

# MILLIY IQTISODIYOT RAQOBATBARDOSHLIGINI BAHOLASHDA MAHSULOT BOZORI REGULYATORI TIZIMINI QO‘LLASHNING AXAMIYATI

**Rustamov Narzillo Istamovich**

Toshkent amaliy fanlar universiteti  
Tarmoqlar iqtisodiyoti va buxgalteriyasi  
kafedrasi mudiri, i.f.f.d. (PhD), dotsent

## Annotatsiya

Ushbu maqolada milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini baholashda mahsulot bozori regulyatori (PMR-Product Market Regulation) tizimini qo‘llash bilan bog‘liq ilmiy, nazariy va uslubiy jihatlar yoritib berilgan. