingina yollashlari mumkin. Bir qator mamlakatlarning qonunchiligi immigratsiyani rasmiylashtirish uchun va mahalliy korxonaga ishga joylashish uchun immigrantlarning ma'lum to'lovlarni amalga oshirishlarini talab etadi. Imtiyozlar korporatsiyaning rahbar xodimlari uchun joriy etiladi. Chunki, ular korporatsiya nomidan bitimlar tuzishi, mahalliy fuqarolar mehnatidan foydalanishlari mumkin.

Vaqtli cheklovlar. Ishchi kuchini qabul qiluvchi mamlakatlarning ko'pchiligi mamlakatga kirib kelgan xorijiy ishchilarning mamlakatda bo'lishlarining maksimal muddatini belgilab qo'yishadi. Muddat tugagandan keyin ular mamlakatni tark etishlari yoki davlatning tegishli mutasaddi organlaridan muddatlarini uzaytirishlari kerak bo'ladi. Mamlakatda talaba yoki stajyor maqomiga ega shaxslar mamlakatda qolishlarini uzaytirishlari uchun ruxsat berilmaydi. Ular, albatta, mamlakatni tark etishlari va ma'lum bir muddatdan so'ng yana shau mamlakatga kelishlari mumkin.

Geografik imtiyozlar. Immigrantlarni qabul qiluvchi har bir mamlakat immigratsiyaning geografik va milliy tarkibini belgilaydi. Bu usul, odatda ma'lum mamlakatdan kirib kelayotganlar sonini miqdoriy kvotalash orqali amalga oshiriladi. Ba'zan, inson huquqlarini buzish hollari yuz berayotir degan ayblardan qochish maqsadida hukumat geografik imtiyozlar doirasida lotereyalar o'tkazadi. Masalan, AQSHda DV-1 dasturi asosida immigrantlik vizasi uchun lotereya o'tkaziladi. Immigratsiyani hisobga olish statistikasi ma'lumotlari asosida AQSHga ko'plab ishchi kuchini eksport qiluvchi mamlakatlar

belgilab olinadi. Keyin maxsus formula yordamida har bir mamlakatga lotereya asosida kvota o'rnatiladi. Oldingi besh yil davomida bu mamlakatdan qanchalik ko'p immigrant kelgan bo'lsa, bu mamlakatga nisbatan shuncha kam o'rin ajratiladi. Misol uchun, 1996-yilda 55 ming immigrant vizasi uchun lotereya o'tkazilgan.

Shundan 20200 viza Afrika mamlakatlariga, 6837 viza Osiyo mamlakatlariga (Xitoy, Tayvan, Hindiston, Fillipin, Vetnam va Janubiy Koreyadan tashqari), Yevropaga 24 549 viza (Buyuk Britaniyadan tashqari), Shimoliy Amerikaga 8 viza, Okeaniyaga 817 viza, Janubiy Amerika, Markaziy Amerika va Karib havzasiga 2589 viza (Meksika, Yamayka, Salvador va Dominikan respublikasidan tashqari) to'g'ri keldi .

Taqiqlar. Xorijiy ishchi kuchini yollash bo'yicha ochiq va yashirin taqiqlar xorijliklar shug'ullanishi mumkin bo'lmagan kasblar to'g'risidagi qonunlarda keltiriladi. Ochiq taqiqlar xorijiy ishchilar ishlashi mumkin bo'lmagan tarmoqlar yoki ixtisosliklar bo'yicha sanab o'tiladi. Yashirin taqiqlar, aksincha, faqat mahalliy aholi ishlashi mumkin bo'lgan tarmoqlar ixtisosliklarni sanab o'tadi va bu yo'nalishda xorijliklarning ishlashiga yo'l qo'yilmaydi. Davlat tomonidan ishchi kuchini qabul qilishni chegaralash va taqiqlash orqali tartibga solish usullarini ko'rib chiqdik. Shu bilan bir qatorda mamlakatdan immigrantlarni chiqarib yuborish borasida reemigratsiyani rag'batlantiruvchi chora-tadbirlar ham qo'llaniladi. Buning asosiy sababi kasaba uyushmalarining hukumatga o'tkazadigan ta'siri hisoblanadi. Natijada G'arb mamlakatlari XX asrning 70- yillaridan boshlab immigrantlarni o'z vatanlariga qaytarib yuborishni rag'batlantiruvchi faol choralarni amalga oshira boshlashdi.

Reemigratsiya borasida davlat tomonidan amalga oshiriladigan an'anaviy choralarga quyidagilar kiradi: Reemigratsiyani rag'batlantiruvchi dasturlar. Bu dasturlarga noqonuniy ravishda kirib kelgan immigrantlarni mamlakatdan majburiy chiqarib yuborishdan tortib vatanlariga qaytishni xohlaydigan immitrantlarga moddiy yordam berish bilan bog'liq choralar kiradi. G'arbiy Yevropa mamlakatlarida (Germaniya, Fransiya, Niderlandiya) immigrantlarning ko'ngilli ravishda ishdan bo'shashlari va o'z vatanlariga qaytishlari vaqtida turli xil to'lovlardan iborat rag'batlantiruvchi dasturlar qabul qilingan. Ba'zi hollarda immigrant mamlakatni tark etish istagini bildirib ariza

bergan zahoti yordam puli to‘lansa, ba’zi hollarda esa u amalda mamlakatni tark etgandan keyin to‘lanadi. Immigrantning bu yordam pulini olishi uning mazkur mamlakatga qaytib kelish huquqidan mahrum etadi. Yordam uchun ajratiladigan to‘lovlar xorijiy ishchilarni yollab ishlatuvchi korxonalar tomonidan pensiya fondi yoki ijtimoiy sug‘urta fondlariga to‘laydigan mablag‘lar hisobidan amalga oshiriladi. Bu usuldagi moliyalashtirish byudjetning xarajatlar qismiga ortiqcha yuk bo‘lib tushmasa-da, amalda byudjetning xarajatlar qismi immigrantlarni davlat tomonidan elektron hisobga olish va yordam puli to‘lashi oqibatida ko‘payib ketadi. Natijada reemigratsiya dasturlarining samaradorligi pastligicha qolmoqda.

Immigrantlarni kasbiy tayyorlash dasturlari. Immigrantlarning o‘z mamlakatlariga qaytishlarini rag‘batlantiruvchi omil sifatida ba’zi mamlakatlar (Fransiya, Germaniya, Shveysariya) ularni kasbiy tayyorlash dasturlarini ishlab chiqishadi. Mantiqan bu dasturlar immigrantlarning ma’lum kasbiy tayyorgarlikdan o‘tganlaridan so‘ng vatanlariga qaytishlariga turtki bo‘lishi kerak. Chunki xorijda malaka oshirib, biron-bir kasbga o‘rgangan immigrantlar o‘z vatanlarida yuqori haq to‘lanadigan ishga joylashishlariga umid qilishlari mumkin. Ammo bunday dasturlarda qatnashishga immigrantlar tomonidan qiziqish kam bo‘lib, ular dastur doirasida olgan kasbiy malakalari o‘z vatanlarida shunga yarasha ish topishlarida yordam berishiga ishonishmaydi. Shuning uchun immigrantlar kam haq to‘lansa-da, rivojlangan mamlakatdagi mavjud ish joylarini saqlab qolishga harakat qilishadi.

Ommaviy emigratsiya qiluvchi mamlakatlarga iqtisodiy yordam berish dasturlari. Rivojlangan mamlakatlar ishchi kuchini eksport qiluvchi mamlakatlar bilan ishchilarning pul o‘tkazmalarini investitsiyalash va davlatga yangi ishchi o‘rinlarini yaratish maqsadida korxonalar qurish orqali rivojlanayotgan mamlakatlarda reemigrantlar uchun ish joylarini yaratishga yordam berish to‘g‘risida kelishuvlar tuzishadi. Bunday korxonalar kooperativlar, qo‘shma korxonalar, aksioner jamiyatlari shaklida bo‘ladi. Bu dasturlar ayniqsa Germaniya va Turkiya o‘rtasidagi ikki tomonlama munosabatlarda yaqqol ko‘zga tashlanadi. Bir qator hollarda nemislar puliga qurilgan yangi turk kompaniyalari nafaqat reemigrantlarni jalb qilish markazlari bo‘lib qoldi, balki Turkiyadan Germaniyaga yo‘nalgan emigrantlarning yangi

oqimini to'xtatib qoldi. Ishchi kuchini qabul qiluvchi mamlakatlar tomonidan amalga oshirilgan faol chora-tadbirlarning aksariyati bu mamlakatlarning o'z oldilariga qo'ygan maqsadlariga erishish imkonini bermadi. Dasturlar natijasida o'z vatanlariga qayta boshlagan immigrantlar oqimi dasturlarni moliyalashtirish tugashi bilan kamaya boshladi. Bu dasturlar samaradorligining muhim sabablaridan biri – ishchi kuchini eksport qiluvchi mamlakatlarning emigratsiya oqimini qisqartirishni xohlamaganliklaridadir.

Emigratsiya siyosati. Emigratsiya siyosatining maqsadi ishsizlikni kamaytirish, ishlayotgan emigrantlarning eksport-import operatsiyalarini balanslashtirish uchun ishlatilayotgan moliyaviy mablag'lari kirib kelishiga ko'maklashishi, emigrantlarga xorijda munosib hayot sharoitlari bilan ta'minlanishi, emigrantlarning o'z vatanlariga qaytib kelishi ularning xorijda egallagan kasblari, to'plagan tajribalasi va malakalari bilan mos kelishi kerak. XXI asr boshlarida xalqaro migratsiya jarayonida eksportyor mamlakatlar faolligining kuchayayotganligini ushbu mamlakatlar tomonidan emigratsiya siyosatining quyidagi shakllarini amaliyotda samarali qo'llayotganlari bilan izohlash mumkin.

Emigratsiya miqyosi va emigrantlarning sifat ko'rsatkichlarini tartibga solish orqali eksportyor mamlakat manfaatlarini himoyalashga qaratilgan siyosat. Aksariyat mamlakatlarning emigratsiya siyosati o'z fuqarolarining erkin harakatlanishini ta'minlashga qaratilgan bo'lsa, boshqalari yuqori malakali mutaxassislar masalasi va demografik holat yomonlashganda chegaralangan emigratsiya siyosatini olib borishadi. Mamlakat iqtisodiyotini resurslar bilan ta'minlash maqsadida ishlayotgan – migrantlarning valyuta mablag'larini jalb etishga yo'naltirilgan siyosat. Ushbu maqsadda milliy banklarda emigrantlar uchun qulay foiz stavkalarida schyotlar ochiladi, ularga o'zlarining moliyaviy vositalarini tovar va ishlab chiqarish vositalarini sotib olish uchun foydalanishga qulay shart-sharoitlar yaratiladi, ba'zi bir davlatlar tomonidan esa ishlayotgan migrantlarning o'z mamlakatlariga olingan ish haqining katta qismini yuborishlari majburiy qilib belgilangan. Xorijda ishlash uchun ishchi kuchini yollash bo'yicha iqtisodiy-ijtimoiy kafolatlar bilan ta'minlay oladigan shartnomalar va ikkiyoqlama kelishuvlardan foydalanish yo'li orqali emigrantlarning haq-huquqlarini himoya qilishga qaratilgan siyosat.

Mehnat migratsiyasi bo'yicha xalqaro kelishuvlar shartlarining bajarilishini, migrantlarning mamlakat ichida yuzaga kelishi mumkin bo'lgan bahsli muammolarini hal qilish va ularning asosiy huquqlariga amal qilinishini nazorat qilish maqsadida muassasalar, fondlar, vakilliklar, maxsus kishilarni tashkil etish yo'li bilan shu masalani hal etish. Ishlayotgan migrantlarning haq-huquqlari va davlat manfaatlarini himoya qilishga qaratilgan siyosat. Ushbu masalani hal etishning birgina yo'li xorijda ishlash uchun fuqarolarni yollash faoliyatini davlat tomonidan majburiy litsenziyalashdir. Litsenziyalashning maqsadi—kerakli ma'lumot, ishlash tajribasi, ishonchli xalqaro aloqalariga ega va faoliyatining natijalariga moddiy va huquqiy javobgarlikni o'z biladigan tashkilotlarga xorijda ishlashni tashkil etish vositachiligini amalga oshirish huquqini berish. Eksportyor va importyor mamlakatlarning manfaatlarini o'zaro himoyalashga qaratilgan chora-tadbirlarni o'tkazish. Gap, xususan, migratsiya, norasmiy harakatlanishlar masshtabini ushlab turish, migrantlarning o'z vatanlariga qaytishini rag'batlantirish siyosatini o'tkazish to'g'risida boradi. Yuqorida keltirilgan ma'lumotlar shuni ko'rsatadiki, xalqaro ishchi kuchi migratsiyasi jahon iqtisodiyotida mehnat resurslarini qaytadan taqsimlaydi. Xalqaro ishchi kuchi migratsiyasi assimetriya bilan ajralib turadi, mamlakatlarning iqtisodiy manfaatlarini to'qnashtiradi va xalqaro migratsiyani tartibga solishni dolzarb mavzuga aylantiradi. Faqatgina shu yo'l bilan xalqaro ishchi kuchi migratsiyasining salbiy oqibatlarini kamaytirish va ushbu obyektiv jarayonni global taraqqiyot manbasiga aylantirish mumkin.

11.3. Migratsiya siyosati, ikki tomonlama tariflar, savdo siyosati

Xalqaro kapital migratsiyasi jahon xo'jaligini rivojlantirishda muhim ahamiyatga ega, chunki u mamlakatlarning tashqi iqtisodiy va siyosiy aloqalarining mustahkamlanishiga olib keladi, ularning tashqi savdo aylanmalarini oshiradi, iqtisodiy rivojlanishni jadallash-tiradi, ishlab chiqarish hajmlarini ko'paytiradi, ishlab chiqarilayotgan tovarlarning jahon bozoridagi raqobatbardoshligini, importyor mamlakatlar texnik salohiyatini o'stiradi va mamlakatdagi bandlikni oshiradi. Kapital migratsiyasining asosiy sabablari quyidagilardan iborat:

- kapitalning foiz stavkasi bilan belgilanadigan turli chegaraviy unumdorligi;
- firmalarning o‘z faoliyatini xalqaro diversifikatsiyalashtirishga intilishlari;
- tovarlarni import qilishga xalal beradigan va xorijiy ta’minotchilarni bozorga kirish uchun kapital olib kirishga undaydigan boj to‘siqlarining mavjudligi;
- barqaror siyosiy vaziyat va qulay investitsiyaviy muhit. Kapital migratsiyasi jarayonlariga quyidagi omillar ta’sir qiladi:
 - ishlab chiqarishning rivojlanishi va iqtisodiy o‘sish sur’atlarining saqlab turilishi;
 - jahon iqtisodiyoti va alohida mamlakatlar iqtisodiyotida amalga oshirilayotgan chuqur tarkibiy o‘zgarishlar;
 - ishlab chiqarishning xalqaro ixtisoslashuvi va kooperatsiyasining chuqurlashuvi;
 - jahon iqtisodiyotining transmilliylashishi;
 - ishlab chiqarishning baynalmilallashuvi va integratsiyaviy jarayonlarning rivojlanishi;
 - bozorlarning o‘ta to‘yinishi ishlab chiqarishni kengaytirish imkoniyatlarini cheklaydi;
 - rivojlangan mamlakatlardagi sotuvchilar o‘rtasidagi keskin raqobat;
 - milliy bozorning yirik moliya-sanoat guruhlarini tomonidan monopollashtirilishi;
 - harakatdagi texnologiyalarni takomillashtirish imkoniyatlarining cheklanganligi;
 - sanoati rivojlangan mamlakatlarning iqtisodiy o‘sish sur’atlarini, bandlik darajasini, ilg‘or sanoat tarmoqlarining rivojlanishini saqlab turish uchun salmoqli hajmda kapitallarni jalb qilishga yo‘naltirilgan iqtisodiy siyosati;
 - xalqaro tashkilotlar tomonidan xalqaro investitsiyaviy bo‘shliqni erkinlashtirish siyosatining yuritilishi, investitsiyaviy sheriklikning universal me’yorlarini ishlab chiqish;
 - mamlakatlar o‘rtasida daromadlar va kapitalning ikki yoklama soliqqa tortilishiga yo‘l ko‘ymaslik haqidagi xalqaro kelishuvlar, ular savdo-sotiqning rivojlanishi va investitsiyalarning jalb qilinishiga ko‘maklashadi.

Xorijiy investitsiyalar butunjahon iqtisodiyotiga va xalqaro biznesga quyidagi tarzda jiddiy taʼsir koʻrsatadi:

- kapital ekspansiyasi milliy xoʻjalik hayotini baynalmilallashtirish missiyasini bajaradi;

- kapital ekspansiyasi yangi texnologiyalar va “nou-xau”larni butun dunyoga tarqatib, jahon bozorlarining diversifikatsiyasini yanada chuqurlashtiradi, tegishlicha. jahon ishlab chiqarishi xalqaro bozorining umumiy samaradorlik darajasini, uning raqobatbardoshligini oshiradi;

- kapital ekspansiyasi va uning jahon iqtisodiyotining daromadli oʻsish nuqtalariga koʻchib oʻtishi uzoq istiqbolda ishlab chiqarish shart- sharoitlarini tenglashgirish, milliy narxlarning jahon narxlariga yaqinlashishi, ish haqi va foiz stavkalarida milliy farqlarning yoʻqolishi tendendiyasini yuzaga keltiradi;

- oʻzi uchun bevosita yoki uchinchi mamlakatlar bozorlariga chiqish uchun tramplin sifatida barqaror bozorni taʼminlash;

- xalqaro korporatsiyalarning turli mamlakatlarda oʻz “ichki bozor”larining u yoki bu tarmoqlarini yaratishi natijasida ishlab chiqarish va kapitalning baynalmilallashuvi jarayoni bilan toʻydiriladi;

- oʻz manfaatlarini mintaqaviy va yuqoriroq xalqaro darajadagi davlatlararo munosabatlarga kiritish;

- sherik mamlakatlarning ichki ishlari va davlatlararo munosabatlariga aralashmaslik, tenglik, oʻzaro manfaatlarini hisobga olish, investitsiyalarni qabul qiluvchi mamlakatlar milliy anʼanalari va madaniy qadriyatlarini, mehnatkashlar huquqlarini hurmat qilish boʻyicha umumeʼtirof etilgan tamoyillarga rioya qilgan holda xalqaro hamkorlikning muhim omili sifatida xalqaro investitsiyalarni eʼtirof etish.

Xalqaro kapital migratsiyasining turli shakllari mavjud boʻlib, amaliyotda ular qator mezonlar boʻyicha tasniflanadi. Xalqaro amaliyotda davlat kapitali koʻproq ssuda shaklida, xususiy va uzoq muddatli kapital esa - tadbirkorlik shaklida namoyon boʻladi. Kelib chiqish manbalariga koʻra xalqaro kapital davlat mablagʻlari yoki xususiy kapital koʻrinishida boʻladi. Davlat kapitali banklar ichida rasmiy kapital deb ham ataladi. U davlat byudjetidan xorijga chiqariladigan yoki u yerdan yo bevosita hukumatlar qarori bilan, yoki

hukumatlararo tashkilotlar qarori bilan qabul qilinadigan mablag'lardir.

Shakllariga ko'ra — bu davlat qarzlari, ssudalar, grantlar (sovg'alar), yordam ko'rinishida bo'lib, ularning xalqaro harakati hukumatlararo kelishuvlar bilan belgilanadi. Xalqaro tashkilotlarning kreditlari va boshqa mablag'lari ham shular qatoriga kiradi.

Biroq har qanday hollarda ham bu soliq to'lovchilarning oluvchiga turli yo'llar bilan yetib boradigan pullari hisoblanadi.

Nazorat uchun savollar.

1. Xalqaro savdoning o'ziga xos xususiyatlari nimalardan iborat?
2. Emigratsiya va immigratsiya tushunchalariga ta'rif bering.
3. Immigratsion qonunchilikdagi asosiy talablarni sanab bering?
4. Emigratsiya siyosatidan ko'zlangan asosiy maqsadlar nimalardan iborat?
5. Xalqaro kapital migratsiyasining jahon xo'jaligida tutgan o'rni borasida o'z fikrlaringizni bildiring.
6. Xorijiy investitsiyalar butunjahon iqtisodiyotiga va xalqaro biznesga jiddiy ta'sirini izohlab bering.
7. Kelib chiqish manbalariga ko'ra xalqaro kapital qanday ko'rinishlarda bo'ladi?

12-MAVZU. BREKSIT

12.1. Breksit to‘g‘risidagi bitim loyihasi

«**Breksit**» — Buyuk Britaniyaning Yevropa Ittifoqidan (YI) chiqib ketish jarayoni. Breksit (ingl. Brexit: (Britaniya) + exit (chiqish)). 2020-yil 31-yanvar kuni London vaqti bilan 23:00 da Buyuk Britaniya Yevropa Ittifoqini tark etdi. 2016-yil iyun oyida Buyuk Britaniya hukumati o‘tkazgan referendumdan so‘ng 51,9 foiz ovoz bilan ijobiy hal bo‘lgan. Tuzilgan paytida elita davlatlardan iborat bo‘lgan Yevroittifoq shartlari bugungi Britaniya uchun mos kelmay qoldi. Qo‘shma qirollik azaldan tashqi siyosatda «Buyuk Britaniyaning do‘sti ham, dushmani ham yo‘q» degan g‘oyaga suyangan, mamlakat o‘z iqtisodiyoti va siyosatiga kuchli ta’sirga ega YIning chiqish eshiklari nima uchun qurilganligi haqida o‘ylamoqda.

O‘zini doimo Yevropaning «o‘gayi»dek sezadigan inglizlar Yevroittifoqsiz ham kunlari o‘tishiga ishonishmoqda. Azal-azaldan Yevropa bir tomon-u, Britaniya bir tomon bo‘lgan. Azaliy gina-kudratlar, «cho‘ntakka zarar hamkorlar»dan charchagan orolliklar o‘zlarini alohida qit’a hisoblamoqdalar.

Garchi Buyuk Britaniya hukumati qirollik 2017-yil mart oyida Yevropa Ittifoqidan chiqishini rasman e’lon qilgan bo‘lsa-da, jarayon cho‘zilib-cho‘zilib, nihoyat 2020-yil 31-yanvar kuni yakuniy nuqta qo‘yiladi. Albatta, kim ham iqtisodiyoti baquvvat ana shunday davlatdan ayrilgisi keladi. Yevroittifoq va Yevroparlament Britaniyani «saqlab qolish uchun» jon-jahdi bilan harakat qildi. Buyuk Britaniyada shu «Breksit» mashmashasini deb siyosat maydonidan quvilganlar-u, Shu maydonga kelganlar bor. Buyuk Britaniya Yevroittifoqni tark etishga deyarli 4 yil ruhan tayyorlandi. Bu «psixologik immunitet» alaloqibat Yevroittifoqdan ajralib chiqqandan so‘ng sodir bo‘lishi ehtimolda tutilgan iqtisodiy tushkunlikka bo‘lgan immunitet bo‘lishi mumkin. Aholi orasida yevroskeptitsizm g‘oyalari avj nuqtasiga kirdi.

Yevroskeptitsizm (YI-skeptitsizm ham deyiladi) — Yevropa Ittifoqi va Yevropaga integratsiyalashuvni tanqid qilishdir.

Yevroskeptiklar Yevropa Ittifoqi tizimi va siyosatiga qarshi chiqishadi va YI a'zoligiga ochiqdan-ochiq norozilik bildiradilar.

«Breksit»ni yevroskeptiklar faollik bilan qo'llab-quvvatlashmoqda. Ammo Britaniyada ittifoqparastlar (YI nazarda tutilyapti) ham ozchilik emas.

Buyuk Britaniya Yevropa iqtisodiy hamjamiyatiga (European Economic Community) 1973-yilda a'zo bo'lgan. Ajablanarlisi, siyosiy saviyasi yuqori aholi roziligi oradan ikki yil o'tib, 1975-yilgi referendumda olingan. Britaniyaning YIdan chiqib ketishga urinishi XX asrning yettinchi o'n yillicining o'zidayoq avj olgan edi. 1970—1980-yillarda Yevropa Ittifoqidan chiqish asosan siyosiy qo'llar tomonidan qo'llab-quvvatlandi. Leyboristlar partiyasining 1983-yilgi saylovlar manifestida hozirgi atamaga aylanib qolgan «Breksit» masalasi ko'tarilgan, biroq referendumga qo'yilmagan. Buyuk Britaniyaning «UK Independence Party» (Buyuk Britaniya Mustaqillik partiyasi) va «People's Pledge» (Buyuk Britaniyaning Yevropa Ittifoqiga a'zo bo'lishi to'g'risida referendum o'tkazuvchi siyosiy kampaniya) bosh vazir Devid Kameronni Yevropa Ittifoqida qolish bo'yicha referendum o'tkazishga majburlashgandi. Oqibatda Kameron iste'foga chiqib ketib, o'rniga Tereza Mey kelgandi. Xullas, «Breksit» Britaniya boshqaruvida ziddiyatlarni yuzaga keltirdi. So'nggi yillarda britan siyosatchilari ushlab olgan mavzu aynan «Breksit» bo'lib qoldi.

2017-yilning 29-martida Buyuk Britaniya hukumati parlamentning ruxsati bilan, Yevropa Ittifoqi to'g'risidagi shartnomaning 50-moddasini qo'llagan holda, YIni tark etish jarayonini rasman boshladi. 2017-yil iyun oyida bo'lib o'tgan umumiy saylovlarda Birlik demokratik partiyasi (Democratic Unionist Party) tomonidan qo'llab-quvvatlanadigan Konservativ ozchilik hukumati paydo bo'ldi. YIdan chiqib ketishi bo'yicha muzokaralar o'sha oy boshida boshlandi. Buyuk Britaniya YI bojxona ittifoqi va yagona yevrobozorni tark etish to'g'risida muzokaralar olib bordi. Buning natijasida 2018-yil noyabr oyida chiqish bitimi paydo bo'ldi, ammo Buyuk Britaniya parlamenti uning ratifikatsiyasiga qarshi uch marta ovoz berdi. Xullas, britanlar nima qilishni bilishmasdi. «Oshpaz ko'p bo'lsa, osh shavla bo'ladi»

deganlaridek, hech bir hukumat rahbari «Breksit oshi»ni pishita olmay joni halak edi.

YI tark etilgach, bojxona tariflari oshib, chegaradagi tovar ayirboshlashda yuzaga keladigan qiyinchiliklar mamlakat iqtisodiyotiga qattiq ta'sir o'tkazishi tayin. Shu boisdan leyboristlar partiyasi bojxona ittifoqini saqlab qolish uchun har qanday kelishuvni imzolash tarafdori ekanligini ochiqcha e'lon qila boshladi.

Liberal-demokratlar Yevroittifoqni saqlab qolish uchun jon-jahdi bilan harakat qilishdi. Shotlandiya milliy partiyasi va boshqalar ikkinchi referendum orqali «Breksit»ni bekor qilishga harakat qilishdi. Hammaning o'z fikri bor. Har bir «arava» mamlakatni har tarafga tortmoqda.

12.2. Bitimning asosiy shartlari

2019-yil mart oyida Buyuk Britaniya parlamenti bosh vazir Tereza Mey hukumatidan «Breksit»ni aprelgacha, keyinroq oktyabrgacha kechiktirishni so'radi. Ammo murosaga kelinmadi va Mey 2019-yil iyul oyida iste'foga chiqdi. O'rniga Boris Jonson tayinlandi. Boris Jonson hukumat tepasiga aynan «Breksit xaloskori» sifatida keldi. Yangi bosh vazir YIni tark etishga va'da bergani uchun ham qo'llab-quvvatlandi. 2019-yil 17-oktyabrda Buyuk Britaniya hukumati va Yevropa Ittifoqi Shimoliy Irlandiya uchun yangi kelishuvlar bilan qayta ko'rib chiqish to'g'risida kelishuvga kelishdilar.

Boris Jonson 2019-yil 12-dekabrda bo'lib o'tadigan saylovlarda yutsa, albatta, Yevroittifoqni tark etishga va'da bergandi. Baxtiga saylovlarda aynan konservativlar hukumatda ko'proq o'rin egalladi. Shundan so'ng Jonson Buyuk Britaniya 2020-yil boshida Yevropa Ittifoqini tark etishini rasman e'lon qildi. Shuncha «qurbonlar»ni ko'rgan «Breksit» o'z intiho pallasiga kirdi. Nihoyat, Britaniya «o'gay otasi»dan ajralib chiqishga yaqin.

Kim ko'proq yutqazadi?

Bugungi kunga kelib Britaniyada Yevroittifoqning 3 million fuqarosi vizasiz ishlab kelmoqda. YIda esa Buyuk Britaniyadan

kelgan 1,3 million odam xuddi shunday sharoitda ishlamoqda. «Breksit» birinchi navbatda immigiratsiyaga yomon ta'sir qilishi kutilmoqda.

Buyuk Britaniya «ajrashish to'g'risidagi ariza» uchun 33 milliard funtsterling miqdoridagi tovon to'lashi kerak. Bu iqtisodiyotning chuqur inqiroziga sabab bo'lishi mumkin. Chiqib ketish to'g'risidagi ariza, tovon puli to'langach, Yevropa Ittifoqining maxsus sammitida ma'qullanadi. Shundan so'ng, Yevropa Ittifoqi va Qo'shma Qirollik savdo bitimlari bo'yicha muzokaralar olib borishga haqli.

«Breksit»ning Britaniya uchun oqibatlari Buyuk Britaniya allaqachon «Breksit»dan aziyat chekishga ulgurdi. Iqtisodiyoti o'sishi sekinlashdi va ko'plab Yevroittifoq kompaniyalari bosh ofislarini Britaniyadan ko'chirib ketdi. Megabiznes markazlari hisoblangan London, Shimoliy Irlandiya va Shotlandiya iqtisodiy tushkunlik holatiga ro'baro' bo'lishi, aholi jon boshiga daromadning kamayishi kutilmoqda.

«Breksit» kompaniyasining eng katta noqulayligi uning britan iqtisodiy o'sishiga zarar yetkazishi hisoblanadi. «Breksit effekti» Britaniya iqtisodiyoti o'sishini 2015-yildagi 2,4 foizdan 2018-yilda 1,5 foizga pasaytirdi. Deyarli 1 foizlik pastlash, aslini olganda, kutilayotganidan ko'ra yaxshi natija. Xomcho'tlarga ko'ra, «Breksit» Qo'shma Qirollik iqtisodiyoti o'sishini 15 yil davomida 6,7 foizga pasaytirgan.

Kelgusida Yevropa tovarlarining Britaniya hududiga boj bilan kirishi ijobiy sanalsa-da, eksport hajmining qisqarishi ichki biznesga zarar keltirishi mumkin. «Breksit» Britaniyaning Yevropa Ittifoqiga a'zo mamlakatlar bilan tarifsiz savdo holatini yo'q qiladi. Tariflar eksport narxini ko'taradi. Bundan avvalo tovarlari Yevropa Ittifoqi hududiga kirish narxi qimmatlashgan eksportchilar zarar ko'radi. Funtning yevroga nisbatan o'sish ko'rilajak zararni qoplay olmasligi ehtimoli katta.

Tariflar, shuningdek, import narxlarining oshishiga ham olib keladi. Mamlakat importining deyarli uchdan bir qismi Yevropa Ittifoqidan keladi. Shuningdek, britan kompaniyalari har qanday Yevropa Ittifoqi davlatlarida umumiy shartnomalar bo'yicha qatnashish imkoniyatini yo'qotishi mumkin. London uchun eng

katta yo‘qotish Yevrobank xizmatlari bo‘lishi kutilmoqda. Valyuta bozorida inqiroz kutilmoqda. Buyuk Britaniyada Yevropa davlatlariga chiptalar, internet va hatto telefon xizmatlari narxi ko‘tarilishi mumkin

«Breksit» Britaniyaning yosh ishchilar sinfiga zarar keltiradi. Germaniyada 2030-yilga borib malakali ishchilar tanqisligi 3 million nafarga etishi kutilmoqda. «Breksit»dan keyin britan ishchilariga Germaniyaga borib ishlash uchun viza kerak bo‘ladi. Shimoliy Irlandiyaning Buyuk Britaniya tarkibida Yevroittifoqni tark etishini hisobga olsak, Irlandiya Respublikasi bilan munosabatlarni tartibga solish ham dolzarb masala bo‘lib qoladi. Bu jarayon Irlandiya uchun ham iqtisodiy qiyinchiliklarni keltirib chiqaradi.

YI uchun oqibatlar Yevroittifoq Britaniyani ittifoqda saqlab qolishga astoydil urindi. Buyuk Britaniyaning Yevrozonani tark etishi ittifoq taqdiriga salbiy ta’sir qilishi mumkin. Agar britanlar ortidan Fransiya yoki Germaniya kabi iqtisodiyoti kuchli mamlakatlardan biri YIni tark etsa, ittifoq tarqab ketishi mumkin. Bu taxminlar aslini olganda juda ham asosli emas. Masalan, britan aholisining deyarli yarmi hali ham ittifoqni qo‘llaydi. Bundan tashqari, boshqa mamlakatlarda hali ham Yevroittifoqdan manfaat kuchli. «Breksit» Buyuk Britaniyani moliyaviy dunyoning asosiy pog‘onasidan chiqarib tashlashi mumkin.

Albatta, «Breksit», xuddi Buyuk Britaniyaga bo‘lgani kabi, Yevropa Ittifoqi iqtisodiyotiga ham katta ta’sir o‘tkazadi. Biroq oqibatlari unchalik katta bo‘lmasa kerak. Yevroittifoqsiz ham Buyuk Britaniya va YI bir-birining eng yirik savdo sherigi bo‘lib qolaveradi. «Britaniyadan ajralish»dan aynan kimlar ko‘proq zarar ko‘radi? Ekspertlarga ko‘ra, iqtisodiy zarba kuchini Belgiya, Kipr, Irlandiya, Germaniya va Niderlandiya boshqalardan ko‘proq his etadi.

12.3. Buyuk Britaniyada tovar va xizmatlar savdosining o‘zgarishi

Buyuk Britaniya Yevropa Ittifoqiga a’zo bo‘lganiga deyarli yarim asr bo‘ldi. Bu davrda nimalar yutildi-yu, nimalar yutqazildi;

kimlar shu «Breksit» muammosi oqibatida siyosat maydoniga keldiyu, kimlar bu maydondan quvildi. «Breksit» yakun pallaga kirishiga ham sanoqli kunlar qoldi. 31 yanvarda Buyuk Britaniya Yevropa Ittifoqini rasman tark etadi. Shundan so‘ng kim nimaga ega bo‘lishi oydinlashadi. Har qanday ittifoq va tashkilot tashkilotchining manfaatlarini aks ettiradi. tashkilotchining manfaatlariga to‘g‘ri kelmagan ittifoq va bitimlar nihoya topadi. Buyuk Britaniya Yevroittifoqdan chiqishni mamlakat va uning fuqarolari uchun ijobiy bo‘lishiga ishonmoqda.

Buyuk Britaniya iqtisodiyoti Yevroittifoqqa a‘zolik yuzasidan o‘tkazilgan referendum (Brexit) yakunlari tufayli kelib chiqqan sarosimalikdan o‘zini o‘nglab olmoqda. Jumladan, bir qator ko‘rsatkichlar sanoat, savdo va qurilishda faollik ortib borayotganini ko‘rsatmoqda. Sanoat sektorida o‘tkazilgan so‘rov eksport oxirgi ikki yil ichidagi eng yuqori darajaga ko‘tarilganini ko‘rsatmoqda. Quruvchilar esa xaridorlar yana uy-joyga qiziqish bildirayotganini xabar qilmoqda. Oxirgi uch oy mobaynida supermarketlarda xarid ko‘rsatkichlari 0,3 foizga oshdi.

Referendum natijalari funtsterling kursining tushishiga va bozordagi noaniqlikka sabab bo‘lgani bois mamlakat iqtisodiyotida tushish kuzatilgan edi. Ammo nashr ekspertlarining ma‘lum qilishicha, ayni paytda vaziyat barqarorlashmoqda.

Ittifoq ma‘murlari Britaniyaning qo‘ldan chiqarishni istamasligi tagida katta moliyaviy manfaat yotadi. Chunki **u eng yirik donorlardan bo‘lib, 2018-yilda Ittifoq byudjetiga 13 milliard funtsterling o‘tkazib bergan edi. Bu YI byudjetining oltidan bir qismi demakdir. Ayni vaqtda dotatsiya va grantlar sifatida 4 milliard funt yordam olgan.** Qolaversa, bu yerda 3 million nafar yevropaliklar o‘z ish o‘rinlariga ega. Yuz minglab Latviya, Litva, Estoniya, Polshaning fuqarolari bu yerda mehnat migrantlari sifatida umrguzaronlik qilmoqda va o‘z yurtiga katta hajmda pul o‘tkazmalarini amalga oshirishyapti.

Chiqish jarayoni boshlangach, YI fuqarolarining Britaniyada erkin harakat qilish huquqi bekor qilinadi.

Britaniyada yetakchi bir siyosiy partiya o‘zining tor manfaatlarini ko‘zlab, umumning foydasini ko‘zlamasligi shunday

tashvishli kunlarga olib keldi. Yevropa Ittifoqining kuchli iqtisodiy birlashma va siyosiy tuzilma sifatida kuchayib ketishini istamaydigan, ular o'rtasida ziddiyat urug'ini sepadigan AQSH kabi tashqi kuchlarning Britaniya boshqaruvchi elitesiga haddan tashqari ta'siri ham hal qiluvchi o'rin tutayotgani sir emas.

Bu salbiy urinishlar YIGa hali to'liq integratsiya bo'lmagan davlatlar ham, undagi yangi va eski a'zolar xalqlarini va hukumatlarini ham ikkilantirib, tuzilma haqida jiddiyroq o'ylab ko'rishga undamoqda.

Nazorat uchun savollar.

1. «Breksit» tushunchasiga ta'rif bering.
2. Buyuk Britaniya Yevropa Ittifoqini qachon tark etdi.
3. «Breksit»ning Britaniya uchun oqibatlari qanday bo'ldi?
4. Buyuk Britaniyaning Yevrozonani tark etishi ittifoq taqdiriga qanday ta'sir ko'rsatganligi borasida fikrlaringizni bildiring.
5. Ittifoq ma'murlari Britaniyaning qo'ldan chiqarishni istamasligining sabablari qanday?
6. Chiqish jarayoni Yevropa Ittifoqi fuqarolarining Britaniyadagi huquqlariga qanday ta'sir ko'rsatgan?
7. «Breksit» immigratsiyaga yomon ta'sir qilishini izohlab bering.

13- MAVZU. SAVDO VA DAROMADLAR TAQSIMOTI

1. Mamlakatlarning turli xil ishlab chiqarish sharoitlari

Jahon iqtisodiyotining tizim sifatidagi faoliyati tovarlar, xizmatlar va ishlab chiqarish omillarining harakati bilan bog‘liq. Ushbu bog‘liqlik asosida xalqaro iqtisodiy munosabatlar yuzaga keladi. Xalqaro iqtisodiy munosabatlar — bu rezidentlar va norezidentlar o‘rtasidagi xo‘jalik munosabatlaridir. Xalqaro iqtisodiy munosabatlarni shakllari bo‘yicha guruhlash mumkin. An‘anaviy tarzda xalqaro tovarlar, xizmatlar va intellektual mulk savdosi alohida shakl sifatida ajratiladi. Ishlab chiqarish omillarining harakati xalqaro iqtisodiy munosabatlarning xalqaro kapital harakati, xalqaro ishchi kuchi migratsiyasi, texnologiyalarni xalqaro uzatish kabi shakllari asosida yotadi. Kapital, mehnat va texnologiyadan tashqari boshqa iqtisodiy resurslardan biri hisoblangan tabiiy resurslar harakatchan emasligi bois, jahon xo‘jalik aloqalarida qazib chiqarilgan va ular asosida tayyorlangan mahsulotlarning xalqaro savdosi orqali qatnashadi. Tadbirkorlik qobiliyati omili esa, odatda kapital, ishchi kuchi va texnologiyalar bilan birgalikda harakatlanadi, shu sababdan xalqaro iqtisodiy munosabatlarning alohida shakli sifatida qatnashmaydi. Xalqaro iqtisodiy munosabatlarning keyingi shakli xalqaro valyuta-kredit va moliya munosabatlari xalqaro savdo hamda ishlab chiqarish omillarining xalqaro harakati hosilasi hisoblansa-da, jahon xo‘jaligida alohida ahamiyatga ega mustaqil iqtisodiy munosabatlar sifatida tan olingan.

Ishlab chiqarishning to‘liq hajmi, resurslarni samarali taqsimlashni, ya’ni ulardan mahsulotning umumiy hajmiga eng ko‘p hissa qo‘shadigan qilib foydalanishni va mavjud texnologiyalarning eng yaxshisini qo‘llashni ham bildiradi.

Ishlab chiqarishning nisbiy xarajatlari nazariyasi asosida mamlakatlar o‘rtasida ishlab chiqarish sharoitlarida farq mavjudligi haqidagi g‘oya yotadi. Bunga ko‘ra har qanday mamlakatda har xil tabiiy va iqlimiy sharoitlarda barcha turdagi tovarlarni ishlab chiqarishni tashkil etish mumkin deb hisoblanadi. Masalan, Shotlandiyada uzum yetishtirish mumkin. Lekin uning narxi juda baland, undan olinadigan vino esa sifati pastligi uchun kam iste’mol

qilingan bo'lardi. U yoki bu tovar ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lgan xarajatlarni qiyosiy taqqoslash, talab bo'lgan barcha tovarlarni ishlab chiqarishdan ko'ra eng kam xarajat talab qiladigan ma'lum bir tovar ishlab chiqarish foydaliroq degan xulosaga olib keladi. Ushbu tovarga ixtisoslashish Tashqi bozorda ayirboshlash yo'li bilan boshqa barcha tovarlarni olish imkonini beradi. Nisbiy xarajatlar nazariyasi biron-bir tovar ishlab chiqarishda bir mamlakatning boshqa mamlakatdan absolyut ustunligi mavjudligidagina emas, balki bunday ustunlik mavjud bo'lmagan holatda ham ixtisoslashuv foydali ekanligini isbotlaydi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida ishlab chiqarish imkoniyatlarining ma'lum chegarasi bo'ladi. Chunki, resurslar kamyob bo'lganligi sababli iqtisodiyot to'la bandlik va ishlab chiqarishning to'liq hajmida ham tovar va xizmatlarni cheklanmagan miqdorda ishlab chiqarishni ta'minlay olmaydi.

Ishlab chiqarish imkoniyatlari chegarasi to'g'risida yaxshiroq tasavvurga ega bo'lish uchun:

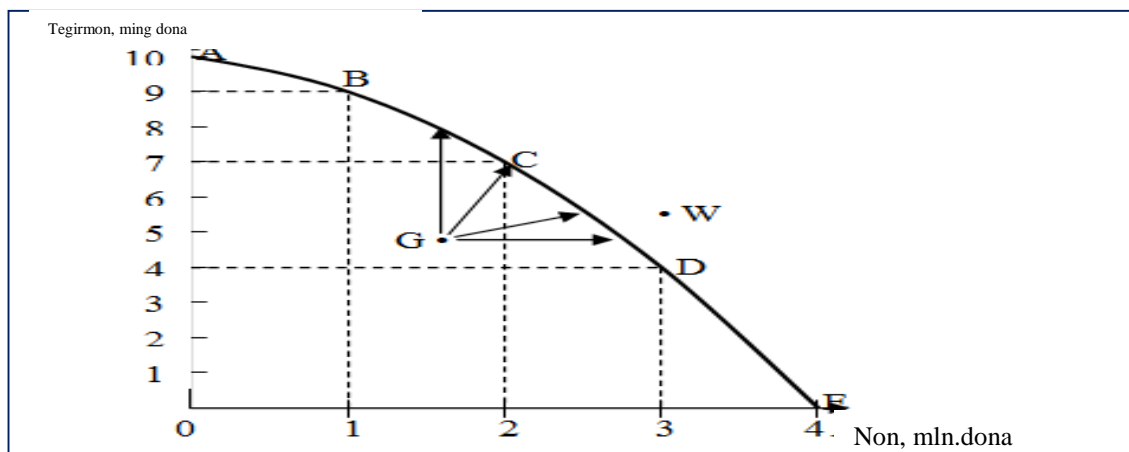
birinchidan, iqtisodiyot faqat ikki xil mahsulot – non va tegirmon ishlab chiqaradi (bunda non iste'mol tovarlarini, tegirmon ishlab chiqarish vositalarini bildiradi);

ikkinchidan, iqtisodiy resurslar miqdor va sifat jihatdan o'zgarmaydi;

uchinchidan, mehnat unumdorligi va texnologiya doimiy bo'lib qoladi, deb faraz qilamiz.

