

MAXSULOT RAQOBATBARDOSHLIGINI BAXOLASH USULLARI
VA ULARDAN FOYDALANISH MUAMMOLARI

Onorboev Sh.M.

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

ORCID: 0009-0005-5303-169X

shuhratjon.onorboev@tsue.uz

Annotatsiya. Bugungi maxsulot va xizmatlar bozorlarining globallashuvi sharoitida tadbirkorlik sub'ektlarining bozordagi muvaffaqiyatli faoliyati ushbu korxonalarining raqobatbardoshligiga ayniqsa, ular tomonidan ishlab chiqarilayotgan mahsulotni raqobatbardoshligiga bevosita bog'liq. Mahsulot raqobatbardoshligini ta'minlash uchun avvalo ushbu mahsulotlarni raqobatbardoshligini aniqlash va uning darajalariga baho berish talab qilinadi. Baholash usullarining to'g'ri tanlanilishi va baxolash amaliyotini sifatli amalga oshirilishi korxonaning keyingi iqtisodiy faoliyatini belgilovchi omillardan biri bo'lganligi sababli, ushbu jarayonga ilmiy yondashuv talab etiladi. Ushbu maqolada korxonalarda mahsulot raqobatbardoshligini aniqlash va uning darajalariga baho berish amaliyotini tashkil etishga ilmiy jixatdan yondashishga xarakat qilindi.

Kalit so'zlar: Mahsulot raqobatbardoshligi, raqobatbardoshlik usullari, raqobatbardoshlikni aniqlash algoritmi, iste'mol qiymati, iqtisodiy qiymat, differentsial usul, kompleks usul, aralash usul.

Kirish

Bugungi iqtisodiyotni globallashuvi sharoitida xalqaro bozorlarning rivojlanishi turli davlatlarning dunyo bozorlariga ko'proq kirib borishi, xalqaro bozorlarning kengayishi va unda raqobatning kuchayishi bilan yuz bermoqda. Yuz berayotgan tezkor o'zgarishlar ichki va tashqi bozorlarda bozor ishtirokchilari uchun raqobatbardoshlikda ma'lum ustunlikni ta'minlash bilan bog'liq qo'shimcha bir qator vazifalarni yuzaga keltirmoqda. Raqobatbardoshlikni oshirishga davlat tomonidan katta axamiyat berilayotganligi uni mamlakat iqtisodiyoti va uning xafsizligi uchun axamiyati yuqoriligini ko'rsatadi. Mamlakatimizda keyingi yillarda ochiq iqtisodiy siyosat olib borilishi yaqin va uzoq xamkor davlatlar bilan iqtisodiy aloqalar kengayishiga olib keldi. Mamlakatimizni iqtisodiy saloxiyatidan kelib chiqqan xolda import va eksport amaliyotlari amalga oshirib borilmoqda. Bunday sharoitda bozorlarimizga chet mamlakatlardan kirib kelayotgan maxsulotlarning importini oshishi tabiiy xol. Mamlakatimizda investitsiyalar va tadbirkorlik uchun yaratilgan qulay shart sharoitlar maxsulotlarning eksport va import operatsiyalarini kengayishiga va uning tarkibini sifat jixatidan yaxshilanishiga olib kelmoqda. Natijada milliy

maxsulotlarimiz nafaqat tashqi bozorlarda balki ichki bozorlarda xam dunyoning brend maxsulotlari bilan raqobat kurashini olib bormoqdalar. Bu kurashning natijalari mamlakatimiz iqtisodiyotining rivojlanishiga, iqtisodiy xafsizligimizga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Shunday ekan bugungi kunda mamlakatimizda ishlab chiqarilayotgan maxsulotlarning raqobatbardoshligi uni ta'minlash nafaqat ishlab chiqaruvchi sub'ektlar balki davlatimiz oldida turgan eng muxim vazifalardan biri bo'lib hisoblanadi. Bunday dolzarb vazifani milliy maxsulotlarimizning raqobatbardoshligini tashqi bozorlar talablari darajasiga yetkazish orqali xal qilinishi mumkin. Bu esa o'z navbatida mamlakatimizda yuzaga kelayotgan barcha iqtisodiy muammolarni xal qilishning iqtisodiy negizi bo'lib xizmat qiladi. Raqobatbardoshlikni ta'minlash murakkab va kompleks vazifa bo'lganligi uchun uni ijobiy xal qilishda ma'lum bir usullarni qo'llash maqsadga muvofiqdir. Raqobatbardoshlikni ta'minlash muammosini samarali xal qilish maqsadida olimlar tomonidan raqobatbardoshlikni to'rtta darajasi e'tirof etiladi. Yani bular davlat raqobatbardoshligi, tarmoq raqobatbardoshligi, iqtisodiy sub'ekt raqobatbardoshligi va maxsulot raqobatbardoshligi. Raqobatbardoshlikning ushbu turlari orasida eng muximi va birlamchisi maxsulot raqobatbardoshligidir. Chunki maxsulot raqobatbardoshligini ta'minlash orqali raqobatbardoshlikning boshqa darajalarida muvafaqiyatga erishish mumkin. Maxsulot raqobatbardoshligini ta'minlash avvalo uni miqdorlarini aniqlash va uni darajalariga baxo berishdan boshlanadi.

Adabiyotlar sharxi

Maxsulot raqobatbardoshligini ta'minlash uni miqdorlarini aniqlashni va uning darajalariga baxo berishni talab qiladi. Ushbu dolzarb muammo doirasida xar bir davrda tadqiqotlar olib borilgan va bunday tadqiqotlar bugungi kunda xam olib borilmoqda. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki maxsulot raqobatbardoshligini ta'minlashning muxim shartlaridan biri raqobatbardoshlik darajasini raqamlarda ifodalash va shundan so'ng uning miqdorlariga baxo berish amaliyoti bo'lib hisoblanadi. Bu amaliyot odatda bir qator usullar yordamida amalga oshirish mumkin. Ushbu usullar va ularni hisoblash algoritmi to'g'risida olimlar tomonidan bir qator qimmatli fikrlar keltirilgan bo'lib ulardan bir qatorlarini quyidagicha keltirish mumkin. Jumladan: "Mahsulotning raqobatbardoshligi bu mahsulotni davr davomida ishlab chiqarilishi sifat bo'yicha bozorning talablariga javob berish qobiliyatini aks ettiruvchi, baho va sifat nisbati iste'molchilar istaklariga moslashuvchan, sotilishi ishlab chiqaruvchiga foydani ta'minlaydigan murakkab, ko'p qirrali xususiyat bo'lib hisoblanadi" F.X.Nayt, 2003. [1]

R.A.Fatxutdinov [2] mahsulot raqobatbardoshligini baholashning usullaridan quyidagi usullarni qo'llashni tavsiya qiladi. Jumladan:

- qiyosiy ustunlik nuqtai nazaridan baholash;
- muvozanat nazariyasi nuqtai nazaridan baholash;

- raqobat samaradorligi nazariyasiga asoslangan baholash;
- mahsulot sifati asosida baholash;
- matritsa usuli;
- SWOD- tahlil usuli va boshqalar.

“Baholash ikkita ko‘rsatgichdan foydalanish orqali hisoblanadi: baholash asosida yotadigan omillar to‘liqliligi va ushbu baholash chastotasi”. (Ye.V.Kashintseva, 2018). [3]

N.B. Bidnik [4] natijalarini taqdim etish shakliga ko‘ra maxsulot raqobatbardoshligini baholash usullari sifatida matritsali, analitik va grafik usullarni tavsiya qiladi. Shuningdek u yana mahsulot raqobatbardoshligini baholash usullari klassifikatsiyasini quyidagicha taklif qiladi:

- raqobat ustunligi taxlili usullari;
- raqobatbardoshlikning baholashning matritsali usullari;
- raqobatbardoshlikni baholashning analitik usullari;
- raqobatbardoshlikni baholashning grafik usullari.

V.S. Ulanchuk va V.O. Lisenkolar [5] raqobatbardoshlikni baholash usullari sifatida analitik va grafik usullarni taklif etishadi.

O.I.Klimenko va I.I Oberemkolar [6] baxolash usullarini taqdim etish shakliga ko‘ra uchta guruxga: grafikli, matritsali, jadval usullarga bo‘lishadi.

I.M. Trunina [7] raqobatni baxolash usullari to‘rtta gurux bo‘lib, ular: grafikli, matritsali, analitik va aralash usullarga (kombinatsiyalashgan) usullardan tashkil topishini takidlaydi.

A.D. Kuxaruk [8] baxolash usullari matritsali, indeks va grafik usullardan tashkil topishi xaqida fikr bildiradi.

Ye.S. Podbornov [9] maxsulot raqobatbardoshligi differentsial, kompleks va aralash usullar orqali aniqlanishini keltiradi.

“Raqobatda nisbiy ustunlik usuli resurslarni tarmoqlar bo‘yicha samarali taqsimlanishini va tovarlar oqimlarini istiqbollarini aniqlashga yordam beradi qachonki resurslar va ularni ishlatilishi o‘ttasida muvozanat mavjud bo‘lsa”. B. Erkan i K. Sarıchoban. [10]

Yuqoridagilardan ko‘rinib turibdiki maxsulot raqobatbardoshligi aniqlash usullarini barcha olimlar qabul qiladi lekin ularni qo‘llashda ularda turlicha yondashuvlar kuzatiladi.

Tadqiqot metodologiyasi.

Maqolada mantiqiy mushoxada, induksiya va deduktsiya, monografik kuzatish, tahlil, sintez va boshqa usullardan foydalanildi.

Tahlil va natijalar.

Bozorlar va ularda maxsulotlarga qo‘yiladigan talablarning doimiy o‘zgarishlari natijasida turli olimlarning ishlarida raqobatbardoshlikni baxolashning

turli usullari qo'llanilgan. Iqtisodiy sub'ektlarda ishlab chiqarilayotgan maxsulot raqobatbardoshligini aniqlash bir qator amaliyotlarni amalga oshirish orqali amalga oshiriladi:

- o'rganilayotgan turdagi maxsulotlar uchun etalon maxsulotni aniqlash;
- taqqoslash amalga oshiriladigan maxsulot uchun muxim bo'lgan ko'rsatkichlarni tanlash;
- ko'rsatkichlarni taqqoslash amaliyotini amalga oshirish;
- olingan natijalarning miqdorlariga baxo berish.

Mamlakatda iqtisodiy rivojlanishni barqarorligini ta'minlash, tashqi iqtisodiy aloqalarni samarali tashkil etish maqsadida ochiq iqtisodiyotli barcha davlatlarda ishlab chiqarilayotgan maxsulotlarni xalqaro bozorlar talablari asosida raqobatbardoshligini aniqlash muxim. Ushbu jarayon ayniqsa xalqaro bozorlarga integralashib borayotgan rivojlanayotgan davlatlar uchun dolzarb massaladir. O'zbekiston respublikasi xalqaro savdo tashkiloti(XST)ga a'zo bo'lish uchun xarakat qilayotgan bir vaqtda milliy maxsulotlarning raqobatbardoshligini tashqi bozorlar talablariga javob beradigan xolatga keltirish milliy maxsulotlarni xalqaro bozorlarda sotish, eksport xajmlarini oshirish uchun ayniqsa muximdir. Bunday sharoitda maxsulotni raqobatbardoshligini aniqlashda xalqaro brendlardan taqqoslash etaloni sifatida foydalanish ushbu muammoni xal qilishda juda foydalidir.

Bugungi kunda maxsulot raqobatbardoshligini baxolash uni ta'minlashning zarur amaliyotlaridan biri bo'lib hisoblanadi. Amaliyotda maxsulot raqobatbardoshligini baxolashning bir qancha usullari qo'llaniladi. Usullarning ko'pligi ularni ma'lum xususiyatlariga ko'ra guruxlab olish zaruriyatini yuzaga keltiradi. Baholash usullarini maxsulotni turli xususiyatlarini qamrab olish darajasiga ko'ra maxsus va kompleks usullarga bo'lish mumkin. Maxsus usullar raqobat sub'ektini maxsus xususiyatlarini taxlil qilishga mo'ljallangan bo'lsa (masalan matritsali va baxolashning boshqa usullari), kompleks usullar (ko'pchilik indeks usullar) xar tomonlama taxlil qilishga mo'ljallanganligi bilan farqlanadi. Lekin xozirda maxsulot raqobatbardoshligini baxolashning turli usullari ishlab chiqilgan bo'lsada ularni qo'llashda olimlar tomonidan yagona kelishuvlar mavjud emas. Natajada amaliyotda turli tadqiqotchilar tomonidan ushbu usullarga turlicha yondashuvlar mavjudligini ko'rish mumkin. Masalan ushbu xolatni maxsulot raqobatbardoshligini baholashning usullari sifatida mavjud bo'lgan matritsali, analitik, grafik, jadval, indeks va aralash (kombinatsiyalashgan) usullariga nisbatan turlicha yondashilayotganligida kuzatishimiz mumkin. Shuningdek maxsulot raqobatbardoshligini baxolashning usullari sifatida maxsulot sifati nisbiy darajasini aniqlash maqsadida namuna bilan taqqoslashga asoslangan differentsial, kompleks va integral usullarni keltirishimiz mumkin. Lekin amaliyotda qo'llanilayotgan usullarning bir xilligi mavjud bo'lgan bir sharoitda xam raqobatbardoshlikning aniqlashning kriteriyalari bir - biridan farq qilishi

kuzatiladi. Masalan Ye.S. Podbornov maxsulot raqobatbardoshligi omillari sifatida differentsial, kompleks va aralash usullarni keltiradi. Shu bilan birgalikda O.I. Klimenko va V.V. Oberemkolar ushbu usullar foydalanilganda ushbu usullarni guruxlash uchun asos sifatida baxolash ko‘rsatkichlari darajalari olinadi deb hisoblaydi.

Bugungi kunda mamlakatimiz iqtisodiy sub’ektlari faoliyatida ichki bozorlarga importni o‘rnini bosuvchi maxsulot ishlab chiqarish bilan birgalikda eksportga maxsulot ishlab chiqarish xam kuchayib borayotganligini ko‘rishimiz mumkin. Bunday sharoitda maxsulot raqobatbardoshligini baxolashda tashqi bozorlar bilan bog‘liq ma’lum talablar doirasida ta’minlanadi. Ammo maxsulotni tashqi bozorlarda raqobatbardoshligi darajasi uni ichki bozorlarda raqobatbardoshligini to‘laqonli ta’minlamasligi mumkin. Chunki tashqi bozorlarda maxsulot raqobatbardoshligini hisoblash kriteriyalari bilan ichki bozorlarda qo‘llaniladigan kriteriyalar, shuningdek baxolashni amalga oshirish usullari bir - biridan farq qilishi mumkin. Shuning uchun bunday sharoitda maxsulot raqobatbardoshligini bozorlar talablaridan va bozorlarni toifalaridan kelib chiqqan xolda baxolansa maqsadga muvofiq bo‘ladi. Shu bilan birgalikda bozorlarda yuz berayotgan tezkor o‘zgarishlar ularni hisobga olgan xolda maxsulot raqobatbardoshligini aniqlash va unig darajalariga baxo berish zaruriyatini yuzaga keltiradi. Bunday sharoitda maxsulot raqobatbardoshligining bugungi va kelajakdagi miqdorlarini hisoblashga extiyoj tug‘iladi. Bu o‘z navbatida raqobatbardoshlikni o‘ziga xos xolda usullaridan foydalanishni taqozo etadi. Xozirgi jaxon iqtisodiyotining tezkorlik bilan rivojlanishi maxsulot raqobatbardoshligini xam tezkorlik bilan o‘zgarishlariga sabab bo‘lmoqda. Bu esa o‘z navbatida maxsulotni raqobatbardoshligini ta’minlashda bozorlarni geografik joylashuvi va davrlarni hisobga olishni taqozo etadi. Bunda raqobatbardoshlik ko‘rsatkichini hisoblashning usullari ya’nada o‘ziga xos xolda qo‘llanilishi mumkin. Bugungi kunda kashf qilingan va qo‘llanilayotgan maxsulot raqobatbardoshligini hisoblashda foydalaniladigan usullarni guruxlansa u xolda u quyidagi ko‘rinishda bo‘lishi mumkin.

Rasm 1

Maxsulot raqobatbardoshligini hisoblash usullari guruxlari.

Me’zonlar	Natijalarni aniqlash usullar
Ko‘rsatkichlarni muximligiga qarab	<p>To‘g‘ri omillar (To‘g‘ri omillar sifatida bir qator omillarni keltirish mumkin, ulardan eng muhimlari sifat va baho omillari bo‘lib hisoblanadi. Chunki ushbu omillar orqali raqobatbardoshlikni integral ko‘rsatkichini hisoblash va sifat baho nisbatini baholash amalga oshiriladi)</p> <p>Egri omillar (Sifat va bahodan boshqa omillar bo‘lib ushbu omillar orqali mahsulot raqobatbardoshligi to‘g‘risidagi ma’lumotlar to‘liqlanadi)</p>

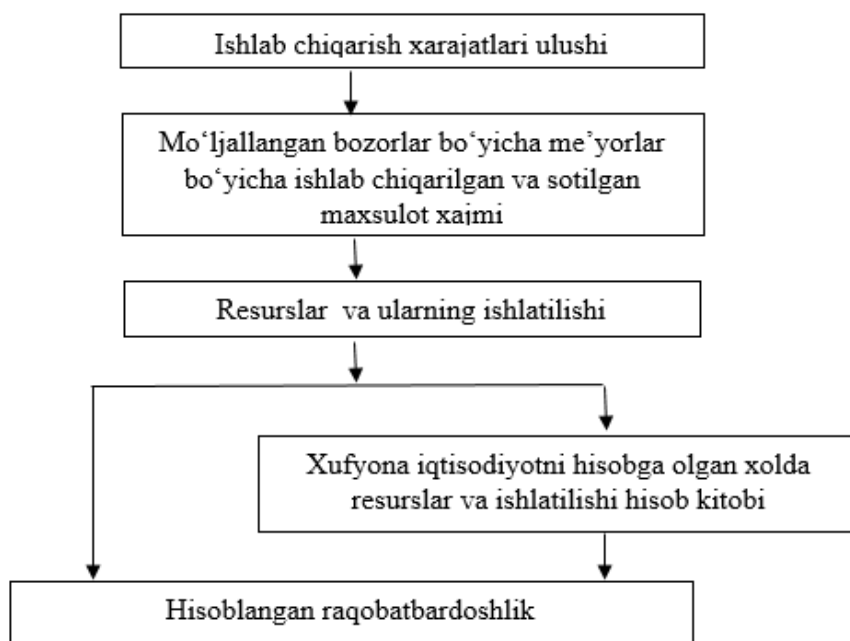
Natijalarini olish usuliga ko'ra.	<ul style="list-style-type: none"> -Organoleptik, ro'yxatga olish, o'lchash, sotsiologik (raqobatbardoshlikni birlik ko'rsatkichlarini hisoblashda foydalaniladi) -Eksperimental (eksperimental (vaqtning ma'lum bir nuqtasida raqobatbardoshlikning individual parametrlarini baholash, juda ishonchli, ammo vaqt parametri bo'yicha qimmat)) - Hisoblash (guruh ko'rsatkichini yoki umumlashtirilgan ko'rsatkichni aniqlash zarur bo'lganda foydalaniladi); - Statistik (sotish hajmiga qarab raqobatbardoshlikni baholashda foydalaniladi); - Analitik (guruh mezonlarini baholash uchun, shuningdek, raqobatchilarning faoliyatini baholash uchun foydalaniladi); - Marketing (raqobatbardoshlikning umumiy darajasini aniqlash uchun foydalaniladi)
Mahsulotning muhim jihatlarini tanlash usuli bo'yicha	<ul style="list-style-type: none"> - Tanlov baholash sub'ektlari tomonidan amalga oshiriladi; - Saralash ichki va tashqi ekspertlar ishtirokidagi ekspert so'rovi asosida amalga oshiriladi; - Tanlov iste'molchilarning vakillik namunasi fikriga asoslanadi;
Faoliyat bosqichlari bo'yicha	<ul style="list-style-type: none"> - Loyihalash bosqichida qo'llaniladigan usullar; Ishlab chiqarish bosqichida qo'llaniladigan usullar; Sotish bosqichida qo'llaniladigan usullar; - Iste'mol qilish bosqichida qo'llaniladigan usullar;
Ma'lumotni taqdim etish shakliga qarab	<ul style="list-style-type: none"> - Hisob-kitob va tahliliy; - Matritsa usuli (masalan, "Nilson matritsasi"); - Grafik usul.
Mahsulot xususiyatlari taqqoslashga qarab	Kvalimetrik usul
Maxsulotlarni sifati bo'yicha raqobatbardoshligini baxolash usullari turlari bo'yicha	<ul style="list-style-type: none"> - Differentsial; - Kompleks; - Aralash;
Tadqiqot xajmi bo'yicha	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aloxida ishlab chiqarish sub'ekti maxsulotini raqobatbardoshligini baxolash usullari 2. Bir turdagi milliy maxsulotlarni raqobatbardoshligini baxolash usullari

Baxolashni amalga oshirish vaqti bo'yicha	<ol style="list-style-type: none"> 1. Maxsulotni amaldagi raqobatbardoshligini baxolash usullari 2. Maxsulotni istiqboldagi raqobatbardoshligini baxolash usullari
Maxsulot bozorlari bo'yicha	<ol style="list-style-type: none"> 1. Maxalliy bozorlarda maxsulot raqobatbardoshligini baxolash usullari 2. Milliy bozorlarda maxsulot raqobatbardoshligini baxolash usullari 3. Mintaqa bozorlarida maxsulot raqobatbardoshligini baxolash usullari 4. Xalqaro bozorlarda maxsulot raqobatbardoshligini baxolash usullari
Baxolash amaliyotida axamiyatiga ko'ra	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asosiy usullar 2. Yordamchi usullar

Rivojlangan davlatlar yetakchi firmalari ichki va tashqi bozorlarda keng faoliyat olib borganligi sababli bunday firmalar raqobatbardoshligini aniqlash amaliyotida ma'lum o'ziga xoslik shakllangan.

Rasm 2

Maxsulot raqobatbardoshligini resurslar va ularning ishlatishini hisobga olgan xolda hisoblash.



Masalan raqobatbardoshlik ko'rsatkichini hisoblashda ushbu davlatlarda raqobatbardoshlikni hisoblash iqtisodiyotni darajalaridan kelib chiqqan xolda xalqaro, mintaqa, tarmoq, korxonalar kabilar bo'yicha amalga oshiriladi va bu o'z navbatida ushbu ko'rsatkichni juda ko'plab ko'rsatkichlar bo'yicha hisoblashga bo'lgan ehtiyojidan

xalos qiladi. Shu bilan birgalikda rivojlangan davlatlar amaliyotida tashqi bozorlar uchun maxsulotni moslash va uning raqobatbardoshligini ta'minlash amaliyoti natijasida raqobatbardoshlikni ta'minlashda asosan tashqi bozorlar uchun raqobatda ustunlik bilan bog'liq baxolash usullaridan keng foydalanish kuzatiladi. Chunki bu davlatlarning firmalari tashqi bozorlarning faol va yetakchi ishtirokchilari bo'lib hisoblanadi. Shuning uchun bunday xalqaro firmalar uchun xalqaro bozorlarda raqobat ustunligi mustaxkamlash va foydani maksimallashtirish ustivor bo'lib hisoblanadi. Natijada ushbu firmalar tomonidan ichki bozorlarda maxsulotni raqobatbardoshligini ustunligi masalalasiga ikkilamchi nazar bilan qarash shakllangan. Bunday xol bizda xam shakllangan. Bunday sharoitda ichki bozorlarda maxsulot raqobatbardoshligini baxolash usullariga keng etibor qaratish va unga ishlab chiqaruvchilar e'tiborini qaratish muxim. Buning uchun xalqaro bozorlar uchun qo'llanilayotgan maxsulot raqobatbardoshligini baxolash usullarini ichki bozorlarga xar bir ishlab chiqarish sub'ekti uchun xamda milliy maxsulotlar uchun moslashtirish orqali ichki bozorlarda foydalanishni yo'lga qo'yish lozim. Bu usul milliy maxsulotlarni tashqi va ichki bozorlarda raqobatbardoshligini ta'minlashga va milliy iqtisodiyotni raqobatbardoshligini ta'minlashga xizmat qiladi. Shuni xam hisobga olish kerakki rivojlanayotgan davlatlarda tashqi bozorlarda imkoniyatlarni cheklanganligi xamda ichki bozorlarda xam import maxsulotlar tomonidan ma'lum bosimni mavjudligi maxsulot raqobatbardoshligining baxolash ko'rsatkichlari natijalarini juda aniqligini taqozo qiladi. Ammo bugungi kunda raqobatbardoshlikni baxolashda foydalanilayotgan usullar mutloq aniqlikni ta'minlay olmaydi. Ushbu ko'rsatkichlarni hisoblashda sub'ektiv omillning mavjudligi xamda aniq axborotlarni yetishmasligi axvolni yanada murakkablashtiradi. Shuningdek raqobatbardoshlikni baxolashda qo'yilgan maqsadlarning xamda bozorlardagi o'zgarishlarning turli tumanligi kabi omillar xam baxolash jarayonining sifatiga salbiy ta'sir ko'rsatadi.

Maxsulot raqobatbardoshligini tashqi bozorlarda ta'minlashga sharoit yaratadigan raqobatda nibiy ustunlik usuli tarmoqlararo resurslarni taqsimlashda va uni ishlatishda ma'lum muvozanat bo'lganda aniq ma'lumotlar berishi mumkin. Lekin amliyotda resurslarni tarmoqlar orasidagi taqsimotida va uni ishlatilishishda muvozanat mavjud emas. Bunday sharoitda maxsulot raqobatbardoshligini baxolash natijalari odatda amaldagi xolatni xufyona iqtisodiyot mavjudligi oqibatida aniq aks ettirmaydi. Bunday xolatda baxolash natijalarini aniqligini oshirish uchun B. Erkan i K. Sarıçobanlar [10] tomonidan raqobatbardoshlikni hisoblashni ushbu xolatni hisobga olishni ta'minlaydigan ma'lum usuli taklif qilinadi. (Rasm - 2)

Ushbu usulning moxiyati shundaki uni yordamida xufyona iqtisodiyotni hisobga olgan xolda ishlab chiqarilgan va sotilgan maxsulotni raqobatbardoshligini hisoblash imkoniyatini yaratiladi.

Xulosa va takliflar.

Xulosa qilib shuni aytish mumkinki ochiq bozor iqtisodiyoti sharoitida ichki va tashqi bozorlar uchun maxsulotlar ishlab chiqariladi. Rivojlanayotgan yoki xalqaro bozorlarga yangi kirib kelayotgan kichik iqtisodiyotli davlatlarning milliy maxsulotlarini xalqaro bozorlardagi imkoniyatlari yetakchi rivojlangan davlatlarning maxsulotlari bilan bir xil mavqega ega emas. Rivojlanayotgan mamlakatlar maxsulotlarining ayrim turlari bo'yicha xalqaro bozorlarga kirib borishi ularni ichki bozorlarida milliy maxsulotlarini chetdan kirib kelayotgan maxsulotlarga o'rnini bo'shatib berishiga to'sqinlik qilmaydi. Bu xolat rivojlanayotgan davlatlarda ishlab chiqarilayotgan maxsulotlarning raqobatbardoshligini aniq hisoblash extiyojini yuzaga keltiradi. Maxsulot raqobatbardoshligi va uni baxolashning turli usullari mavjud bo'lib, bu usullarni qo'llashda turli olimlar tomonidan turlicha yondashuvlar mavjudligi kuzatiladi. Ushbu usullarning hisoblashda kamchiliklarning mavjudligi natijalarini noaniqligiga olib keladi. Bunday sharoitda baxolash maqsadidan kelib chiqib baxolash usulini tanlash talab qiladi. Buning uchun baxolash natijalarini aniqligini oshirish maqsadida bir necha usullardan foydalanish maqsadga muvofiqdir. Shuningdek raqobatbardoshlikni baxolashda bugungi sharoitda raqobatda nisbiy ustunlik usulidan foydalanilayotganligini e'tiborga olib, ushbu usulni qo'llash jarayonida xufyona iqtisodiyotni mavjud resuslar taqsimotiga va ularning ishlatilishiga ta'sirini hisobga olgan holda hisoblash maqsadga muvofiq bo'lib hisoblanadi.

Adabiyotlar:

- Найт, Ф.Х. (2003) Риск, неопределенность и прибыль / Ф.Х.Найт. - М.: Дело. - 359 с.
- Фатхутдинов Р.А. (2004) Управление конкурентоспособностью организации: учебное пособие / М: Эксмо, - 544 с.
- Кашинцева Е.В. (2018) Методика анализа уровня онкурентоспособности коммерческой организации // Экономический анализ: теория практика. - № 20(77).— С. 15-20.
- Бідник Н.Б. (2007) Математичні методи оптимізації конкурентоспроможності підприємства. – Автореф. дисер. к. е. н. по спетс. 08.00.11– Львівський національний університет імені Івана Франка. – Львів, – 18с.
- Уланчук В.С., Лисенко В.О. (2009) Конкурентсія та методи визначення конкурентоспроможності //Збірник наукових пратс Уманського державного аграрного університету. – Випуск 70 (частина 2 – економіка).– Режим доступу: <http://udau.edu.ua/library.php>
- Клименко О.И., Оберемко В.В. (2013) Критерии и методы проведения комплексной отсенки конкурентоспособности организации и их совершенствование.// Вестник Белгородского университета кооператсии,

экономики и права. — № 4. — С. 188–193.

Трунина И.М. (2013) Методологические подходы к механизму отсенки конкурентоспособности предпринимательской деятельности. // Вестник Брестского государственного технического университета.— № 3. — С. 30–33.

Кухарук А.Д. (2011) Класифікація та аналіз методів отсінки конкурентоспроможності промислових підприємств. / Електронне наукове фахове видання "Проблеми системного підходу в економіці" . - №1. - Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/2011_1/

Подборнова Е.С. Методические подходы к отсенке конкурентоспособности промышленных предприятий. // Аудит и финансовый анализ. — 2012. — № 1. — С. 96

Erkan i K. Sarıçoban Erkan B., Saricoban K. Comparative Analysis of the Competitiveness in the Export of Science-Based Goods Regarding Turkey and the EU+13 Countries. // International Journal of Business and Social Science. — 2014. — V. 5, № 8(1). — P. 117–130.