Mavjud resurslar cheklanganligi sababli iqtisodiyotning tegirmon va non ishlab chiqarish hajmini birdaniga ko'paytirib borish imkoniyati cheklangan. Resurlarning cheklanganligi mahsulot ishlab chiqarishning cheklanganligini bildiradi. Bunday sharoitda tegirmon ishlab chiqarishni har qanday ko'paytirishga resurslarning bir qismini – non ishlab chiqarishni kamaytirish orqali erishadi. Aksincha, agar non ishlab chiqarishni ko'paytirish afzal ko'rinsa, buning uchun zarur resurslar faqat tegirmon ishlab chiqarishni qisqartirish hisobiga olinishi mumkin.

Ishlab chiqarish imkoniyati haqidagi tushunchani chuqurlashtirish uchun ma'lumotlarni chizmada tasvirlaymiz (1-chizma).



1- chizma. Ishlab chiqarish imkoniyati egri chizig‘i

Ishlab chiqarish imkoniyati egri chizig‘idagi har bir nuqta ikki xil mahsulot ishlab chiqarishning qandaydir eng ko‘p hajmini ko‘rsatadi. Jamiyat uchun mahsulotlarning erishib bo‘ladigan har xil uyg‘unlashuvlaridan tanlab olish imkoniyati egri chiziq ichida joylashadi.

Non va tegirmon ishlab chiqarishning har xil uyg‘unlashuvini amalga oshirish uchun jamiyat ulardagi mavjud resurslarning to‘la bandligi va ishlab chiqarishning to‘liq hajmini ta‘minlashi zarur. Non va tegirmonning barcha uyg‘unlashuvi ularning eng ko‘p miqdorini ko‘rsatib, bu barcha mavjud resurslardan esa samarali foydalanish natijasida olinishi mumkin.

Har qanday davlat xoh kichik xoh katta bo‘lsin, iqtisodiy integratsiyasiz rivojlanishi tez bormaydi. Buni ko‘pgina davlatlar o‘z tajribalarida isbotlashdi. Iqtisodiy integratsiyani rivojlantirishga qaratilgan O‘zbekiston Respublikasi siyosati ham iqtisodiyoti yuksak darajada rivojlanishiga erishishga qaratilgan. Iqtisodiy integratsiya iqtisodiyotga bevosita quyidagi natijalarga erish imkoniyatini beradi: tovarlar, kapitalar, xizmatlar erkin harakat qiladi; raqobat kuchayadi; ishlab chiqarish kuchlari rivojlanadi; ishlab chiqarish samaradorligi ortadi; sifatli va arzon tovarlar ishlab chiqariladi; iste‘molchilarning talabi ortib boradi; taklif qilinadigan tovarlar nomenklaturasi ko‘payadi; bozorlarning rivojlangan shakllari paydo bo‘ladi va umumiy bozorlar tashkil qilinadi; ishsizlik darajasi pasayadi; milliy iqtisodiyotdagi farqlar yo‘qolib boradi; yangi kuchli umumiy

iqtisodiyot shakllanadi; milliy iqtisodiyot rivojlanib boradi; eng muhimi kishilar hayoti farovonligi oshadi.

13.2. Mamlakatlar o'rtasida tovarlar harakati

Xalqaro savdoda narxlar turlarining ko'pligi tayyor mahsulotlar bozori shart-sharoitlarining har xil ekanligini aks ettiradi, mana shunday sharoitda oldi-sotdi aktlari tuziladi. Kuzatuvlar jahon narxining o'zgarib turish tendensiyasi ana shu shart-sharoitlarga ham bog'liq ekanligini ko'rsatadi. Tovarlarning o'zgaruvchan narxini aniqlash tovar sifatining doimiyligini, bir xil sharoitdagi yuklash va to'lovlarni taqqoslab ko'rishni talab qiladi. Shuning uchun tovarning tashqi savdo narxini asoslash; aniqlash va kelishib olishda kelishuvning o'ziga xos tomonlarini belgilab beruvchi tabiati haqida aniq tushuncha, tasavvurga ega bo'lish kerak. Misol uchun, texnologik mashina mahsulotlari, murakkab texnik tovarlar savdosini olib ko'raylik, bu savdo ishlab chiqaruvchi sotuvchi va istemolchi-xaridorning bevosita ishtirokida o'tkazilib, tovarni yetkazib berishning barcha shart-sharoitlari kelishib olinadi. Xalqaro savdo sohasida qo'llaniladigan jahon narxlari turlarining ko'pchiligiga qarab quyidagicha turkumlash mumkin. Oldi-sotdi bo'yicha konkret operatsiyalar o'tkazishni hisobga olgan holda:

- shartnomaviy narx — sotuvchi va xaridor o'rtasida kelishilgan va shartnomada ko'rsatilgan aniq baho.

Odatda u yetkazib beruvchi taklif etgan bahodan past bo'lib, tijorat siri sifatida hech qayerda oshkor etilmaydi;

- ma'lumot beruvchi narxlar — maxsus nashrlarda, byulletenlarda, davriy adabiyotlarda, kompyuter ma'lumot kanallarida e'lon qilinadigan sotuvchi bahosi bo'lib, qoidaga ko'ra, ular ancha balandroq va kam harakatchan bo'ladi. Mazkur tovar bozorida yuzaga kelgan umumiy dinamika va tendensiyani ifodalaydi;

- birja narxlari — birja orqali sotiladigan tovarlar bahosini aks ettiradi. Ushbu tovarlar tarkibiga asosan xomashyo tovarlari va yarimfabrikatlar kiradi. Birja savdosiga qo'yilgan tovar bozordagi konyunkturani o'zida ifodalaydi, ko'p hollarda noiqtisodiy omillar ta'siriga tushib qoladi; kelishuv chog'ida tovarning birja kotirovkasini,

tovarni yetkazib berishni, to'lovni va boshqalarni o'zida ifoda ettirmaydi, kotirovka bahosi maxsus byulletenlarda bosib chiqariladi. Alohida tovarlar turlarining kotirovka narxlari ko'pincha ayrim birjalarda shakllangan narx darajasi va dinamikasidan kelib chiqqan holda aniqlanadi;

- auksion narxlar — tovarning savdo jarayonida vujudga kelgan bahosi bo'lib, ma'lum bir davrdagi talab hamda taklifni aks ettiruvchi va tovarning real bahosidir. Auksionlarda asosan san'at asarlari, mo'yna, hayvonlar kabi o'ziga xos tovarlar sotiladi;

- tashqi savdoning statistik narxlari — milliy va xalqaro statistik ma'lumotnomalarda bosilgan hisob-kitob narxlari, bu ma'lumotlar ma'lum bir tovar bo'yicha aniq bahoni aks ettirmaydi. Ushbu narxlar faqat mamlakatlar va jahon savdosining rivojlanish dinamikasi va tendensiyasini tahlil qilish, statistik hisob-kitoblar uchun xizmat qiladi. Jahon bozorida narxlar vujudga kelish xususiyatlariga qarab “erkin bozor” va “yopiq bozor” narxlariga bo'linadi. “erkin bozor” bahosi raqobat sharoitida yuzaga keladi va talab bilan taklif nisbatini aks ettiradi. “Yopiq bozor” bahosi tovarlarni sotish uchun ma'lum bir joyda tashkil etilgan, auksion savdolarga oid baholar hisoblanadi. “Yopiq bozor” bahosi sotuvchi va xaridor o'rtasidagi o'ziga xos munosabat bo'lib, mazkur tovarga talab va taklif obyektlarining ta'siri kam bo'ladi. Bu baholar firmalarda ichki savdo, iqtisodiy guruhdarning mintaqaviy va maxsus preferensial kelishuvlar bahosidir. Kelishuvda belgilangan xizmat turiga qarab bahoning quyidagi turlarini ajratish mumkin:

- erkin konvertorlanadigan valyutada to'lanadigan savdo bitimlari narxi;

- erkin konvertorlanmaydigan valyutada to'lanadigan savdo bitimlar narxi;

- kliring kelishuvlar bo'yicha shakllangan narx;

-nosavdo operatsiyalar bo'yicha shakllangan narx;

- transfert narx (firma ichida). Tovar va xizmatlarni olib kirish — olib chiqilishiga qarab narxlar eksport narxlariga (FAS va FOB shartlari asosida belgalangan narxlar) va import narxlariga (CIF shartlari asosida belgalangan narxlar) bo'linadi. FAS va FOB eksport narxlari bo'yicha eksport qiluvchi firma import qiluvchiga tovar narxiga transport xarajatlarini ham o'z ichiga olgan narxda sotadi.

Bunda tovarni kema bortiga (FAS) yetkazib berish yoki yuklash xarajatlarini qo‘shib hisoblab, kema bortiga chiqarib berish ko‘zda tutiladi. CIF import narxlari - FOB narxidan tashqari yukni eksport qiluvchi yoki import qiluvchining mamlakat chegarasigacha transportda yetkazib berish va sug‘urta xarajatlarini o‘z ichiga oladi. Kelishuvlarni o‘rnatish qoidalari quyidagilardan iborat:

-shartnoma narxi tomonlar kelishuvi asosida belgilanadi. Qoidaga ko‘ra, turli davlat hukumatlari o‘rtasidagi shartnoma va kelishuvlar asosida aniqlanadi;

- birja kotirovkalari, auksion savdolar narxi;
- yirik firmalarning taklif narxlari va amaldagi bitimlar narxi;
- xalqaro bitimlarda ishtirok etuvchi mamlakatlarning ichki ulgurji narxlari, bu narxlar eksport va importning bojxona bojidan hamda soliqlari hajmidan farq qiladi. Eksport qiluvchi mamlakatning eksport narxi, asosiy xomashyo yetkazib beruvchi mamlakatlar narxlari, G‘arbiy Yevropadagi yirik bozorlarning import narxi jahon narxi bo‘la olishi mumkin: - alyuminiy bo‘yicha - Kanadaning eksport narxi; - yog‘och-taxta materiallari bo‘yicha - Shveysariya narxi; - kauchuk bo‘yicha - Singapur birjasining narxi; - mo‘yna bo‘yicha - Nyu-York, London va boshqa auksionlar narxlari. Amaliyotda jahon bozorida o‘z tovarining raqobatbardoshligini oshirish maqsadida turli chegirmalar qo‘llaniladi. Chegirmalar qo‘llanilganda o‘rnatilgan summa olib tashlangan bazis narx jahon narxi hisoblanadi. Amaliyotda quyidagi chegirmalardan foydalaniladi: - tovarning naqd pulga sotib olingandagi miqdori; - preyskurant bahosidan umumiy chegirmalar (asosan kichik hajmli tovarlar uchun belgilanadi); - dilerlik chegirmalari; - maxsus chegirmalar (idoralarning imtiyozga ega kategoriyalari uchun). Chegirma o‘lchovining har biri konkret holatda alohida aniqlanadi va qoida bo‘yicha birinchi taklif etilgan bahosidan 2—10% atrofida bo‘ladi. Aniq sharoiflarda chegirma miqdori birinchi taklif narxining 20—30 % iga yetishi mumkin.

Tovarlar savdosining xizmatlar bilan chambarchas bog‘liqligi tovarlar savdosining oshishi xizmatlar sohasi rivojlanishini rag‘batlantirishga olib keladi. Masalan, tovarlar eksport ishlab chiqarishni kreditlash, eksport tavakkalchiligini sug‘urtalash bilan bog‘liq. Ba‘zi tovarlar sotuvdan keyingi xizmat ko‘rsatishni talab qiladi, masalan, avtomobillar savdosi ixtisoslashgan servis

markazlarda xizmat ko'rsatish bilan amalga oshadi. Tovarlarining xizmatlarga texnologik qaramligi maxsus uskunani o'rnatish bo'yicha yoki dastur ta'minotchisi bilan birgalikda kompyuter xarid qilish bo'yicha xizmat sotib olish zaruriyatini belgilaydi. Bu aloqalar natijasida ishlab chiqarish va tovarlar savdosining o'sishi xizmatlar sohasining rivojlanishiga olib keladi.

13.3. Ishlab chiqarish omillari nisbati nazariyasida ishchi kuchi va kapital harakati

Ishlab chiqarish omillari nisbati nazariyasidagi asosiy gipotezalardan biri alohida olingan tovarning mehnat yoki kapital sig'impliligi hamda mamlakatlarning ishlab chiqarish omillari bilan bir xil ta'minlanmaganligi hisoblanadi. Omillar intensivligi (factor intensity) – ma'lum bir tovarni yaratish uchun ishlab chiqarish omillari nisbiy sarfini belgilovchi ko'rsatkich. Omillar serobligi (factor abundance) – mamlakatning ishlab chiqarish omillari bilan nisbiy ta'minlanganligini belgilovchi ko'rsatkich. Xeksher-Olin teoremasi (Heckscher–Ohlin Theorem) – har bir mamlakat o'z ishlab chiqarishlarida nisbatan katta hajmga ega bo'lgan omillarni talab etuvchi mahsulotlarni ustun darajada ishlab chiqarish va eksport qilishga ixtisoslashadi, binobarin, bu mamlakatlar milliy xo'jalik nuqtayi nazaridan nisbatan kamchil omillar bilan ta'minlangan tovarlarni import qiladilar.

Samuelson tomonidan isbotlangan Xeksher-Olin teoremasi to'g'riligi shartidan kelib chiquvchi bu teorema ishlab chiqarish omillari narxining muvozanatlashuvi yoki Xeksher-Olin-Samuelson teoremasi nomini oldi. Ishlab chiqarish omillari narxining muvozanatlashuvi (factor price equalization theorem) (Xeksher-Olin-Samuelson teoremasi) — xalqaro savdo savdo olib boruvchi mamlakatlarda gomogen ishlab chiqarish omillarining mutlaq va nisbiy narxlarini muvozanatlashuviga olib keladi. Ishlab chiqarish omillari nisbati nazariyasi o'zining barcha kamchiliklari va mavhum tabiatiga qaramay hozirgi kungacha xalqaro savdoning rivojlanishini tushuntiruvchi eng mashhur nazariyalarning biri bo'lib qolmoqda.

Shuning uchun ham bu nazariyaning turli mamlakatlar, tovarlar va ichlab chiqarish omillariga nisbatan ulkan statistik massivlar

yordamida empirik yo‘llar bilan tekshirilishiga ajablanmasa ham bo‘ladi. Leontev bir necha empirik testlar yordamida Xeksher-Olin nazariyasi shartlari amalda bajarilmasligini ko‘rsatib berdi. Leontev paradoksi (Leontief paradox) – bu Xeksher-Olinning ishlab chiqarish omillari nisbati nazariyasining amalda bajarilmasligi – mehnat serob mamlakatlarning kapital sig‘imli, kapital serob mamlakatlarning mehnat sig‘imli tovarlarni eksport qilishidir.

Tarixan xalqaro savdo nazariyalarini ishlab chiqishda iqtisodiy ta‘limot tovarlar va ishlab chiqarish omillari taklifini o‘rganishga ko‘proq e‘tibor qaratgan, talabga esa yetarli darajada e‘tibor berilmagan. Biroq barchaga ma‘lumki, jahon bozorida tovarlar taklifi talabga bog‘liq bo‘ladi, shuning uchun ham zamonaviy xalqaro savdo nazariyasi tovarlar talab va taklifiga birdek e‘tibor beradi. U oldingi mavzularda ko‘rib chiqilgan klassik va neoklassik modellarni rad etmaydi, zero qanday muammo hal etilishi kerakligi va qaysi ishlab chiqarish omiliga ko‘proq e‘tibor qaratilishi lozimligiga bog‘liq ravishda bu modellardan hozirgi paytda ham analitik maqsadlarda faol foydalanib kelinmoqda.

Shuning uchun yuqorida keltirilgan modellar ma‘lum ma‘noda jahon iqtisodiy ta‘limoti tomonidan tan olingan va zamonaviy bosqichda xalqaro savdoni nazariy tahlil dastagi sifatida xizmat qiluvchi, xalqaro savdoning standart modeli nomini olgan modelning xususiy holi deb hisoblanishi mumkin. Transformatsiyaning chegaraviy me‘yori (marginal rate of transformation) — 1-tovarning qo‘shimcha birligini ishlab chiqarish uchun voz kechiladigan 2-tovar soni. Xalqaro savdoda savdo sharti tushunchasi. Mamlakatning iqtisodiy o‘shish yo‘llari va ularning xususiyatlari nisbiy narxlarning o‘zgarishiga asoslangan o‘zaro bog‘liqlik savdo shartlari tushunchasi orqali ifodalanadi. Savdo shartlari (terms of trade) — ma‘lum bir tovarning eksport va import narxlarining, mamlakat bo‘yicha yoki mamlakatlar guruhi bo‘yicha eksport va import narxlari indekslarining nisbatidir.

Savdo shartlarini iqtisodiy ko‘rsatkich sifatida quyidagi asosiy ko‘rinishlarda bo‘lishi mumkin: Tovar yoki sof barter savdo shartlari (commodity, net barter terms of trade) — ma‘lum bir tovarning eksport va import narxlarining yoki barcha tovarlar bo‘yicha eksport va import narxlari indekslarining nisbatidir. $ToT = P_x/P_{im}$ Daromadni

ifodalovchi savdo shartlari (income terms of trade) — mamlakatning jami eksportdan kelgan tushum hisobiga qancha tovar import qila olishi salohiyatini ko'rsatuvchi indeks. Bu indeks tovar savdo shartlarini eksportning miqdor indeksi (Q_x)ga ko'paytirish orqali hisoblanadi. Bu indeksning o'sishi eksportdan tushumni ortishi hisobiga import qilish salohiyati ortishini ko'rsatadi. $ToT = (P_x/P_{im}) \times Q_x$. Omillar bilan bog'liq savdo shartlari (factor terms of trade) — import narxlarini bir yoki bir necha ishlab chiqarish omillarining samaradorligi bilan bog'lovchi, eksport tarmoqlarida samaradorlikni bir birlikka oshishi hisobiga qancha miqdorda qo'shimcha import qilish mumkinligini ko'rsatuvchi indeks.

Bu ko'rsatkich tovar savdo shartlarini eksport tarmoqlaridagi samaradorlik indeksiga (Q_x) yoki ushbu mamlakatda eksport tarmoqlaridagi samaradorlik indeksini import qilinayotgan mamlakat eksport tarmoqlaridagi samaradorlik indeksiga nisbatiga (Q_x/Q_{im}) ko'paytirish orqali hisoblanadi. $ToT = (P_x/P_{im}) \times (Q_x / Q_{im})$. Xalqaro savdo va iqtisodiy o'sish xalqaro savdoga ta'siri qanday ishlab chiqarish omillari - eksportni kengaytirishga qaratilgan omillar yoki import o'rnini qoplashga qaratilgan omillarning o'sishi bilan aniqlanadi. Eksportni kengaytirishga qaratilgan o'sish (export-biased growth) – mamlakat eksport qiladigan tovar ishlab chiqarishini kengayishi bo'lib, bu savdo shartini savdo hamkorlari foydasiga yaxshilanishiga olib keladi. Import o'rnini qoplashga qaratilgan o'sish (import-biased growth) – mamlakat import qiladigan tovar ishlab chiqarishining kengayishi bo'lib, bu savdo shartini savdo hamkorlar uchun yomonlashib, mamlakat foydasiga yaxshilanishiga olib keladi. Savdoning neytral o'sishi (neutral trade growth) – bu mamlakatlar o'rtasida savdo shartining o'zgarmagan holatida xalqaro savdo jismoniy hajmining ortishidir. Masshtab samarasi orqali ishlab chiqarish omillari bilan bir xil yoki deyarli bir xil ta'minlangan mamlakatlar o'rtasidagi savdo tushuntiriladi.

Masshtab samarasi orqali texnologik jihatdan bir biriga yaqin, hattoki bir xil tovar ishlab chiqaradigan mamlakatlar o'rtasidagi savdoni ham tushuntirish mumkin. Masshtab samarasi (economies of scale) – ishlab chiqarishning shunday rivojlanishiki, bunda omillar sarfining bir birlikka o'sishi ishlab chiqarish bir birlikdan ko'proqqa o'sishiga olib keladi. Ma'lumki xalqaro savdoda sof mukammal

raqobat ancha kam uchraydi, buning sababi jahon xomashyo va tovarlar bozorining bo'lishib olinganligi va xalqaro bozorlarda o'ziga xos oligopoliya va monopoliyalarning vujudga kelganligidir.

Monopolistik raqobat asosidagi savdo nazariyasining rivojlanishiga katta hissa qo'shgan olim Pol Krugman bo'ldi. Tarmoq ichidagi savdo – bu mamlakatlar o'rtasida bir tarmoqning differensiyalashgan mahsulotlari bilan savdo qilishidir. Tarmoqlararo savdo mamlakatlarning turli tarmoqlarning gomogen mahsulotlari bilan savdo qilishidir. Differensiyalashgan tovarlar bilan tarmoq ichidagi savdoni sabablari quyidagilar: Iste'molchilar istak va xohishlari har xil;

- Kesishuvchi talab;
- Keng ko'lamda ishlab chiqarish effekti;
- Linderning kesishuvchi talab nazariyasi.

Kesishuvchi talab nazariyasi bu xalqaro savdoni talab tomonidan tushuntiruvchi kamdan kam nazariyalarning biridir. Bu nazariyaga ko'ra mamlakat eksporti – importyor mamlakatdagi talabga bog'liq. Kamdan kam tovarlar faqat eksport uchun ishlab chiqariladi. Tovarlarning asosiy qismi ichki bozorda sotiladi, ichki iste'mol to'liq qondirilgandan keyingina bu tovar eksport qilinadi. Bu tovarni xorijiy mamlakatlarda sotishda bu mamlakatdagi talab tarkibi o'z mamlakatidagi talab o'xshash bo'lgan mamlakatni tanlash maqsadga muvofiq. Ikki mamlakatda talab tarkibi ko'proq daromad darajasiga bog'liq bo'ladi, daromad qanchalik yuqori bo'lsa sifatli tovarga bo'lgan talab ortib boradi.

Nazorat uchun savollar.

1. Xalqaro iqtisodiy munosabatlarga ta'rif bering.
2. Iqtisodiy integratsiyaning mamlakat iqtisodiyotiga ta'siri qanday?
3. Tovar va xizmatlarni olib kirish, olib chiqilishiga qarab narxlar qanday turlarga bo'linadi.
4. Tovarlar savdosining oshishi qaysi sohalarning rivojlanishini rag'batlantirishga olib keladi.
5. Omillar intensivligi deb nimaga aytiladi?
6. Xeksher-Olin-Samuelson teoremasini tushuntirib bering.

14-MAVZU. OFFSHORING

14.1. McKinsey Global Instituti offshor biznesga yondashuvi

Xalqaro tijorat amaliyotida offshor kompaniyalardan foydalanish keng tarqalgan. Ular kompaniyalarning rasmiy egaligida, ishlab chiqarish jarayonlarini tashkil etishda qatnashadilar, shuningdek, intellektual mulk huquqlarini (mualliflik huquqlari, savdo belgilarini o'z ichiga olgan holda) boshqarish uchun foydalanishlari mumkin. Intellektual mulk — bu ko'chma mulk turlaridan biri bo'lib, uni boshqa egasiga foydalanish uchun berishni osonlashtiradi. Ushbu mol-mulknii foydalanishda (royalti olish — uni tijorat maqsadlarida foydalanish huquqini berish uchun litsenziya to'lovlari) eng kam soliq xarajatlari bilan bog'liq bo'lgan va qonunchilikka zid bo'lmagan yurisdiksiyalarga o'tkazish jahon bozorida faol ravishda kengayib bormoqda.

Offshor zonalar va hududlar milliy hukumatlar va xalqaro tashkilotlar tomonidan alohida e'tiborga ega, masalan, iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti (OECD) va offshor kompaniyalarga qarshi kurashda faol ishtirok etayotgan jinoiy daromadlarni legallashtirishga qarshi kurash bo'yicha maxsus moliyaviy komissiya (FATF) (offshor kompaniyalar), shu jumladan shubhali mamlakatlarning "qora ro'yxatlari"ni tuzish, kompaniyalari kamsitilgan va ular bilan muomala qilgan rezidentlar sanksiyalarga duch kelmoqdalar. Biroq har bir offshor yurisdiksiyasining o'ziga xos xususiyatlari bor, ular bir-birlaridan ular tarkibida kompaniyalar yaratish uchun yaratilgan sharoitlar va natijada olingan iqtisodiy foyda bilan farqlanadi. Bundan tashqari, "offshor" atamasidan foydalanish va hattoki uning imlosida ba'zi bir kelishmovchiliklar mavjud bo'lib, ularni aniqlashtirishga arziydi.

"Offshor" tushunchasi inglizcha "offshor" iborasidan kelib chiqqan bo'lib, so'zma-so'z "chegaradan tashqarida" degan ma'noni anglatadi. OECD4 xalqaro tashkilotlari va Xalqaro valyuta fondi (XVF) 5 rasmiy veb-saytlarida "offshor" so'zi offshor hududlarni aniqlash uchun ishlatiladi. Shu bilan birga, inglizcha so'z ham turli xil yozilishlarga ega — offshor ham (off shor kamroq tarqalgan).

Offshor kompaniyalar o'zlarining ko'plab faoliyat sohaslarida afzalliklari tufayli foydalaniladi: kemalarga egalik qilish, sug'urta qilish, investitsiya faoliyati, yuklarni tashish bo'yicha transport xizmatlari, mulkka egalik qilish va boshqarish uchun va boshqalar. Biroq ko'pincha offshor kompaniyalar xalqaro savdoda vositachi sifatida foydalaniladi. Agar offshor kompaniya xalqaro savdo bilan shug'ullanadigan bo'lsa, unda soliqni rejalashtirish uchun katta imkoniyatlar mavjud, ya'ni soliqlarni tejash (shu bilan birga, soliqni rejalashtirish bilan qonunga zid bo'lmagan soliqni to'lashdan bosh tortish kerak). Bitimdan olingan foyda soliqlardan ozod qilingan yoki imtiyozli soliq stavkalari bilan offshor kompaniyada to'planadi, shu bilan birga kompaniya muassislari, direktorlari va uning faoliyati to'g'risidagi ma'lumotlar oshkor etilmaydi va menejmentni amalga oshirish mumkin. umumiy ishonchnoma asosida.

McKinsey Global Instituti, yaqin yillarda offshoringga o'tkaziladigan faoliyat hajmi yiliga 30 foizga oshadi, noishlab chiqarish sohasidagi 3 milliondan ortiq ish o'rinlari jahon bozoridagi asosiy xaridor bo'lgan AQSHdan boshqa mamlakatlarga ko'chib o'tadi.²¹

O'tgan asrning 80-yillarida AQSHning "McKinsey" konsalting kompaniyasi maslahatchilari guruhi tomonidan ishlab chiqilgan "McKinsey 7S" modelini qo'llash iqtisodiyotimizning rivojlanishiga yaqindan yordam beradi. Modelning asosiy mualliflari Tom Peters va Robert Vattermanlar hisoblanib, ular tomonidan modelning asosiy tamoyillari ko'rsatib o'tilgan va mazkur tamoyil asosida korxonalar boshqaruv faoliyatini takomillashtirish imkoniyatlari mavjud bo'ladi. Bugungi kunga kelib, model butun dunyoda amaliyotda qabul qilingan hamda korxonalar tasarrufida omilkor biznes jarayonlarini yaratishga va optimallashtirish uchun foydalanadigan strategik menejment va marketing bo'yicha ko'plab korxonalar rahbarlari va mutaxassislarining ishonchini qozongan. "McKinsey 7S" modeli kompaniyaning ichki tashkiliy tuzilmasini va faoliyat ko'rsatish tamoyillarini tahlil qilishning qulay vositasi hisoblanadi. Ushbu model asosida tashkilot mikro iqtisodiyotining yettita asosiy

²¹ 11 Оффшоринг в России и в мире// <http://www.cbio.ru/article.php?storyid=381>

elementi tahlil qilinadi va quyidagi xulosani berishga imkon beradi, ya'ni, korxonada tasarrufidagi biznes jarayonlar qanday darajada yaxshi tashkil etilgan va mavjud resurslar qanchalik samarali tarzda yo'naltirilgan.

“McKinsey 7S” modeli har qanday korxonaning ichki biznes jarayonlarini takomillashtirishga, korxonada samaradorligini oshirishga yordam beradi hamda tashkiliy tuzilmada rejalashtirilgan o'zgarishlarning mumkin bo'lgan natijalarini tahlil qilish, bo'linmalarni birlashtirish va birlashuvni amalga oshirish, korxonaning rivojlanish strategiyasini amalga oshirishning eng yaxshi usulini aniqlash uchun xizmat qiladi. Bu korxonani rivojlantirishda inson omili yoki mavjud texnika bilan emas, balki faqat korxonaning tuzilmasini tadqiq etadi, bu esa korxonaning istiqbolini baholashda va tahlil qilishda asosiy vazifani bajaradi.²²

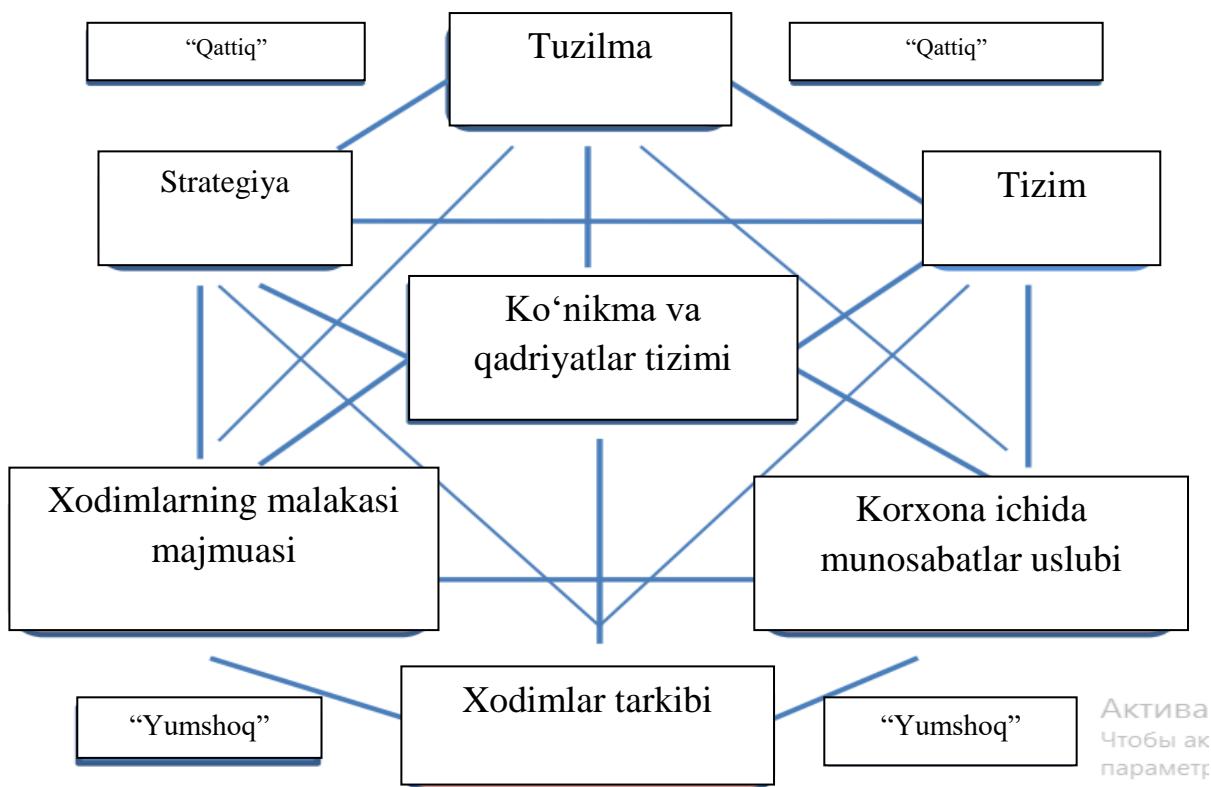
Tahlil va natijalar

“McKinsey 7S” modeli quyidagi yettita tamoyilni o'zida jamlaydi:

- korxonada strategiyasi;
- korxonaning tarkibiy qismi;
- boshqaruv tizimi;
- korxonada tasarrufidagi munosabatlar uslubi;
- xodimlar faoliyati tarkibi;
- ko'nikma va qadriyatlar miqdori;
- xodimlarning malakasi.

Model tashkilot muhitining yettita asosiy tamoyilini tahlil qilish asosida qurilgan. Modeldagi barcha tamoyillar o'zaro bir-biriga bog'liq. Bu shuni anglatadiki, yuqorida ko'rsatilgan sohalarning hech bo'lmaganda bittasi o'zgarsa, darhol boshqa o'zgarishlarni talab qilinadi. Quyidagi 1-rasmda “McKinsey 7S” modelining namuna sifatida bir ko'rinishi keltirilgan.

²²Лобзов А.В. Без чего не работает корпоративная система управления проектами // Российское предпринимательство. – 2015. – Том 16. – № 13. – С. 2045- 2052.



1-rasm. McKinsey 7S” modelining tuzilishi

Korxonada ko'nikmalar va qadriyatlar tizimi bejizga “McKinsey 7S” modelining markazida joylashgan emas. Model mualliflari korxonada faoliyatining asosiy tamoyillari va vakolatlarini ichki muhitning qolgan barcha tamoyillariga ta'siriga va ahamiyatiga alohida urg'u berishni ta'kidlab o'tganlar. Yuqorida aytib o'tilganidek, “McKinsey 7S” modeli korxonada ichki muhitining yettita asosiy tamoyiliga asoslangan.

14.2. Xalqaro offshoringli ishchi kuchi bozorida beqarorlikni o'sishiga ta'siri

Erkin iqtisodiy offshor hududlar deb maxsus soliq imtiyozlariga ega bo'lgan hududga aytiladi. Bunday hududlarni ba'zan chet el investitsiyalari va soliq imtiyozlari qo'llaniladigan hududlar ham deb aytish mumkin. Ma'lumki, jahon mamlakatlarida soliq tizimi bir-biridan keskin farq qiladi. Masalan, Shvetsiyada kompaniya

foydasining 63—65% soliqqa tortilsa, AQSHning Delaver shtatida esa olinadigan foyda miqdoridan qat’i nazar 400 AQSH dollarini tashkil etadi. Shuning uchun ham har qanday kompaniya ro‘yxatga olinishi davrida soliqqa tortilish sharoitlarga qarab ikki turga (oddiy va offshor kompaniyalarga) bo‘linadi.

Jahon xo‘jaligida offshor tadbirkorlik kompaniyalar o‘zining rivojlanish xususiyatlari bilan quyidagi turlarga bo‘linadi:

- bank-offshor markazlari;
- savdo-offshor kompaniyalari;
- sug‘urta-offshor keptik kompaniyalari;
- investitsiya-offshor kompaniyalari;
- turistik va rekreatsion hududlar.

Bunday kompaniyalar iqtisodiyotda bir qator imtiyozlarga ega bo‘lib ular birinchidan, soliq stavkalarining minimal miqdori, ikkinchidan, ma‘muriy nazoratning yumshoqligi va hisobotlarni topshirish muddatlarini uzoqligi, uchinchidan offshor kompaniyalar faoliyatining konfidensialligi, sir saqlanishi va boshqalar hisoblanadi.

Offshor zonasi (offshor qirg‘og‘idan) - davlatning yoki uning bir qismi bo‘lgan norezident-kompaniyalar uchun maxsus imtiyozli ro‘yxatga olish, litsenziyalash va soliqqa tortish tartibi mavjud bo‘lgan hudud bo‘lib, odatda ularning tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish bu davlatdan tashqarida amalga oshiriladi.

Offshorporatsiya imtiyozli soliqqa tortiladigan, ro‘yxatga olingan mamlakat hududida xo‘jalik yurituvchi subyektning muayyan turlariga va iqtisodiy faoliyatni cheklashga ega bo‘lgan mamlakatda ro‘yxatdan o‘tgan kompaniya hisoblanadi. Offshor tashqi iqtisodiy faoliyatni amalga oshirishga ruxsat beradi, faqat ro‘yxatdan o‘tgan joyda to‘lanadigan yillik to‘lovni amalga oshiradi.

Jozef Stiglits kabi iqtisodchilar tomonidan ilgari surilgan mulohazalarga ko‘ra, offshor hududlarning mavjudligi global muammodir²³. Ularning jahon xo‘jaligida faoliyat olib borishi iqtisodiy jinoyatlar ko‘payishida muhim omil ekanligi nazarda tutiladi.

Ammo davlatlar hamda olimlarning offshor hududlarni yoqlamaydigan fikr va mulohazalari hamda takliflariga qaramasdan, jahon xo‘jaligida hali-hanuz bunday hududlar faoliyat olib boradi.

²³ Дж. Стиглиц. Глобализация: тревожные тенденции. М.: Мысль, 2003

Offshor zonasining jozibador xususiyatlari quyidagilardan iborat:

- norezidentlarni ro'yxatdan o'tkazish jarayoni soddalashtiriladi va jadallashtiriladi, unda oddiy ramziy summa to'lanadi (masalan, Panamada kompaniya asoschilarini ko'rsatish shart emas, har yilgi qayta ro'yxatdan o'tkazish uchun bir oz miqdor to'lanadi);
- jismoniy shaxslardan olinadigan daromad solig'i stavkalari past bo'lgan hollarda norezident tomonidan to'lanadi;
- offshor kompaniyalar faoliyatining maxfiyligi kafolatlanadi, ular davlat nazoratdan ozod qilinadi²⁴.

Milliy biznesni himoya qilish uchun offshor kompaniyalarni offshor hududning o'zida biron-bir tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanish taqiqlanadi. Offshor zonasining asosiy daromadi ro'yxatga olish va qayta ro'yxatdan o'tkazish to'lovlari, soliq tushumlari, offshor kompaniyalarning o'zlarining doimiy missiyalari (kotibiyat idoralari) bo'yicha xizmat ko'rsatish xarajatlaridan kelib chiqadi. Ofis xodimlari uchun quyidagilar kiradi: binolarni ijaraga berish, aloqa, elektr energiyasi, turar joy va ovqatlanish, transport, dam olish, ish haqi va ba'zi ijtimoiy to'lovlar (masalan, davolanish uchun to'lovlar va boshqalar).

Ko'pgina offshor hududlarda mahalliy aholining kotibiyat byurosida majburiy ishga joylashishi talab etiladi, shu bilan ish bilan ta'minlash muammosi hal etiladi. Kompaniyalar uchun import qilinadigan uskunarlar, transport vositalari va materiallar bojxona to'lovlaridan ozod qilinmaydi. Bitta offshorda ro'yxatdan o'tgan norezident firmalar soni bir necha o'n minglabga yetishi mumkin.

Offshor zonalarida faoliyat ko'rsatadigan kompaniyalar asosan o'rta yoki yirik korxonalar vakillari hisoblanadi. Kichik korxonalar uchun offshor kompaniyalarni ro'yxatga olish va ularga xizmat ko'rsatish juda qimmatga tushadi, shuning uchun ular o'z mamlakatlarida faoliyatni tashkil qilish uchun ko'proq foyda olishadi. Offshor zonalari maxsus iqtisodiy zonalarning xizmat ko'rsatish zonalari kichik tizimidir.

Klassik offshor zonalari klassik EIHDan quyidagilar bilan farq qiladi:

²⁴ О.В. Калимулина, Ю.А. Савинов. Деятельность оффшорных компаний на мировом рынке программного обеспечения//Российский внешнеэкономический вестник №9, 2011. Ст.84-100.

EIHda faoliyatni amalga oshirish mumkin, lekin offshorlarda emas; YIHda rezident mavqeyini olish mumkin, ammo offshorda norezident sifatida qayd etiladi;

offshorlarda faoliyat miqyosidan qat'i nazar, yillik to'lovni to'lash yetarli, SEZda esa ular hali ham barcha soliqlar va to'lovlarni to'laydi, ya'ni kompaniyalarning iqtisodiy ko'rsatkichlari va to'lanadigan soliqlar o'rtasidagi munosabatlar mavjud.

O'rtacha soliqqa tortish va klassik offshor mamlakatlar o'rtasidagi farq quyidagicha:

- O'rtacha soliqqa tortilgan mamlakatlar odatda klassik offshor kompaniyalarga nisbatan ko'proq shaffofdir (ular maxfiylik, moliyaviy qonunbuzarliklarga kam e'tibor berish va boshqalar);

- O'rtacha soliqqa tortilgan mamlakatlar ko'pincha ikki tomonlama soliqqa tortishning oldini olish bo'yicha ikki tomonlama bitimlarni imzolaydilar, shunda ham klassik offshor kompaniyalar yo'q.

Farqli jihatlari:

- mo'tadil soliqqa tortilgan mamlakatlar — ko'plab rivojlangan davlatlar amaliyoti, unda yuqori soliqlarga ega bo'lgan, imtiyozli soliq rejimi bir qator tadbirlarga (quruqlik va offshor mamlakatlar deb ataladigan) amal qiladi;

- soliq sohasi (klassik offshore) — offshor tashqarisida o'z bizneslarini yuritishi kerak bo'lgan xorijiy norezident kompaniyalar uchun imtiyozli soliqqa tortish (klassik offshor kompaniyalarning o'ziga xos xususiyati);

- Soliq oazislari — mamlakat hududida o'z hududida o'z biznesini yuritishi kerak bo'lgan korxonalar uchun imtiyozli faoliyatni yuritishni ta'minlaydigan ichki offshorlar. Ko'pincha soliqni optimallashtiradigan solig'i bo'lgan mamlakatdagi kompaniyalar tomonidan ishlatiladi.

Soliq gavannalari soliq va boshqa imtiyozlar berish yo'li bilan chet eldan kredit mablag'larini jalb qilish siyosatini olib boradigan kichik davlatlar va hududlardir. Odatda bu Yevropaning kichik davlatlari, rivojlanayotgan mamlakatlar yoki rivojlangan mamlakatlardan ajratilgan o'z-o'zini boshqaradigan hududlardir. Chet el sarmoyalarini jalb qilish uchun yaratilgan erkin iqtisodiy zonalarda, shuningdek soliq ma'muriyatlari belgilari bo'lgan muayyan ma'muriy tuzilmalarda ham xuddi shunday sharoitlar mavjud. Ba'zan soliqqa tortishning qisqarishi

faqat ma'lum daromad turlariga nisbatan qo'llaniladi. Lyuksemburgda banklar uchun imtiyozli soliq rejimi mavjud; Shveysariyada va Lixtenshteynda — xolding, vositachi va savdo kompaniyalari uchun; Bagam orollarida daromad solig'i yo'q.

Soliq tizimlarida offshor soliq imtiyozlaridan farqli o'laroq, nafaqat xorijiy, balki mahalliy kompaniyalar ham kengayib bormoqda. Panama, Kosta-Rika, Liberiya, Bermuda, Kayman orollari, Bagamadagi va boshqa ko'plab soliq to'lovchilari mavjud. Dunyoda 70 dan ortiq soliq gavannalari mavjud. Soliq tizimlarida ro'yxatdan o'tish jarayoni imkon qadar soddalashtiriladi: ustav kapitalining eng kam miqdori odatda belgilanmagan, firmalar egalarining identifikatorlari oshkor qilinmaydi. Ayrim soliqlar bazasida mulk egalarining nomini oshkor qilmaslik, shuningdek, tashuvchining aksiyalarini berish imkoniyatini ham beradi.

Soliq tizimlarida valyutani eksport qilishda cheklov yo'q. Firmalar biron-bir xorijiy bankda har qanday valyutada depozitlarni ochish, hech qanday cheklovlarsiz biron-bir valyutada to'lovlarni amalga oshirishlari mumkin. Kompaniyani boshqarish uchun juda soddalashtirilgan tartib. Ba'zan shartli boshqaruv bu holatda "kotiba firmasi" tomonidan amalga oshiriladi.

Moliyaviy omonatlarda yirik monopoliyalar xolding kompaniyalari shaklida o'z filiallarini tashkil qilishni afzal ko'rishadi, buning natijasida ular qo'shimcha foyda oladi va shuning uchun raqobatbardosh ustunlikka ega. Daromadni yashirish uchun keng imkoniyatlar transmilliy korporatsiyalarning keng tarqalishiga sabab bo'ldi. Ularning ishlab chiqarish va sotish tarmog'ining xalqaro tarmog'iga tayanib, ular soliqlarni yuqori soliqlarga tahdid solmaydigan mamlakatlarga o'tkazishga qodir.

14.3. Offshoringni mikro darajada biznesga ta'siri

Offshorlarning jahon iqtisodiyotiga ijobiy ta'sirlariga quyidagilarni kiritish mumkin:

- transchegaraviy moliyaviy oqimlarning faollashishi va xalqaro ko'lamda moliyaviy aktivlar aylanmasini tezlashishi, moliya bozorlari rivojlanishiga ko'maklashish, investitsiyalarni diversifikatsiya qilishga va kredit resurslarga erishishni kengaytirishga sharoitlar yaratish;

- umumiy soliq yukini kamaytirishga undash va shu asosda global iqtisodiyotda iqtisodiy faollikni rag‘batlantirish;

- ekspropriatsiya xatarini kamaytirish va mulkchilik huquqlarini himoya qilish uchun sharoitlar yaratish, bu o‘z navbatida, eng avvalo, donor-mamlakatlarda iqtisodiy o‘sishning oshishiga olib kelishi mumkin;

- offshorlar joylashgan mamlakatlarning rivojlanishiga ko‘maklashish va buning natijasida umuman jahon iqtisodiyotining uyg‘un rivojlanishiga yordam berish;

- egiluvchan rivojlanish strategiyalaridan foydalanish hisobiga kompaniyalarning milliy va global darajada raqobatbardoshligini oshirish.

Offshorlarning salbiy tomonlariga odatda quyidagilar kiritiladi:

- onshor (donor) mamlakatlarning daromadlarini kamaytiruvchi g‘irrom soliq raqobati;

- offshor hududlarda kapitalning, eng avvalo, chayqovchilik kapitalining katta hajmda to‘planishi mumkinligi oqibatida jahon iqtisodiyoti va moliyasida beqarorlik unsurini yaratish;

- kapitalning chiqib ketishiga ko‘maklashish;

- yashirin iqtisodiyotni qo‘llab-quvvatlash;

- donor-mamlakatlarda bandlikning pasayishi;

- alohida kompaniyalarga oqlanmagan raqobat ustunliklarini berish;

- donor-mamlakatlarda ijtimoiy fikrda soliqlardan qochishni salbiy baholash bilan bog‘liq bo‘lgan noqulay ijtimoiy vaziyat.

Erkin iqtisodiy hududlarning tashkil etilishi tovar ishlab chiqaruvchilar va tadbirkorlar faoliyatida ham muhim ahamiyatga ega bo‘lib hisoblanadi. Chunki erkin iqtisodiy hududlarning tashkil etilishi bilan tovar ishlab chiqaruvchilar o‘zlarining ishlab chiqargan mahsulotlarini xalqaro maydonda sotish va o‘zlari uchun kerakli bo‘lgan mahsulotlarni vositachilarsiz sotib olish imkoniyatiga ega bo‘ladi. Tadbirkorlar esa belgilangan soliq va bojxona imtiyozlaridan keng foydalanib, o‘tkaziladigan hisob-kitoblarda, ya’ni milliy valyutalar bozorining shakllanishi va rivojlanishi uchun muhim ahamiyat kasb etadi.

Erkin iqtisodiy hududlarni tashkil qilinishi ijtimoiy-iqtisodiy jihatdan foydalidir. Bu hududlar ko‘plab ish o‘rinlari tashkil qilishda,

xalqaro tovar ayirboshlashni jonlantirishda, tashqi savdo natijalarini yaxshilaydi, ilmiy-ishlab chiqarish salohiyatini oshirishda muhim ahamiyatga egadir.

So‘nggi 20 yil ichida an’anaviy offshorlar jahon kapitali va boshqa aktivlar harakatida ulkan rol o‘ynamoqda. An’anaviy offshorlar deganda investor-korporatsiyalarga va xususiy shaxslarga nafaqat maxsus past solikli yoki soliqsiz rejimni taqdim etuvchi, balki tadbirkorlik va kapitalni boshqarish uchun boshqa qulay sharoitlarni ham yaratuvchi hududlar tushuniladi. Eng avvalo, bu kompaniyalarni ro‘yxatdan o‘tkazish va faoliyat yuritishining soddalashtirilgan sharoitlari, ular faoliyati to‘g‘risidagi ma‘lumotlarning nisbatan yopiqligi. Hozirgi kunda 40—45 ta an’anaviy offshorlar mavjud, ular bilan bevosita bog‘langan mamlakatlarni hisobga olganda esa ularning soni 100 taga teng. Ayrim ma‘lumotlarga ko‘ra 90-yillarda offshorlar umumiy jahon boyligining 20 % ni nazorat qilardi, ularda tashqi bank aktivlarining 22 % jamlangan edi²⁵. 2006-yilda esa offshor hududlarda jahon pullarining 60 % jamlangan, ushbu hududlar orqali moliyaviy transaksiyalarning yarmiga yaqini amalga oshiriladi.²⁶

YIHlarning barqaror rivojlanishini ta‘minlash maqsadida xorij sarmoyasini qabul qilayotgan mamlakat qulay investitsion muhit yaratish, kam darajadagi soliq yig‘imlarini belgilash asosida samarali davlat xizmatlarini taklif etadi²⁷.

Bevosita xorijiy investitsiyalar (BXI) harakatlanishida offshor hududlarning roli YUNKTADning jahon investitsiyalari to‘g‘risidagi ma‘ruzasida aks ettiriladi. Bu yerda barcha offshor hududlar ko‘rsatilmaydi. Bundan tashqari, BXI ushbu yurisdiksiyalarda amalga oshiriladigan moliyaviy oqimlarni bir qismini, ba‘zan juda kam qismini tashkil qiladi. shunga qaramay, bu ma‘lumotlar ham BXI harakatlanishida ayrim offshorlarning tutgan ulkan o‘rnini ko‘rsatadi. 1990—2000 yillarda deyarli barcha offshor yurisdiksiyalarida BXIlarning ko‘plab hajmlarda kirib kelishi va chiqib ketishi kuzatiladi. 1990—2006 yillarda Britaniya Virginiya orollarida to‘plangan BXI 562 marta, Kayman orollarida – 25,5, Bermud orollarida – 7,1 marta

²⁵Cassard M. The Role of Offshore Centers in International Financial Intermediation. IMF Working Paper. 1994. №107.

²⁶McCann H. Offshore finance. Cambridge, 2006.

²⁷ Thomas Farole, Cokhan Akinci, Social Economiz zones, The World Bank, 2011, p118.

oshdi; Gonkongda 17,1 marta, Singapurda – 6,9 va Panamada – 5,6 marta o‘shish kuzatiladi. Bu ma’lumotlar xorijiy aktivlarning o‘shishidan tashqari u yerda ro‘yxatdan o‘tkazilayotgan kompaniyalar biznesini diversifikatsiya qilishni kuchayish tendensiyasini ham ko‘rsatadi. Olib chiqilayotgan investitsiyalarning yanada yuqori o‘shish sur‘atlari ham bundan dalolat beradi. Lekin ularning hajmi hozircha to‘plangan BXI hajmidan ancha kamdir. Xorijga kapital olib chiqish uchun ilgari offshorlarga joylashtirilgan turli moliyaviy aktivlardan foydalaniladi, maxsus investitsion kompaniyalar va jamg‘armalar tashkil etiladi.

Offshorlar, shubhasiz, soliq raqobatida katta ustunliklarga ega. PriceWaterhouse-Coopers analitik kompaniya va Jahon banki reytingiga ko‘ra, umumiy soliq iqlimi bo‘yicha dunyo mamlakatlarning birinchi yigirmataligida yetakchi o‘rinlarni offshor yurisdiksiyalari va ular joylashgan mamlakatlar egallaydi. Qulay soliq muhiti bo‘yicha dunyoning birinchi yigirmataligiga yetakchi Yevropa mamlakatlari (offshor soliq rejimlarining ayrim unsurlari qo‘llaniladigan Buyuk Britaniyadan tashqari), Shuningdek AQSH va Yaponiya kirmaydi.

Nazorat uchun savollar.

1. Offshor zonalar va hududlarning iqtisodiy ahamiyati nimalardan iborat?
2. “McKinsey 7S” modeli nechta tamoyilni o‘zida jamlaydi?
3. Jahon xo‘jaligida offshor tadbirkorlik kompaniyalar o‘zining rivojlanish xususiyatlari bilan qanday turlarga bo‘linadi?
4. Offshor zonasining jozibador xususiyatlarini sanab bering.
5. Offshorlarning jahon iqtisodiyotiga ijobiy ta’sirlari qanday?
6. Offshorlarning salbiy tomonlari bo‘yicha o‘z fikrlaringizni bildiring.

15-MAVZU. RIVOJLANAYOTGAN MAMALAKATLAR MUAMMOLARI, AGROSANOAT

15.1. Ochiq iqtisodiyotni asosiy ko‘rsatkichlari

Dunyo mamlakatlari iqtisodiy rivojlanishning qaysi modelini tanlamasin mamlakat iqtisodiyotining jahon xo‘jaligidagi o‘rni uning raqobatbardoshlik darajasi bilan belgilanadi. Xalqaro raqobat texnik taraqqiyotning eng muhim omili hisoblanadi va uning ta‘sirida ishlab chiqarish, boshqaruv texnologiyalarining doimiy yangilanib borish jarayoni davom etadi, ishlab chiqarilayotgan mahsulot yangilanadi va sifati oshib boradi. Jahon iqtisodiyotining barqaror rivojlanish sur‘atlarini ta‘minlash, xalqaro raqobatni vujudga keltirishning muhim sharti dunyo mamlakatlari iqtisodiyotining ochiqligi bilan belgilanadi. Jahon tajribasining ko‘rsatishicha, tashqi dunyoga nisbatan yopiqlik, albatta inqirozga olib keladi. Mamlakat iqtisodiyotining xalqaro mehnat taqsimotiga integratsiyalashish darajasi — bu iqtisodiyotning ochiqlik ko‘rsatkichidir. Milliy iqtisodiyot uchun jahon bozoriga jalb etilganlik muhim ahamiyat kasb etadi. «Ochiqlik»ning ratsional darajasi va tavsifini tanlash milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligini ta‘minlab berish mumkin.

Ochiq iqtisodiyot — bu tashqi iqtisodiy aloqalari rivojlangan, maishiy iqtisodiyotning nisbiy ustunliklariga tayanib, jahon xo‘jaligi tizimiga integratsiyalashib boruvchi iqtisodiyotdir. Ochiq iqtisodiyot, odatda milliy iqtisodiyotga nisbatan qo‘llaniladi. Jahon amaliyotida iqtisodiyotning ochiqlik darajasi quyidagi ko‘rsatkichlar orqali aniqlanadi:

- eksport kvotasi;
- import kvotasi;
- tashqi savdo kvotasi;
- import elastikligi koeffitsienti;
- eksport elastikligi koeffitsienti;
- eksport va import tarkibi;
- iqtisodiyotga sarflanayotgan investitsiyalar tarkibida xorijiy investitsiyalar va chetga chiqarilgan kapitalning jami kapital hajmidagi ulushlari.

Agar ichki investatsiyalarda xorijdan kelgan mablag'lar ulushi qancha katta bo'lsa va kapital tashqariga qancha ko'p chiqsa, iqtisodiyot shunchalik ochiq bo'ladi; — mehnat resurslari tarkibida xorijdan kelgan va xorijga chiqib ketgan ishchi kuchi hissasi. Ushbu ko'rsatkich qancha katta bo'lsa, iqtisodiyot shuncha ochiq bo'ladi.

Iqtisodiyotning ochiqlik darajasiga ta'sir etuvchi omillar quyidagilardan iborat:

- ishlab chiqarish kuchlarining rivojlanish darajasining yuqoriligi;
- iqtisodiyot tarkibida qayta ishlash va yuqori texnologiyali tarmoqlarning ulushi;
- mamlakat iqtisodiy salohiyatining hajmi;
- mamlakatning tabiiy resurslar bilan ta'minlanganlik darajasi.

O'zbekiston iqtisodiyoti erkinlashib, ochiqlik darajasi ortib, jahon xo'jaligiga integratsiyalashuvi kuchayib bormoqda. 2010-yilda O'zbekistonda eksport kvotasi 33,5% ga, import kvotasi 22,6% ga va tashqi savdo kvotasi 56,1% ga teng bo'ldi.

Ba'zi iqtisodchilarning fikricha, iqtisodiyotning ochiqlik darjasi milliy ishlab chiqarishning tarmoq tarkibiga bog'liqdir. Ishlab chiqarish hajmining umumiy tarkibida bazaviy tarmoqlar ulushi qanchalik yuqori bo'lsa, iqtisodiyotning ochiqlik darajasi shunchalik past bo'ladi. Ushbu holat bazaviy tarmoqlarning xalqaro ixtisoslashuv jarayoniga kam darajada jalb etilganligi va asosan ichki bozorga yo'naltirilganligi bilan izohlanadi. Ichki talab va tahlil muvozanatining makroiqtisodiy tahlillari ko'rsatishicha, odatda ushbu muvozanat real amaliyotda o'z tasdig'ini topmaydi. Mamlakatning iqtisodiy rivojlanish darajasi qanchalik yuqori bo'lsa, ushbu ko'rsatkichdan chetlanish shunchalik yuqori bo'ladi.

Mamlakatning texnik-iqtisodiy rivojlanish darajasining yuqoriligi tovarlar va xizmatlar taklifining ko'payishiga va tashqi iqtisodiy faoliyatning rag'batlantirilishiga olib keladi. Bu esa iqtisodiyotning ochiqligini aniqlashda muhim omil bo'lib xizmat qilishi mumkin. Ishlab chiqarish kuchlarining rivojlanish darajasi yuqori, texnologik jihatdan chuqur mehnat taqsimotiga asoslangan tarmoq tarkibiga ega mamlakatlarda iqtisodiyotning ochiqlik darajasi ham yuqori bo'ladi. Mutlaq ko'rsatkichlar bo'yicha iqtisodiy salohiyati past tabiiy resurslar bilan kam ta'minlangan mamlakatlar iqtisodiyotining ochiqlik darajasi

esa past bo‘ladi. Qayd etib o‘tilganidek, iqtisodiyotning ochiqligi xalqaro raqobatning muhim sharti hisoblanadi.

Mamlakatlarning raqobatbardoshligi qanday aniqlanadi va u nimalarga bog‘liq? Nima sababdan ba‘zi mamlakatlar raqobat jihatdan boshqa mamlakatlarga nisbatan ilgari ketgan? Raqobatbardoshlik tushunchasiga iqtisodiy adabiyotda “firmalarning mavjud sharoitda raqobatchilariga nisbatan baho va bahosiz tavsifiga ko‘ra tovarlarni loyihalashtirish, tayyorlash va sotish borasidagi real va potensial imkoniyatlaridir”, deya ta’rif beriladi.

XX asrning 90-yillarida amerikalik iqtisodchi Garvard universiteti biznes maktabi vakili Maykl Porter “Mamlakatlarning raqobat afzalliklari” nomli kitobida xalqaro raqobatning zamonaviy muammolarini tahlil etdi. M. Porter fikricha, mamlakatning raqobatbardoshligini uning milliy kompaniyalari ta’minlab beradi, shuning uchun dastlab mamlakat raqobatbardoshligida emas, balki milliy kompaniyalar raqobatbardoshligini tashkil etish lozim. U mamlakat kompaniyalarining muvaffaqiyatini ta’minlab beradigan qulay muhitni yaratish quyidagi to‘rtga muhim ko‘rsatkichga bog‘liqligini ta’kidlaydi:

- ishlab chiqarish omillari bilan ta’minlanganlik;
- talab ko‘rsatkichlari;
- yaqin va xizmat ko‘rsatuvchi (yordam beruvchi) tarmoqlar;
- raqobat muhiti va firma strategiyasi.

Ushbu muhit doirasidagi milliy kompaniyalarning samarali faoliyati mamlakatning raqobatbardoshlik reytingini belgilab beradi. Mutaxassislar mamlakatning raqobatbardoshligini aniqlash uchun 340 dan ortiq ko‘rsatkichlar va 100 dan ortiq usullardan foydalanishadi. Mamlakatning raqobatbardoshligini aniqlashda quyidagilar asosiy omillar sifatida xizmat qiladi:

- iqtisodiy salohiyat va iqtisodiyotning o‘shish sur‘atlari;
- sanoat ishlab chiqarishning samaradorligi;
- ilmiy-texnik taraqqiyotning rivojlanish darajasi va uni o‘zlashtirish sur‘atlari;
- xalqaro mehnat taqsimotida qatnashish;
- ichki bozor hajmi va dinamikasi;
- iqtisodiyotda davlatning roli;
- moliya tizimining egiluvchanligi;

- mehnat resurslari bilan ta'minlanganlik va malaka darajasi;
- ichki siyosiy va ijtimoiy-iqtisodiy holat;
- iqtisodiyotning jahon talabiga moslashish darajasi va qobiliyati.

Shveysariyaning Lozanna shahrida joylashgan Menejmentni rivojlantirish xalqaro instituta (International Institute of Management Development, IMD) har yili dunyoning yetakchi 47 mamlakatiga raqobatbardoshlik nuqtayi nazaridan baho beradi. Tahlillar 287 mezon bo'yicha guruhlangan 8 ta omil bo'yicha amalga oshiriladi:

- milliy iqtisodiyot tavsifi;
- YAIM hajmi, investitsiyalar va jamg'armalar hajmi, pirovard iste'mol darajasi, aholi turmush darajasi, iqtisodiyotning amal kilish samaradorligi darajasi;
- iqtisodiyotning baynalmilallashuv darajasi;
- siyosiy tizimning barqarorligi;
- moliya tizimi;
- infratuzilma;
- boshqaruvning samaradorligi;
- fan va texnologiyalarning rivojlanish darajasi;
- mehnat resurslarining tavsifi.

Mamlakatlar raqobatbardoshligini tahlil etuvchi xalqaro tadqiqotlardan biri – bu Jahon iqtisodiy forumining (World Economic Forum, WEE) metodikasi hisoblanadi. Tadqiqot jarayonida mamlakatning iqtisodiy o'sishini baholashda o'rta va uzoq muddatli rivojlanish dinamikasini tavsiflovchi muhim makro va mikroiqtisodiy ko'rsatkichlar asosida raqobatbardoshlikning agregat indeklari hisoblanadi. Ushbu metodika 30 yildan buyon qo'llaniladi va uning natijalari Jahon iqtisodiy forumining Global raqobatbardoshlik to'g'risidagi (The Global Competitiveness Report) ma'ruzasida chop etiladi. Mamlakatning raqobatbardoshligini baholash ko'psonli ma'lumotlarni yig'ish asosida raqobatbardoshlik ko'rsatkichlarini asosiy omillar bo'yicha hisoblashni ko'zda tutadi. Keyin barcha omillarning raqobatbardoshlik ko'rsatkichiga qo'shgan hissasini aks ettiruvchi agregat indeks va subindeklar hisoblanadi. Zamonaviy raqobatbardoshlik metodikasida 12 ta asosiy omil ajratiladi.

Ta'kidlash joizki, «Iqtisodiy erkinlik indeksi» (Index of Economic Freedom), «Meros» (The Heritage Foundation) jamg'armasi tomonidan "The Wall Street Journal" bilan hamkorlikda 1995-yildan

buyon e'lon qilib kelinadi. Ushbu xalqaro reyting mamlakatlarning erkin tadbirkorlik, yaratilayotgan imkoniyatlar, farovonlik va fuqarolik jamiyatining rivojlanish darajalariga baho beradigan tizim bo'lgani bois respublikamizning investitsiyaviy jozibadorligi hamda xalqaro maydondagi mavqeyini mustahkamlash, davlat organlari va tashkilotlarida xalqaro reyting hamda indekslar bilan ishlashning yangi mexanizmlarini joriy qilishga nisbatan zamonaviy yondashuvni talab etadi.

15.2. Davlat darajasida integratsion jarayonlarni ishlab chiquvchi va amalga oshiruvchi liderlarning siyosiy erkinligi

Iqtisodiy integratsiya tovarlar savdosini erkinlashtirishdan boshlanib, uchinchi mamlakatlarga nisbatan umumiy bojxona tariflarini yaratishni ham o'z ichiga oladi, shuningdek, ishlab chiqarish omillarining davlatlaro erkin harakati bilan to'ldirilgan holda makroiqtisodiy siyosatni bir xillashtirish va davlatlar ustidan boshqaruv organlarini yaratish bilan tugallanadi. Integratsiya birlashmalari sonining tez sur'atlarda o'sishiga qaramay, ularning aksari qismi tashkil topishning boshlang'ich bosqichlaridadir.

MDH mamlakatlarida sho'ba korxonalarining ochilishi faol tarzda sotish talab etiladigan tovarlar savdosini kengaytirish, shartnomalar bo'yicha o'z vaqtida va to'liq ravishda yetkazib berilgan tovarlar uchun hech bir to'siqsiz hisob-kitob qilish muammolarini hal etishga imkon yaratadi.

Sanoat-texnik ahamiyatdagi mahsulotlar bo'yicha TMKni mashinasozlik mahsulotlari, shuningdek, murakkab assortimentdagi mahsulotlar ishlab chiqarish bo'yicha tashkil etish maqsadga muvofiqdir. Bunda filiallarning rentabelligini belgilash uchun MDHning mos mamlakatlarida sotiladigan resurslar hajmini aniqlab olish talab etiladi.

TMK huquqiy holatini belgilashda BMT tomonidan TMK va hukumatlar o'rtasidagi munosabatlar majmuasini tartibga solib turuvchi hujjatlar ishlab chiqilishini ham e'tiborga olish taqozo etiladi. Ularda barcha davlatlar uchun ochiq bo'lgan global mexanizm, ya'ni o'ziga xos tartiblar majmuasini yaratish ko'zda tutiladi. Xususan, u TMKning quyidagi tamoyil, maqsad va vazifalarini nazarda tutadi:

- milliy suverenitetni to'liq hurmat qilish;
- davlatlarning tabiiy resurslari, moddiy boyliklari va iqtisodiy faoliyati ustidan ajralmas suvereniteti;
- ichki va hukumatlararo munosabatlarga aralashmaslik;
- davlatning TMK faoliyatini tartibga solish va nazorat qilish, foydani taqsimlashda qatnashish va hududida joylashgan xorijiy mulkni milliylashtirish huquqi;
- xalqaro huquqdan foydalanish, adolatli tartib va qonuniy faoliyatni himoya qilish. Milliy tartib rivojlanish sohasidagi milliy iqtisodiy reja va maqsadlarga mos kelgan taqdirda TMKga havola etiladi.

Fan-texnika taraqqiyoti omillarining qiyosiy tahlili jahon tajribasidan o'tgan rivojlanish modellarida asosiy farq qiluvchi omillarni aniqlashga imkon beradi. Bu bir tomondan, fan, ta'lim va ko'p ilm talab qiluvchi tarmoqlarni rivojlantirishga asoslangan dinamik o'sishdir. Urushdan keyingi davrlarda bu Yaponiya va Germaniyada, 80-yillarda Janubiy-Sharqiy Osiyoning yangi industrial mamlakatlarida kuzatilgan. Boshqa tarafdin, mazkur davrda maqbul innovatsiya muhitini yarata olmagan, fan va ta'lim tizimlari tanazzuliga olib kelgan inflyatsiya o'sishi Lotin Amerikasi mamlakatlari uchun xos bo'lgan. Ishlab chiqarish va kapitalning globallasuvi sharoitida milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligi alohida ahamiyat kasb etadi.

Globalashuv davrida ochiq iqtisodiyotga ega mamlakatlarning rivojlanishi xalqaro iqtisodiy munosabatlarning turli shakllardan foydalanishning intensivligiga bog'liq bo'lib, xalqaro iqtisodiy munosabatlarning har bir yo'nalishi mamlakat raqobatbardoshligini ta'minlashda alohida o'rin egallaydi. Jahon iqtisodiyoti rivojlanishining hozirgi bosqichida xalqaro darajadagi raqobat muhitiga moslashish va raqobatbardoshlikni ta'minlash jarayoni har bir mamlakat iqtisodiyoti oldida turgan muhim vazifalardan biri hisoblanadi. Bu borada mamlakatimiz iqtisodiyoti oldida turgan muammolarni tizimli asosda bartaraf etish muhim ustuvor ahamiyatga ega ekanligi to'g'risida O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning 2018-yil 28-dekabrda Oliy Majlisga Murojaatnomasida quyidagicha to'xtalib o'tgan edi: «Bugun biz shiddat bilan o'zgarib borayotgan zamonda yashamoqdamiz. Dunyo

miqyosida manfaatlar kurashi, raqobat tobora avj olib, xalqaro vaziyat keskinlashib bormoqda. Biz kelgusi yil uchun amaliy rejalar tuzar ekanmiz, xalqaro maydondagi ana shunday murakkab vaziyatni hisobga olgan holda, taraqqiyotimizning ustuvor yo‘nalishlarini aniq-ravshan belgilab olishimiz zarur.

Yuqoridagi holatlar milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligining tovar va xizmatlar, korxonalar, tarmoqlar, hududlar va mamlakat darajasidagi omillaridan samarali foydalanishga doir muammolarni tizimli tartibda o‘rganish, tadqiq etish masalasini dolzarb ahamiyatga ega ekanligidan dalolat beradi.

15.3. Rivojlanayotgan davlatlarda qishloq va suv xo‘jaligini boshqarish tizimini isloh qilish, oziq-ovqat xavfsizligini ta‘minlash

Oziq-ovqat xavfsizligi juda keng tushuncha bo‘lib, birinchi navbatda mustaqil davlatning boshqa davlatlarga aynan oziq-ovqat mahsulotlariga nisbatan bog‘liq, ya‘ni tobe emasligini bildiradi. Shuningdek, aholi ehtiyojini fiziologik me‘yorlarga mos ravishda iste‘mol tovarlari bilan yetarli darajada ta‘minlashni nazarda tutadi. Hozirgi vaqtda rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlar oziq-ovqat yetishtirish borasida olib borayotgan samarali faoliyatga qaramasdan, oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarish hajmining o‘sishi aholi soni o‘shidan orqada qolmoqda, bu esa qishloq xo‘jaligini rivojlantirish uchun yetarli sharoit mavjud bo‘lmagan mamlakatlarda muammo tobora chuqurlashib borayotganini ko‘rsatmoqda.

Yer yuzida aholi sonining o‘sishi, iqtisodiy tangliklar, iqlim sharoitining o‘zgarishi va boshqa omillar sababli insoniyatning oziq-ovqat mahsulotlariga talabini qondirish tobora qiyinlashmoqda. BMTning Oziq-ovqat va qishloq xo‘jaligi tashkiloti hamda Butunjahon Sog‘liqni Saqlash tashkiloti ma‘lumotlariga ko‘ra, hozirgi vaqtda dunyoda 840 milliondan ortiq kishi, ya‘ni deyarli har 8 odamning biri to‘yib ovqatlanmayapti. Eng so‘nggi tadqiqotlar esa sayyora aholisining 30 foizidan ziyodi to‘yib ovqatlanmaslik oqibatida eng asosiy mikroelement va vitaminlar yetishmasligi

muammosidan aziyat chekayotganini, 52 mamlakatda ochlikning «jiddiy», «xavotirli» va «favqulodda jiddiy» darajalari qayd etilganini ko'rsatmoqda. Buning oqibatida dunyodagi 160 milliondan ortiq bolada bo'y o'sishi, jismoniy va intellektual rivojlanish bilan bog'liq jiddiy kamchiliklar kuzatilmoqda.

Keyingi uch yilda esa ushbu ko'rsatkichlarning salbiy tomonga o'zgarayotgani qayd etilmoqda. Shu o'rinda ochlikdan aziyat chekayotgan aholining aksariyati, ya'ni, 520 milliondan ortig'i osiyoliklar ekanini ta'kidlash joiz. Aholi soni tez ko'payib borayotgani, oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarish imkoniyatlari cheklanayotgani sababli ko'plab mamlakatlarda aholini sifatli oziq-ovqat bilan ta'minlash masalasi asosiy muammoga aylanmoqda.

O'zbekistonda mustaqillik yillarida ushbu sohada juda katta yutuqlar qo'lga kiritildi, jumladan, qishloq xo'jaligi mahsulotlarining ishlab chiqarish hajmi ikki barobar ortdi. Mamlakatimizda oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash jamiyatning ijtimoiy-iqtisodiy holatini barqaror rivojlantirish, fuqarolarning sog'lig'i va hayotini yaxshilash, milliy xavfsizligi va mamlakat mustaqiligini barqaror saqlashning asosiy yo'nalishlaridan biriga aylandi. Mazkur yo'nalishda Respublikamizda aholini sifatli oziq-ovqat mahsulotlari bilan barqaror ta'minlash, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini yetishtiruvchilarni qo'llab- quvvatlash bo'yicha strategik jihatdan maqsadli hamda izchil chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda.

Mamlakatimizning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini ta'minlash maqsadida Prezidentimiz Sh.M.Mirziyoyev tomonidan 2017-yil 7-fevralda imzolangan "2017–2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishlari bo'yicha Harakatlar strategiyasi" to'g'risidagi Farmonining, iqtisodiyotni rivojlantirish va liberallashtirishning ustuvor yo'nalishlarida ham oziq-ovqat xavfsizligiga alohida e'tibor qaratilib, tarkibiy o'zgartirishlarni chuqurlashtirish va qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishini izchil rivojlantirish, mamlakat oziq-ovqat xavfsizligini yanada mustahkamlash, ekologik toza mahsulotlar ishlab chiqarishni kengaytirish, agrar sektorning eksport

salohiyatini sezilarli darajada oshirish ustuvor vazifa sifatida belgilangan.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil uchun mo‘ljallangan eng muhim ustuvor vazifalar haqidagi Oliy majlis Murojaatnomasida “Qishloq xo‘jaligidagi islohotlardan maqsad – iqtisodiy foyda ko‘rish bilan birga, oziq-ovqat xavfsizligini ta‘minlash, xalq farovonligini oshirishdan iboratdir. Buni hech qachon esimizdan chiqarmasligimiz zarur. Vazirlar Mahkamasi ikki oy muddatda “2019–2024 yillarda mamlakatda oziq-ovqat xavfsizligini ta‘minlash milliy dasturi”ni qabul qilishi kerak” – taklifini bildirgan edi. Mamlakatimizda yiliga 20 million tonnada ortiq meva-sabzavot mahsulotlari yetishtiriladi. So‘nggi yillardagi 800 ming tonna qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini saqlash sig‘imlariga ega bo‘lindi. Biroq bu endilikda ehtiyojimizga kamlik qiladi. Demak bu masala mamlakatning iqtisodiy xavfsizlikning eng muhim tarkibiy qismi hisoblangan oziq-ovqat xavfsizligini ta‘minlash borasida olib borilayotgan ishlarni har tomonlama tizimli o‘rganish va rivojlantirish istiqbollari yanada takomillashtirish yuzasidan nazariy va amaliy taklif hamda tavsiyalar ishlab chiqish va amaliyotga tatbiq qilish dolzarb vazifa hisoblanadi. Agar ishlab chiqargan mahsulotlarni saqlashni kamida 10 foizga yetkazilsa xalqimizni yil davomida bir maromdagi narxlarbop oziq-ovqat bilan ta‘minlanish imkoniyati mavjud bo‘ladi.

Oziq-ovqat xavfsizligini hal etishda bir qator qiyinchiliklar mavjudligiga qaramay, mamlakatimizda qishloq xo‘jaligi mahsulotlari ishlab chiqarish hajmini ham miqdor, ham sifat jihatdan muntazam oshirib borish va shu orqali oziq-ovqat ta‘minotini mustahkamlash borasida salmoqli natijalar qo‘lga kiritildi. O‘zbekiston o‘zining oziq-ovqat xavfsizligini ta‘minlash bilan birga, meva-sabzavot va boshqa qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini eksport qilish orqali xorijiy davlatlarning oziq-ovqat ta‘minotiga munosib hissa qo‘shayotgani xalqaro hamjamiyat tomonidan yuksak e‘tirof etilmoqda. Jumladan, BMT “Oziq-ovqat va qishloq xo‘jaligi tashkiloti (FAO)”ning 2015-yilda oziq-ovqat xavfsizligini ta‘minlash sohasida “Ming yillik rivojlanish maqsadlari”ga erishgani uchun maxsus mukofotiga sazovor bo‘lgan dunyodagi 14 ta

davlatning biri sifatida mamlakatimizning e'tirof etilgani bu boradagi izchil siyosatimizga berilgan munosib baho bo'ldi.

Birlashgan Millatlar tashkilotining "Oziq-ovqat va qishloq xo'jaligi tashkiloti" (FAO) tomonidan qabul qilingan tushuncha quyidagicha: "Barcha odamlar o'z oziqlanish ehtiyojlari va shaxsiy xohishlariga binoan hamda faol va sog'lom hayotni ta'minlash uchun yetarli me'yorda xavfsiz va to'yimli oziq-ovqat mahsulotlariga ega bo'lish uchun jismonan, iqtisodiy va ijtimoiy imkoniyatlarga egaligi – oziq-ovqat xavfsizligi ta'minlandi, demakdir". FAO mutaxassisleri fikriga ko'ra, oziq-ovqat xavfsizligi ko'rsatkichlari quyidagilardir:

- barqarorlik;
- oziq-ovqat mavjudligi;
- oziq-ovqatga ega bo'la olish;
- foydalanish. Aholini oziq-ovqat mahsulotlari bilan yetarli darajada ta'minlash mamlakat oziq-ovqat xavfsizligining bir qismi hisoblanadi. Aholini asosiy oziq-ovqat turlariga bo'lgan ehtiyojlarini qondirish, oziq-ovqat narxi va sifati uyg'unligini ta'minlash va oziq-ovqat xavfsizligi davlat tomonidan kafolatlanishi ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishning asosiy shartlaridan biridir.

Oziq-ovqat xavfsizligining tarkibiy qismlari quyidagilarga bo'linadi:

I. Oziq-ovqat bilan jismoniy ta'minlanish: - Qishloq xo'jaligi va qayta ishlash sanoatining samarali faoliyat yuritishi; - Oziq-ovqat mahsulotlari va xomashyo bozorining rivojlanishi; - Savdo tarmoqlarining rivojlanishi; - Yangi ish o'rinlarining yaratilishi; - Aholini ish bilan bandligini qo'llab-quvvatlashdir.

II. Oziq-ovqat bilan iqtisodiy ta'minlanish: - Aholi daromadlarining barqaror darajasini qo'llab-quvvatlash; - Mamlakatda iqtisodiy barqarorlikni ta'minlash; - Narx darajasini tartibga solish; - yer uchastkalarini olish uchun sharoit yaratish; - Byudjet to'lovlarining o'sishi.

III. Xavfsiz ovqatlanish: - Mahsulot va xomashyo sifatini nazorat qilish; - Sifatni boshqarish tizimini yaratish va sertifikatsiyalash; - Aholi salomatligini yaxshilash; - Sog'lom turmush tarzini

shakllantirish. Mamlakatda oziq-ovqat xavfsizligining tarkibiy qismlarini amalga oshirish nuqtayi nazardan ham keyingi yillarda yurtimizda oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash masalasiga eng dolzarb vazifa sifatida qarala boshlandi.

O'tgan yili AQSHning izlanishlar markazi tomonidan o'tkazilgan tadqiqot natijalariga ko'ra, O'zbekiston oziq-ovqat xavfsizligi reytingida yuqorilab, 64-o'rinni egalladi.

Nazorat uchun savollar.

1. Jahon amaliyotida iqtisodiyotning ochiqlik darajasi qaysi ko'rsatkichlar orqali aniqlanadi?

2. Mamlakatning raqobatbardoshligini aniqlashning asosiy omillari nimalardan iborat?

3. TMKning tamoyil, maqsad va vazifalarini tushuntirib bering.

4. MDH mamlakatlarida sho'ba korxonalarining ochilishi qanday muammolarning hal etilishiga imkon yaratadi?

5. O'zbekistonda oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash bo'yicha qanday ishlar olib borilayapti.

6. Yer yuzida aholi sonining o'sishi oqibatlarini to'g'risida o'z fikrlaringizni bildiring.

16-MAVZU. MEHNAT STANDARTLARI

16.1. Xalqaro mehnat tashkiloti

Mehnat munosabatlarini xalqaro miqyosda tartibga solish maqsadi koʻzlanib, 1919-yilda Versal tinchlik shartnomasi asosida, oʻsha vaqtdagi Millatlar Ligasining tarkibiy boʻlinmasi sifatida **Xalqaro mehnat tashkiloti** (inglizcha: International Labour Organization, ILO) tashkil etilgan edi. Hozirgi paytda u Birlashgan Millatlar tashkilotining ixtisoslashtirilgan muassasasi hisoblanadi. Uning Ustavi 1919-yilda tuzilgan, 1922, 1945, 1953 va 1972-yillarda oʻzgartirishlar kiritilgan.



Xalqaro mehnat tashkiloti bugungi kunda jahondagi 185 mamlakatni birlashtirgan. Uning qarorgohi Jenevada joylashgan. Moskvada Xalqaro mehnat tashkilotining Sharqiy yevropa va Markaziy Osiyo davlatlari uchun Mintaqaviy byurosi faoliyat olib boradi.

Xalqaro mehnat tashkilotining faoliyati Filadelfiya deklaratsiyasida (1944-yil) eʼlon qilingan quyidagi tamoyillarga asoslanadi:

- mehnat tovar emas;
- soʻz erkinligi va birlashish erkinligi doimiy taraqqiyotning zaruriy shartidir;
- har qanday joydagi qashshoqlik umumiy farovonlik uchun tahdidlidir;
- irqi, eʼtiqodi yoki jinsidan qatʼi nazar, barcha odamlar erkinlik va inson qadr-qimmatini hurmatlash, iqtisodiy barqarorlik va teng imkoniyatlar sharoitida moddiy farovonlik va maʼnaviy rivojlanish huquqiga egadirlar.

Xalqaro mehnat tashkilotining asosiy maqsadlari ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotga, farovonlikni oshirishga va odamlarning mehnat sharoitlarini yaxshilashga yordam koʻrsatish, inson huquqlarini himoya qilishdir.

Xalqaro mehnat tashkiloti ana shu asosiy maqsadlaridan kelib chiqqan holda quyidagilarni o'zining asosiy vazifalari sifatida belgilagan:

- ijtimoiy-mehnat muammolarini hal etishga yo'naltirilgan kelishilgan siyosat va dasturlarni ishlab chiqish;

- konvensiyalar va tavsiyalar shaklida xalqaro mehnat me'yorlarini ishlab chiqish va qabul qilish;

- a'zo mamlakatlarga ish bilan bandlik, ishsizlikni kamaytirish va mehnat migratsiyasini tartibga solishda yordam ko'rsatish;

- inson huquqlarini himoya qilish (mehnat qilish, birlashish, jamoaviy muzokaralar olib borish, majburiy mehnatdan himoyalani, kamsitish va hokazo huquqlar);

- kambag'allika qarshi kurashish, mehnatkashlarning turmush darajasini yaxshilash, ijtimoiy ta'minotni rivojlantirish;

- ish bilan bandlar va ishsizlarni kasbiy tayyorlash va qayta tayyorlashga ko'maklashish;

- mehnat sharoitlarini va ishlab chiqarish muhitini, mehnat xavfsizligi va gigiyenasini, atrof muhitni muhofaza qilish va tiklashni yaxshilash;

- mehnatkashlar va tadbirkorlar tashkilotlariga ularning hukumatlar bilan birgalikda ijtimoiy-mehnat munosabatlarini tartibga solish bo'yicha ishlariga yordam ko'rsatish;

- mehnatkashlarning eng nochor guruhlarini (ayollar, yoshlar, katta yoshdagilar, mehnat muhojirlarini) himoya qilish choralarini ishlab chiqish va amalga oshirish.

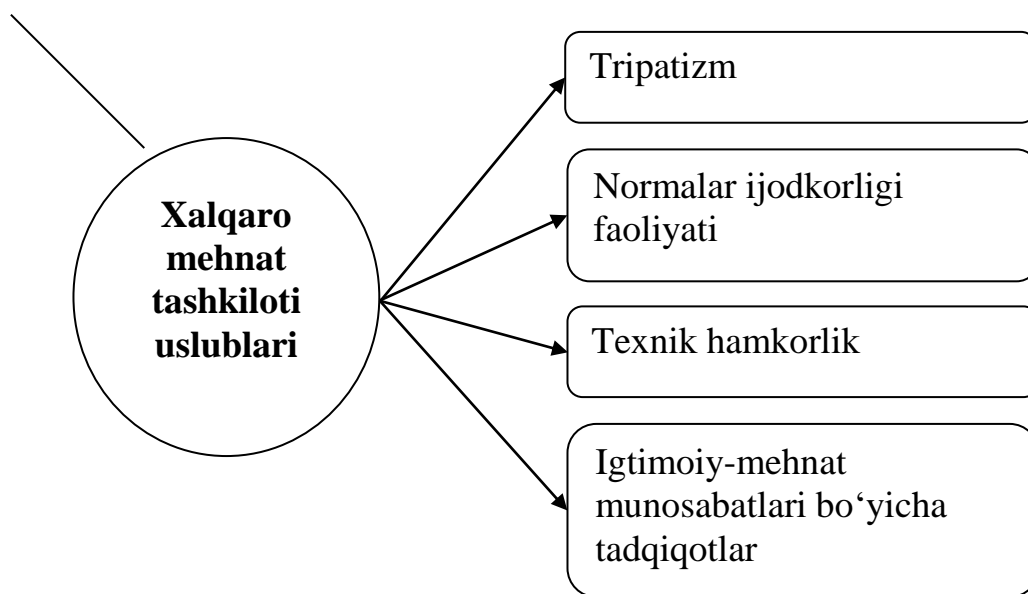
Xalqaro mehnat tashkiloti o'z faoliyatida turli uslublarni qo'llaydi. Ularning asosiylari sifatida quyidagilarni ko'rsatish mumkin (1-rasm):

- hukumat, mehnatkashlar va tadbirkorlar tashkilotlari ijtimoiy sherikligini (tripatizmni) rivojlantirish;

- xalqaro mehnat normalarini: konvensiyalar va tavsiyalarni ishlab chiqish va qabul qilish hamda ularning ishlatilishini nazorat qilish (normalar ijodkorligi faoliyati);

- mamlakatlarga ijtimoiy-mehnat munosabatlarini hal etishda yordam berish (texnik hamkorlik);

- ijtimoiy-mehnat munosabatlari bo'yicha tadqiqotlar o'tkazish va ularni e'lon qilish.



1-rasm. Xalqaro mehnat tashkiloti faoliyatining uslublari

Tripartizm — Xalqaro mehnat tashkiloti ish faoliyatining asosiy uslubi hisoblanadi. Tashkilotning fikricha, ijtimoiy-mehnat munosabatlarini faqat tripartizm — hukumat, mehnatkashlar va tadbirkorlarning kelishilgan harakatlari orqaligina hal etish mumkin. Bunda ish beruvchilar va mehnatkashlarning birlashmalari (“ijtimoiy sheriklar”) hukumatlarning siyosiy yo‘nalishi va dasturlarini shakllantirishda ular bilan teng ovozga egadirlar.

Mehnat sohasidagi asosiy huquqlarning minimal standartlari belgilab qo‘yiluvchi Konvensiyalar va Tavsiyalar shaklida qabul qilinadigan xalqaro mehnat me‘yorlarini ishlab chiqish Xalqaro mehnat tashkilotining eng muhim va o‘ziga xos funksiyalaridan biridir. Xalqaro mehnat tashkilotining a‘zosi bo‘lgan davlat hukumati ushbu Konvensiyalar va Tavsiyalarni ularni ratifikatsiyalash to‘g‘risida qaror qabul qilish uchun o‘z mamlakatining vakolatli milliy organiga (ko‘pincha parlamentga) taqdim etilishini tashkil qiladi. Xalqaro mehnat tashkilotiga a‘zo davlat u yoki bu **Konvensiyani** ratifikatsiyalaganda undagi qoidalarni milliy qonun hujjatlarida va amaliyotda qo‘llash majburiyatini o‘z zimmasiga oladi. Xalqaro mehnat tashkilotining **Tavsiyalari** unchalik majburiy tusda bo‘lmasdan, siyosat, qonunchilik va amaliy faoliyat sohasida qo‘llanma vazifasini bajaradi.

1998-yilda Xalqaro mehnat konferensiyasi **Mehnat sohasidagi eng asosiy tamoyillar va huquqlar to'g'risida deklaratsiyani** qabul qildi. Unda ta'kidlanishicha, Xalqaro mehnat tashkilotiga a'zo davlatlar (ular tegishli Konvensiyalarni ratifikatsiyalagan yoki ratifikatsiya qilimaganligidan qat'i nazar) faqat ushbu tashkilotga a'zo bo'lganliklarining o'zi sababli ham Deklaratsiyada belgilab qo'yilgan mehnat sohasidagi fundamental tamoyillar va huquqlarga rioya etishlari, ularni qo'llashlari hamda hayotga sidqidildan tatbiq qilishlari shart. Bu asosiy tamoyillar va huquqlar quyidagilardan iborat:

- mehnatkashlar va ish beruvchilarning tashkilotga birlashish hamda jamoa muzokaralarini yuritish huquqi;
- majburiy mehnatning barcha shakllariga barham berish;
- bolalar mehnatini ta'sirchan taqiqlash;
- mehnat va mashg'ulotlar sohasidagi kamsitishlarni bartaraf etish.

1992-yilning mart oyida O'zbekiston Respublikasi Xalqaro mehnat tashkilotining to'la huquqli a'zosi bo'lgan. O'zbekiston Respublikasi tomonidan Xalqaro mehnat tashkilotining 13 ta konvensiyasi, shu jumladan, 6 ta asosiy konvensiyasi ratifikatsiya qilingan (1-jadval).

Xalqaro mehnat tashkilotining ijtimoiy-mehnat munosabatlarini tartibga solishga yo'naltirilgan konvensiyalarini shartli ravishda ikki guruhga bo'lish mumkin:

1. Xalqaro mehnat tashkilotiga a'zo davlatlar birinchi navbatda ratifikatsiya qilinishi lozim bo'lgan universallik xususiyatiga ega quyidagi konvensiyalar: 1930-yilgi Majburiy mehnat to'g'risidagi 29-, 1948-yilgi Uyushish erkinligi va birlashish huquqini himoyalash to'g'risidagi 87-, 1949-yilgi Jamoa muzokaralarini tashkil etish va yuritish huquqi prinsiplarini qo'llash to'g'risidagi 98-, 1951-yilgi Teng haq to'lash to'g'risidagi 100-, 1957-yilgi Majburiy mehnatni tugatish to'g'risidagi 105-, 1958-yilgi Mehnat va kasb sohasida kamsitish to'g'risidagi 111-, 1973-yilgi Eng kichik yosh to'g'risidagi 138-konvensiyalar.

**O‘zbekiston tomonidan ratifikatsiya qilingan
Xalqaro mehnat tashkilotining konvensiyalari**

Konvensiya raqami	Konvensiyaning nomlanishi	Konvensiya O‘zbekiston tomonidan ratifikatsiya qilingan sana
29	Majburiy mehnat to‘g‘risidagi konvensiya	1997-yil 30- avgust
47	Qirq soatlik ish haftasi to‘g‘risidagi konvensiya	1995-yil 6-may
52	Haq to‘lanadigan ta‘til to‘g‘risidagi konvensiya	1995-yil 6-may
98	Jamoa muzokaralarini tashkil etish va yuritish huquqi prinsiplarini qo‘llash to‘g‘risidagi konvensiya	1997-yil 30-avgust
100	Teng haq to‘lash to‘g‘risidagi konvensiya	1997-yil 30-avgust
103	Onalikni muhofaza qilish to‘g‘risidagi konvensiya	1995-yil 6-may
105	Majburiy mehnatni tugatish to‘g‘risidagi konvensiya	1997-yil 30-avgust
111	Mehnat va ish turlari sohasida kamsitish to‘g‘risidagi konvensiya	1997-yil 30-avgust
122	Ish bilan ta‘minlash sohasidagi siyosat to‘g‘risidagi konvensiya	1995-yil 6-may
135	Mehnatkashlarning vakillari to‘g‘risidagi konvensiya	1997- yil 30 - avgust
138	Eng kichik yosh to‘g‘risidagi konvensiya	2008-yil 4- aprel
154	Jamoa muzokaralarini olib borish to‘g‘risidagi konvensiya	1997-yil 30- avgust
182	Bolalar mehnatining eng yomon shakllari to‘g‘risidagi konvensiya	2008-,yil 4- aprel

Jamoa muzokaralarini tashkil etish va yuritish huquqi prinsiplarini qo‘llash to‘g‘risidagi 98-konvensiyada mehnatkashlar ish bilan ta‘minlanishida birlashmalar erkinligini cheklashga

qaratilgan har qanday kamsitish harakatlariga qarshi tegishli himoyadan foydalana olishlari ko'rsatilgan. Bunday himoya quyida ko'zlangan harakatlarga nisbatan yanada mas'uliyatliroq qo'llaniladi:

- mehnatkashni ish bilan ta'minlashda jamoat birlashmasiga qo'shilmaslik yoki kasaba uyushmasi a'zosi huquqidan voz kechish shartini qo'yish;

- mehnatkashni birlashmaga a'zo bo'lgani uchun va birlashma faoliyatida ish vaqtidan tashqari, yoki ish beruvchi roziligi bilan ish vaqtida ishtirok etganligi tufayli unga ziyon yetkazish yoki bo'shatish.

Xalqaro mehnat tashkilotining asosiy maqsadlari ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotga, farovonlikni oshirishga va odamlarning mehnat sharoitlarini yaxshilashga yordam ko'rsatish, inson huquqlarini himoya qilishdir.

16.2. Jamoa shartnomalari

Jamoa shartnomalari orqali ish bilan ta'minlanish sohasidagi shart-sharoitlarni tartibga solish maqsadida, zarur hollarda, ish beruvchilar yoki ish beruvchilarning tashkilotlari va mehnatkashlarning tashkilotlari o'rtasidagi ixtiyoriy muzokaralar mexanizmining to'la rivojlanishiga va undan samarali foydalanishga ko'maklashish va rag'batlantirish uchun milliy sharoitga mos keladigan chora-tadbirlar ko'riladi.

1973-yilgi Eng kichik yosh to'g'risidagi 138-konvensiya bolalar mehnatini batamom bekor qilishni ta'minlashga hamda ishlashga yoki yollanishga ruxsat etilgan eng kichik yoshni o'smirlarning to'la jismoniy va aqliy rivojlanish darajasiga mos keladigan yoshgacha bosqichma-bosqich oshirishga yo'naltirilgandir. Konvensiyada belgilab qo'yilgan qoidaga ko'ra, mehnat faoliyatiga jalb qilish uchun eng kichik yosh majburiy maktab ta'limini tugallash uchun zarur bo'lgan yoshdan kam bo'lmasligi kerak va har qanday holda o'n besh yoshdan kichik bo'lmasligi zarur. Iqtisodiyoti va ta'lim imkoniyatlari yetarlicha rivojlanmagan Xalqaro mehnat tashkilotining a'zosi, ish beruvchilar va mehnatkashlarning tegishli

tashkilotlari bilan maslahatlashilgandan so‘ng dastavval eng kichik yosh deb o‘n to‘rt yoshni belgilashi mumkin.

2. Xalqaro mehnat tashkiloti hujjatlarining ushbu guruhini alohida subyektlar va mehnat huquqining turlariga taalluqli konvensiyalar tashkil etadi. Ularga 1958-yilgi Mehnat va ish turlari sohasida kamsitish to‘g‘risidagi 111-, 1968-yildagi Ish bilan ta‘minlash sohasidagi siyosat to‘g‘risidagi 122-, 1971-yilgi Mehnatkashlarning vakillari to‘g‘risidagi 135-, 1983-yilgi Nogironlar kasbi va bandliligini tiklash to‘g‘risidagi 159-, konvensiyalar va boshqalar kiradi.

Jumladan, Mehnatkashlarning vakillari to‘g‘risidagi 135-konvensiyada **“mehnatkashlar vakillari”** deyilganda milliy qonun hujjatlariga yoki amaliyotga muvofiq:

– kasaba uyushmalari vakillari, ya‘ni kasaba uyushmalari yoki ushbu kasaba uyushmalari a‘zolari tomonidan tayinlangan yoki saylangan vakillar;

– saylangan vakillar, ya‘ni milliy qonun hujjatlari yoki jamoa shartnomalari qoidalariga muvofiq korxonada mehnatkashlari tomonidan erkin saylanadigan vakillar va ushbu vakillarning funksiyalari tegishli mamlakatdagi kasaba uyushmalarining mutlaq vakolatlari, deb e‘tirof etiladigan faoliyat turini o‘z ichiga olmaydi.

Korxonadagi mehnatkashlarning vakillari ularga zarar yetkazish mumkin bo‘lgan har qanday xatti-harakatlarga qarshi, shu jumladan, ularning mehnatkashlar vakili sifatidagi maqomiga yoki faoliyatiga asosan yoki ularning birlashmaga a‘zo bo‘lganligiga, yoki ularning birlashma faoliyatida ishtirok etganligiga asosan bo‘shatilishiga qarshi samarali himoyadan, ular qanchalik amaldagi qonun hujjatlariga yoki jamoa shartnomalariga yoki boshqa birgalikda kelishilgan shartnomalarga muvofiq ravishda faoliyat olib borgan bo‘lsalar, shu darajada foydalanadilar.

Xalqaro mehnat tashkilotining ijtimoiy-mehnat munosabatlarini tartibga solishga yo‘naltirilgan yana quyidagi konvensiyalarini ko‘rsatish mumkin:

– ishga qabul qilish va kasbiy tayorgarlikda irqi, tanasining rangi, jinsi, e‘tiqodi, siyosiy qarashlari, milliy yoki ijtimoiy kelib chiqishi

bo'yicha kamsitishga yo'l qo'yib bo'linmasligi to'g'risidagi Mehnat va ish bilan bandlik sohasida kamsitishga nisbatan 111-konvensiya;

- davlatlarning ish bilan bandligini ta'minlash yuzasidan faol siyosat olib borishga da'vat etilgan 122-konvensiya;

- eng kam ish haqiga oid 131-konvensiya;

- mehnat xavfsizligi va gigiyenasi sohasida milliy davlat siyosati tamoyillari to'g'risida 155-konvensiya;

- korxonalarda gigiyena xizmatini tashkil etish to'g'risidagi 161-konvensiya;

- tungi ish vaqtiga oid me'yorlarni o'z ichiga oladigan 171-konvensiya;

- to'liqsiz ish vaqtini tartibga solishga qaratilgan 175-konvensiya va boshqalar²⁸.

Xalqaro mehnat tashkiloti hozirgacha umuman 188 ta konvensiya va 200 ta tavsiya qabul qilgan. Keyingi yillarda Xalqaro mehnat tashkiloti ijtimoiy-mehnat munosabatlarini tartibga solish masalalari bo'yicha eskirib qolgan me'yorlardan xalos bo'lish va norma ijodkorligini yangi, yuqoriroq darajaga ko'tarish uchun "birlashtirilgan hujjatlar" qabul qilish choralari ko'rmoqda.

16.3. Jahon iqtisodiyotini o'sishini ta'minlashda xalqaro mehnat standartlarini rol

Mehnat sohasida xalqaro-huquqiy standartlar mazmunini to'liq yoritish uchun muhim qonuniy asos sifatida O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasini olishimiz mumkin. Konstitutsiyaning muqaddimasida xalqaro huquqning umume'tirof etilgan qoidalari ustunligi tan olinishi belgilangan. O'zbekiston Respublikasi Mehnat Kodeksi 10-moddasida xalqaro shartnomalar, konvensiyalarning O'zbekiston Respublikasi mehnat to'g'risidagi qonun hujjatlariga nisbati belgilab qo'yilgan. Unda qayd etilishicha, agar O'zbekiston Respublikasining xalqaro shartnomasida yoki Xalqaro mehnat tashkilotining O'zbekiston tomonidan ratifikatsiya qilingan

²⁸ Xalqaro Mehnat tashkilotining asosiy konvensiyalari va tavsiyalari. / O'zbekcha nashr uchun mas'ul muharrir A.X.Saidov. — T.: Inson huquqlari bo'yicha O'zbekiston Respublikasi Milliy markazi, 2008. — 240 bet.

konvensiyasida xodimlar uchun mehnat to'g'risidagi qonunlar yoki boshqa normativ hujjatlarga nisbatan imtiyozliroq qoidalar belgilangan bo'lsa, xalqaro shartnoma yoki konvensiyaning qoidalari qo'llaniladi.

Milliy mehnat qonunchiligimizni rivojlantirishning asosiy yo'nalishlaridan biri uni xalqaro huquq normalariga muvofiqligini ta'minlashdan iboratdir. Shu bilan birgalikda, mehnat munosabatlarini huquqiy tartibga solish uchun belgilangan xalqaro va xorij huquqiy g'oyalari, normalar va modellarga bog'liqligini rad etmagan holda, milliy huquq tizimining o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olish lozim, chunki asrlar osha bizga yetib kelgan milliy urf-odat va qadriyatlarni saqlab qolish kerak.

Yoshlar mehnatini xalqaro-huquqiy tartibga solish turli shakllarda amalga oshiriladi, biroq inson huquqlarining umume'tirof etilgan asoslari mehnat huquqi asoslariga ham taalluqlidir. Xalqaro hamjamiyat shuni e'tirof etadiki, ushbu huquqni birlashtiruvchi dastlabki asos o'zining universalligi, ajralmasligi, o'zaro aloqadorligi bilan ajralib turadi. Aynan shuning uchun muayyan huquq yoki erkinlik boshqa huquq va erkinlikka zid kelishi va uning zarariga talqin qilinishi mumkin emas.

Mehnat sohasida inson huquqlari, boshqacha aytganda, xalqaro mehnat huquqlari milliy huquq tizimini shakllantiradi va ular kamida uchta pog'onada bo'ladi: xalqaro, hududiy, davlatlararo hamkorlik. Xalqaro darajadagi inson mehnat huquqlari BMT, XMTning hujjatlarida mustahkamlanadi. Hududiy darajada esa davlatlarning hududiy birlashmalari miqyosidagi hujjatlarda aks etadi. Xususan, ularga Mustaqil Davlatlar Hamdo'stligi, Shanxay Hamkorlik Tashkiloti kabi hududiy tashkilotlar kiradi. Ikki tomonlama xalqaro hamkorlik doirasida mehnat huquqlari davlatlararo shartnomalar doirasida amalga oshiriladi, buni ayniqsa davlatlararo mehnat migratsiyasida yaqqol ko'rish mumkin bo'ladi.

Inson mehnat huquqlari sohasidagi asosiy xalqaro hujjatlar ma'lum darajada yoshlarga ham taalluqlidir. Masalan, 1948-yil 10-dekabrda Inson huquqlari umumjahon deklaratsiyasining 23-moddasida belgilanishicha, "Har bir shaxs mehnat qilish, erkin kasb tanlash, adolatli va qulay mehnat sharoitlarida ishlash va

ishsizlikdan himoyalaniş huquqiga ega. Shuningdek, har bir shaxsga hech qanday kamsitishlarsiz teng mehnat uchun teng haq olish huquqi beriladi. Har bir shaxs kasaba uyushmalari tuzish va o‘z manfaatlarini himoya qilish uchun kasaba uyushmalariga kirish huquqiga ega”.

Inson huquqlari umumjahon deklaratsiyasida mustahkamlangan shaxsning mehnat huquqlari mazmuni bo‘yicha mehnat sohasida xalqaro-huquqiy tamoyillarni o‘zida ifodalaydi. Keyinchalik ushbu huquqlar 1966-yil 16-dekabrda iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy huquqlar to‘g‘risidagi xalqaro Paktda sezilarli darajada kengaytirilgan. Xususan, mazkur Paktning 6-moddasida qayd etilishicha, Paktda ishtirok etuvchi davlatlar mehnat qilishga bo‘lgan huquqni tan oladi hamda mazkur huquqni ta‘minlashga doir tegishli chora-tadbirlar ko‘radi. Bundan tashqari asosiy mehnat huquqlari fuqarolik va siyosiy huquqlar to‘g‘risidagi xalqaro Paktda ham o‘z ifodasini topgan. Paktning 8-moddasida “Hech kimni mehnatga majburlash mumkin emas hamda majburiy mehnatga yo‘l qo‘yilmaydi” deb belgilangan.

Mehnat to‘g‘risidagi ayrim qoidalar mintaqaviy xalqaro tashkilotlarning hujjatlarida ham o‘z ifodasini topgan. Xususan, 1950-yilgi Inson huquqlari va asosiy erkinliklarining himoyasi to‘g‘risidagi Konvensiya, Yevropa Ittifoqi asosiy huquqlari Xartiyasi, Mustaqil Davlatlar Hamdo‘stligi fuqarolarining ijtimoiy huquqlari va kafolatlari Xartiyasi shular jumlasidandir.

BMT va XMT tomonidan qabul qilingan universal ahamiyatga ega bo‘lgan xalqaro mehnat standartlari mazmuni o‘zida jahon tajribasining bir joyda yig‘ilgan eng ilg‘or g‘oyalarini o‘zida mujassamlagan. Mazkur standartlar maxsus o‘rganish obyektni tashkil qiladi, taraqqiy etgan dunyo uchun etalon sifatida foydalanishga ko‘maklashadi, o‘z xususiyatiga ko‘ra xalqaro mehnat kodeksi bo‘lib hisoblanadi.

Mehnatni xalqaro-huquqiy tartibga solish XMTning vakolatiga kiradi. XMTning konvensiyalari va tavsiyalari xalqaro mehnat normalarining asosiy massivini tashkil qiladi, unda ijtimoiy mehnat munosabatlarining ko‘p sonli jihatlari ifodalanadi va ishga qabul qilish uchun eng kichik yosh, o‘smirlar mehnatini muhofaza qilish,

ish vaqtining davomiyligi, bandlikka ko‘maklashish va kasbiy tayyorgarlik kabi mehnat sohasida insonning fundamental huquqlariga taalluqli xalqaro standartlarni o‘rnatadi.

Mazkur tashkilotning norma ijodkorligi faoliyatida asosiy e‘tibor yoshlar mehnatini huquqiy tartibga solish muammolariga qaratiladi. Ta‘kidlash lozimki, XMTning sessiyalarida har yili taqdim etiladigan nutqlarda bolalar mehnati masalasi o‘z ifodasini topadi. Masalan, 2002-yil iyun oyida xalqaro mehnat byurosi bosh direktorining nutqida quyidagilar bayon qilindi: Kelajakda bolalar mehnatiga o‘rin yo‘q, bu shuni bildiradiki, o‘tgan asrning 90-yillari boshida rivojlangan va rivojlanayotgan davlatlarda bolalar mehnati muammosiga katta e‘tibor qaratish boshlandi. Aniqlanishicha, bolalar mehnatini ekspluatatsiya qilish yanada kengroq qamrovni hamda qo‘pol shakllarni qo‘llashga olib keldiki, ular bolalarga jismoniy va ma‘naviy zarar yetkazdi.

Yoshlar mehnatini xalqaro huquqiy tartibga solish XMTning konvensiyalari va tavsiyalarida to‘liqroq bayon etilgan. Ta‘kidlash lozimki, XMTning bir qator normativ hujjatlarida yoshlarga taalluqli alohida bo‘limlar va boblar ajratilgan. Milliy qonunchilik yoshlarni ijtimoiy himoya qilishga qaratilgan, xususan, mehnat sohasida bir qator ahamiyatli normalarni o‘zida ifodalagan. Qonunchilikni xalqaro huquq normalariga muvofiqligi darajasini belgilovchi omillardan biri davlatimiz tomonidan asosiy xalqaro kelishuvlarni ratifikatsiya qilgan xalqaro hujjatlarining soniga ham bog‘liqdir. Shu paytga qadar O‘zbekiston XMTning 14 ta Konvensiyasini ratifikatsiya qildi.

Respublikamiz o‘ziga olgan xalqaro majburiyatlardan kelib chiqib, yoshlar mehnati bilan bog‘liq muammolarni milliy qonunchilikda hal qilishga alohida e‘tibor beradi. Avvalo, O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasida onalik va bolalik davlat tomonidan muhofaza qilinishi belgilab qo‘yilgan, Shuningdek, bu yo‘nalish 2008-yilda “Bola huquqlarining kafolatlari to‘g‘risida”gi Qonun qabul qilinishi bilan rivojlandi. Mazkur Qonunning qabul qilinishi bilan O‘zR MK 77-moddasi (Ishga qabul qilishga yo‘l qo‘yiladigan yosh), 242-modda (O‘n sakkiz yoshga to‘lmagan

shaxslar uchun qisqartirilgan ish vaqtining muddati)lariga tegishli o'zgartirishlar kiritildi.

O'zbekiston Respublikasida ishga qabul qilish yoshi Xalqaro mehnat standartlariga to'la mos, ya'ni 16 yoshni tashkil qiladi, istisno holatlarda ham xalqaro standartda belgilangan 15 yoshdan kichik bo'lganlarni ishga qabul qilishni umuman taqiqlaydi. O'zR MK 77-moddasi 2-qismiga ko'ra, yoshlarni o'n besh yoshga to'lganidan keyin ota-onasidan birining yoki ota-onasining o'rnini bosuvchi shaxslardan birining yozma roziligi bilan ishga qabul qilishga yo'l qo'yiladi.

Xulosa o'rnida shuni ta'kidlashimiz mumkinki, xalqaro huquq ijtimoiy himoyaga muhtoj bo'lgan yoshlar mehnati sohasida maxsus himoya choralarini nazarda tutadi. Yoshlar o'z mehnat huquqlarini amalga oshirishda ijtimoiy adolatga, shuningdek, xalqaro hamkorlik yordamiga ham ehtiyoj sezadi. Ayni paytda xalqaro va xorij tajribasidan foydalanish yoshlar ishtirok etgan mehnat munosabatlarini huquqiy tartibga solish mexanizmini takomillashtirishning yagona asosi bo'lishi kerak emas. Xalqaro hujjatlar normalari yoshlar ishtirok etgan mehnat munosabatlarini maksimal darajasini emas, balki minimal davlat standartlarini o'rnatadi. Davlat o'z milliy qonunchiligi orqali xalqaro standartlarda belgilangan darajadan imtiyozliroq qoidalarni belgilashga haqli. Shu maqsadda mehnat munosabatlarini huquqiy tartibga solishning asosiy tamoyillari qatoriga bolalar mehnatini taqiqlash prinsipini kiritish kerak. Mehnat qonunchiligiga rioya qilinishi ustidan nazorat olib boruvchi organlarga bolalar mehnatini taqiqlashga qaratilgan tadbirlarni amalga oshirishni ta'minlash majburiyatini yuklash kerak.

Nazorat uchun savollar

1. Xalqaro mehnat tashkiloti to'g'risida umumiy tushuncha bering.
2. Xalqaro mehnat tashkiloti faoliyatining uslublari nimalardan iborat?

3. Mehnatkashlarning vakillari to'g'risidagi 135-konvensiyada "Mehnatkashlar vakillari" deyilganda milliy qonun hujjatlariga yoki amaliyotga muvofiq kimlar nazarda tutiladi?

4. Konvensiyada belgilab qo'yilgan qoidaga ko'ra, mehnat faoliyatiga jalb qilish uchun eng kichik yosh necha yoshni tashkil etadi?

5. Xalqaro darajadagi inson mehnat huquqlari qanday tartibga solinadi?

6. Jahon iqtisodiyotining o'sishini ta'minlashda xalqaro mehnat standartlarining roli qay darajada deb o'ylaysiz?

GLOSSARIYLAR

Atamalarning o'zbek tilida nomlanishi	Atamalarnin g ingliz tilida nomlanishi	Atamalarning rus tilida nomlanishi	Atamaning ma'nosi
Avans	Prepaid expense	Аванс	Biror ish evaziga keyinchalik hisob-kitob qilish sharti bilan oldindan beriladigan pul, mahsulot, oziq-ovqat va h.k.
Agentlik operatsiyalari	agency operations	Агентские операции	Bir tomonning topshirig'i bilan kelishilgan hududda ikkinchi (agent) tomon amalga oshiradigan oldi-sotdi bilan bog'liq bo'lgan amaliy va huquqiy harakatlar.
Antimonopol qonunchilik	Antitrust	АНТИМОНОПОЛЬНЫЕ ЗАКОНЫ	Iqtisodiyotda yakka hukmronlik mavqeyiga ega bo'lgan biror bir faoliyat turiga qarshi davlatning kurash siyosatidan iborat.
Asosiy kapital	Main capital	Основной капитал	Ishlab chiqarish jarayonida bir necha yil davomida ishtirok etuvchi va o'z qiymatini tayyorlanayotgan mahsulotga qisman o'tkazib boruvchi mehnat vositalaridir.
Aylanma kapital	Working capital	Оборотный капитал	Xomashyo materiallar, energetika resurslarida moddiylashgan va bir ishlab chiqarish siklida sarflanuvchi, o'z qiymatini tayyorlangan mahsulotga to'liq ko'chiruvchi kapital.
Auksion	Auction	Аукцион	«kimoshdi» savdosi, ochiq savdo qilish. Bu savdo davomida mahsulotni eng yuqori narx bo'yicha ko'targan xaridor sotib oladi.
Birja kotirovkasi -	Stock quotes	Биржевые котировки	Birjalar orqali sotiladigan mahsulotlar bahosi. Har bir birja ularni ma'lum tizimga soladi va chop etadi. Odatda bu ertalabki va kechki savdo (birja sessiyasi) boshlanishiga va tugashiga mo'ljallab chop etiladi.
Bozor segmenti	Market segmentation	Сегментация рынка	Bozorda savdo-sotiqning shart-sharoitiga qarab ko'pgina bo'g'inlarga ajratishidir.

Bozor konyukturasi	market conditions	Конъюнктура рынка	Ayrim bozorlarda muayyan holatlarning mavjudligi. bozor konyukturasi muayyan davrdagi bozor holati, bozorda muvozanatning mavjudligi yoki buzilganligi bilan xarakterlanadi.
Devalvatsiya	Devaluation	Девальвация	Mamlakat savdo to'lov balansining keskin yomonlashuvi, valyuta rezervining holdan toyishi, xalqaro valyuta bozorida milliy valyuta kursining pasayishi bilan bog'liq holda milliy pul birligi qiymatining rasmiy ravishda pasaytirilishi.
Dividend	Dividend	Дивиденд	Aksioner, aksiya egasining daromadi ; aksionerlik jamiyati foydasining bir qismi.
Dotatsiya	subsidy	Дотация	Tashkilot, korxonalariga davlat tomonidan beriladigan yordam puli, moddiy yordam, qo'shimcha to'lov. Asosan zararni qoplash va boshqa maqsadlar uchun ishlatiladi.
Integratsiya	Integration	Интеграция	Mustaqil xo'jalik faoliyatining milliy, mintaq va xalqaro miqyosda o'zaro qo'shib yaxlit xo'jalik tizimini tashkil etishi.
Innovatsiya	Innovation	Инновация	Yangilikni joriy qilish, fan-texnika yutuqlarini boshqarish va tashkil qilish sohasidagi yangiliklar majmui.
Iste'mol savati	Consumer basket	Потребительская корзина	Muayyan oziq-ovqat, sanoat mollari va xizmatlarning tirikchilikni ta'minlash uchun yetarli bo'lgan miqdori.
Ish kuchining xalqaro migratsiyasi	International labor migration	Международная миграция рабочий силы	Mehnat resurslarining ancha qulay sharoitda ish bilan ta'minlanishi maqsadida bir mamlakatdan boshqasiga ko'chib o'tishini bildiradi.
Ipoteka	Mortgage	Ипотека	Qarz, kredit olish uchun biror-bir muayyan ko'chmas mulkni (yer, imorat va hokazo) garovga qo'yish.
Iqtisodiy resurslar	economic resources	Экономические ресурсы	Tabiiy, insoniy, moddiy, moliyaviy va intellektual resurslardan iborat.

Kalkulyasiya	calculation	Калькуляция	Mahsulotning o'lov birligini yoki bajarilgan ishning tannarxini hisoblash.
Kliring	Clearing	Клиринг	Tozalash, ravshanlashtirish -o'zaro talab va majburiyatlarni hisobga olib, amalga oshiriladigan naqd pulsiz hisob-kitob tizimi. mamlakat ichidagi k. banklar o'rtasidagi to'lovlarni, naqd pulsiz hisob-kitoblarni o'z ichiga oladi. Xalqaro hisob-kitoblarda k. kelishuvlar (kliring kelishuvlari, valyuta k.) ko'rinishida amalga oshiriladi. Davlatlararo o'zaro qarzlarni tilla va valyutaga o'tkazmasdan savdo-sotiq talablariga ko'ra amalga oshiradilar. Masalan, paxta tolasi o'rniga uning qiymatiga teng miqdorda mashina, asbob-uskuna olish.
Konsorsium	Consortium	Консорциум	Korxonalarining vaqtincha tashkil etilgan birlashmalari, ular odatda moliyaviy ishlar yuzasidan tashkil etiladi. Unda davlat, banklar, moliyaviy muassasalar, yirik firmalar ishtirok etadi.
Konsern	Concern	Концерн	Ishlab chiqarish diversifikatsiyasi asosida tarkib topadigan yirik, ko'p tarmoqli korporatsiya. Ular asta-sekin sanoat monopoliyasining yetakchi shakliga aylanadi.
Monopoliya	Monopoly	Монополия	Yakkahokimlik; ishlab chiqarishni markazlashtirish oqibatida yuzaga keladigan katta birlashma (kartel, sindikat, trest, konsern, konsorsium konglomerat va shu kabilar). ushbu birlashma o'z ichiga ishlab chiqarishni, xizmat ko'rsatishni, mahsulot sotishning ko'p qismini mujassamlashtiradi, shu sohada o'zini hukmron mavqeyini o'rnatadi.
Monopoliyadan chiqarish	marketing Management	Управление маркетингом	Davlat tomonidan tarmoq bozorida raqobat munosabatlarini rivojlantirishga ko'maklashuvchi tartib-qoidalarini joriy etilishi.

Baho	cost of	Стоимость	Baho - tovar qiymatining pulda aks etishi, bozor iqtisodiyotiga asoslangan jamiyat xo'jalik mexanizmida amal qiluvchi iqtisodiy dastak. n. faqat tannarxga emas, balki talab va taklif, shuningdek, tovarning ijtimoiy foydaliligi, sifati va boshqa tovarlar o'rini bosa olishi, muomaladagi pulning xarid qobiliyatiga ham bog'liq.
Pul tizimi	Structure of money	Структура денег	Tovar muomalasining rivojlanishining natijasi bo'lib, davlatlar tomonidan qonunchilik asosida mamlakatda pul muomalasini tashkil etish.
Proteksionizm	Protectionism	Протекционизм	Milliy iqtisodiyotni boshqa davlatlar bilan bo'ladigan raqobatdan bojxona to'siqlarini joriy qilish, mamlakatga chet el tovarlari, xizmat turlari va kapitallarini kirib kelishini cheklash yo'li bilan himoya qilish va saqlashga yo'naltirilgan.
Raqobat	Competition	Конкуренция	Yuqori foyda olish maqsadida mahsulotni ishlab chiqarish va sotish uchun ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi kurash.
Reklama	Advertising	Реклама	Tovar yoki ko'rsatiladigan xizmat to'g'risidagi xolis axborot, ularni ko'proq sotish maqsadida xaridorlarga ularning xossalari, afzalliklari va sotib olish shartlarini yetkazish. r. maxsus firmalar orqali amalga oshiriladi va yuqori daromad manbai hisoblanadi.
Savdo agenti	Trading agent	Торговый агент	Bir yoki bir qancha korxonalar tovarlarini shartnoma asosida sotadigan vakil.
Tarif stavkasi	Tariff rate	Тарифная ставка	Tegishli ish toifasiga ega bo'lgan ishchining mehnatiga to'lanadigan haq miqdorini belgilab beradi.
Tovar belgisi	Trademark	Товарный знак	Muayyan firma tovarlariga qo'yiladigan belgi. t. b. (savdo markasi) faqat ma'lum firmaga tegishli bo'ladi va uni boshqa firmalar o'z tovarlariga qo'ya olmaydilar.
Franchayza	franchisee	Франчайза	Foydalanish uchun tayyor korxonalar, firma yoki mashhur firma mahsulotining

			savdo markasidan foydalanilgan holda amalga oshiriluvchi biznes yuritish usuli.
Fyuchers operatsiyalari	Futures transactions	Фьючерсные операции	Birjalarda amalga oshiriladigan savdo-sotiq operatsiyalari. Bu operatsiyalar shartnoma tuzilganidan soʻng ishlab chiqariladigan yoki yetishtirib beriladigan mahsulotlar boʻyicha amalga oshiriladi. Odatda ushbu shartnoma tuzilgandan soʻng buyurtmachi bajaruvchiga avans tariqasida maʼlum summani oʻtkazib beradi.
Embargo	Embargo	Эмбарго	Chet el tovarlarini kiritish yoki chiqarish, olib chiqib ketishni davlat tomonidan taqiqlash yoki chet davlatga qarashli mulkni vaqtincha toʻxtatib turish, taqiqlash.
Emissiya	Emission	Эмиссия	Mmuomalaga bank biletlari, pul va qimmatbaho qogʻozlarni chiqarish, davlatning emissiya banklari tomonidan amalga oshiriladi. e. asosan davlat byudjetidagi kamomadni toʻldirish, izdan chiqqan pul muomalasini tiklash maqsadida oʻtkaziladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

I. O‘zbekiston Respublikasi qonunlari

1. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. T.: «O‘zbekiston», 2011. - 406.
2. O‘zbekiston Respublikasi Qonuni. Tadbirkorlik faoliyati sohasidagi ruxsat berish tartib-taomillari to‘g‘risida. №O‘RQ-341 2012 yil 20 dekabr.
3. O‘zbekiston Respublikasining Qonuni. Raqobat to‘g‘risida. №O‘RQ-319. 2012 yil 6 yanvar.

II. O‘zbekiston Respublikasi Prezident farmonlari va qarorlari, Vazirlar Mahkamasining qarorlari

4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 14.01.2019 yildagi PF-5630-sonli “Davlat aktivlarini boshqarish, monopoliyaga qarshi kurashishni tartibga solish tizimini va kapital bozorini tubdan takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” gi Farmoni
5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 17.01.2019 yildagi PF-5635-sonli 2017—2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha harakatlar strategiyasini «Faol investitsiyalar va ijtimoiy rivojlanish yili»da amalga oshirishga oid davlat dasturi to‘g‘risida” gi Farmoni.
6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 07.02.2017 yildagi PF-4947-sonli “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni
7. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Oliy Majlisga Murojaatnomasi. 29.12.2018 yil.
8. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2015-yil 4-mart PF-4707 — sonli “2015—2019 yillarda ishlab chiqarishni tarkibiy o‘zgartirish, modernizatsiyalash va diversifikatsiyalash chora-tadbirlarini ta‘minlash to‘g‘risida”gi Farmoni.
9. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2015-yil 15-may PF 4725-sonli "Xususiy mulk, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni ishonchli himoya qilishni ta‘minlash, ularni jadal rivojlantirish yo‘lidagi to‘siqlarni bartaraf etish chora-tadbirlari to‘g‘risida"gi Farmoni.

10. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 24.01.2019 yildagi PQ-4126-sonli “Monopoliyaga qarshi kurashish qo‘mitasi faoliyatini tashkil etish to‘g‘risida”gi Qarori .

11. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti SH. M. Mirziyoyev qarori “xususiylashtirilgan korxonalar bilan ishlash samaradorligini oshirish chora-tadbirlari” to‘g‘risida 18.04.2017.

12. Mirziyoyev SH.M. Tanqidiy tahlil, qat’iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo‘lishi kerak. O‘zbekiston respublikasi Vazirlar Maxkamasining 2016-yil yakunlari va 2017-yil istiqbollari bag‘ishlangan majlisidagi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining nutqi. //Xalq so‘zi gazetasi. 2017 yil 16 yanvar.

13. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning 2017-yil 19-sentyabr kuni Birlashgan Millatlar tashkiloti Bosh Assambleyasining 72-sessiyasida so‘zlagan nutqi. // Xalq so‘zi gazetasi. 2017-yil 21-sentyabr.

14. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 02.02.2017 yildagi PQ-2751-sonli

“Respublikada bank plastik kartochkalari asosida naqd pulsiz hisob- kitob tizimini yanada rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarori.

15. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 01.02.2017 yildagi 44-sonli “Xo‘jalik yurituvchi subyektlar tomonidan xorijiy valyutadagi tushumni majburiy sotish tartibiga o‘zgartirish va qo‘shimchalar kiritish to‘g‘risida” gi Qarori.

16. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 31.01.2017 yildagi PQ-2746-sonli “Kichik va xususiy tadbirkorlikni mikrokreditlash tizimini yanada kengaytirish va soddalashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarori.

17. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2010-yil 26-noyabr PQ-1438 sonli “2011—2015 yillarda respublika moliya-bank tizimini yanada isloh qilish va barqarorligini oshirish hamda yuqori xalqaro reyting ko‘rsatkichlariga erishishning ustuvor yo‘nalishlari to‘g‘risida”gi Qarori.

III. Darsliklar

1. Sh.Shodmonov, M.Raxmatov. Iqtisodiyot nazariyasi. Darslik. – T.: Zamin nashr, 2021. – 856 b.
2. Майкл Портер. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. 5-издание. Издательство-Альпина Паблишер, 2016 г. 456 с.
3. Майкл Портер. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран. Издательство-Альпина Паблишер, 2017 г. 947 с.
4. Michael E. Porter. Competitive strategy: Techniques Analyzing Industries and Competitors. The free press. New York London Toronto Sydney Singapore. 2017 y. 840 p.
5. Чиркунов Олег Анатольевич Государство и конкуренция; Новое литературное обозрение (НЛО) - М., 2016. - 277 с.
6. Кулешова А. Б. Конкуренция в вопросах и ответах; ТК Велби, Проспект - М., 2016. - 256 с.
7. Овчинников, В. В. Глобальная конкуренция. М.: Институт экономических стратегий, 2016. - 360 с.
8. Enrique Fatas, Amelia Fletcher, Shaun Hargreaves Heap, Michael Harker and others. Behavioural Economics in Competition and Consumer Policy.

IV. O‘quv qo‘llanmalar

1. Yaxshieva M.T. “Hozirgi zamon raqobat nazariyasi”. O‘quv qo‘llanma. –T.: TDIU, 2019. – 280 bet.
2. Ergashxodjaeva Sh.D. “Xalqaro raqobat. O‘quv qo‘llanma”. - T.: TDIU, 2013 y.-328 b.
4. .Vaxabov A.V.,Tadjibaeva D.A., Xajibakiev Sh.X.. Jahon iqtisodiyoti va xalqaro iqtisodiy munosabatlar. O‘quv qo‘llanma.- T.: Moliya, 2011. - 708 b.
5. Alimov R.O., Rasulev A.F., Qodirov A.M. “O‘zbekiston iqtisodiyotining raqobatbardoshligini oshirish muammolari: nazariya va amaliyot”. Monografiya.T.:CONSAUDITINFORM - NASHR, 2006. – 438 b.

6. Арментано, Доминик Антитраст против конкуренции / Доминик Арментано. - М.: ИРИСЭН, 2017. - 432 с.
7. Кирцнер Израэл Конкуренция и предпринимательство; Социум - М., 2016. - 1425 с.
9. Е.В. Муравьева. Управление конкурентной средой. Учебное пособие. Ульяновск: ФГБОУ ВПО «УлГУ». 2016. 191с.
10. В.М.Гранатуров, И.А.Кораблинова. Управление конкурентоспособностью предприятий. Учебное пособие. Одесса: 2016. – 152 с.
11. “Теория конкуренции” учебное пособие для студентов экономических специальностей Саратов: Изд-во «Саратовского государственного университета им Н.Г.Чернышевского» , 2014. – 80с
12. М.Е.Porter. The Competitive Advantage of Nations. – Free Press; 1 edition (Jun 1 1998). – 896 p. 3. П.Р.Кругман , Обстфельд М. Международная экономика: Теория и политика – М.: Экон. Фак. Моск.гос. ун-та: ЮНИТИ, 2007. 769 с.
13. Г.Л.Азоев, А.П. Челенков Конкурентные преимущества фирмы. - М.: ОАО «Типография «Новости», 2003. - 256 с
14. Р.А.Фатхутдинов Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: Инфра-М, 2000. – 312 с.
15. Лобзов А.В. Без чего не работает корпоративная система управления проектами // Российское предпринимательство. – 2015. – Том 16. – № 13. – С. 2045- 2052.
16. О.В. Калимулина, Ю.А. Савинов. Деятельность оффшорных компаний на мировом рынке программного обеспечения//Российский внешнеэкономический вестник №9, 2011. Ст.84-100.

Internet saytlari

17. www.gov.uz – O‘zbekiston Respublikasi hukumat portali.
18. www.gkk.uz O‘zbekiston Respublikasini xususiylashtirilgan korxonalariga ko‘maklashish va raqobatni rivojlantirish davlat qo‘mitasi sayti
19. www.lex.uz – O‘zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi.

20. www.economist.com
21. www.webofscience.com
22. www.tradingeconomics.com
23. <http://grad-schools.usnews.rankingsandreviews.com/best-graduate-schools/top-humanities-schools/economics-rankings>
24. www.ereport.ru - [Обзорная информация по мировой экономике](#)
25. www.stplan.ru - экономика и управление

M.T.YAXSHIYEVA

XALQARO RAQOBAT SIYOSATI

(O'quv qo'llanma)

**Toshkent – «INNOVATSION RIVOJLANISH
NASHRIYOT-MATBAA UYI» – 2021**

Muharrir:	Yu.Isoqova
Tex. muharrir:	A. Moydinov
Musavvir:	A. Shushunov
Musahhih:	L. Ibragimov
Kompyuterda sahifalovchi:	M. Zoyirova

**E-mail: nashr2019@inbox.ru Tel: +99899920-90-35
№ 3226-275f-3128-7d30-5c28-4094-7907, 10.08.2020.**

Bosishga ruxsat etildi 23.06.2021.

Bichimi 60x84 1/16. «Timez Uz» garniturasini.

Ofset bosma usulida bosildi.

Shartli bosma tabog'i: 14,0. Nashriyot bosma tabog'i 13,5.

Tiraji: 50. Buyurtma № 109

**«INNOVATSION RIVOJLANISH NASHRIYOT-MATBAA
UYI» bosmaxonasida chop etildi.
100174, Toshkent sh, Olmazor tumani,
Universitet ko'chasi, 7-uy.**



ISBN 978-9943-7421-8-5

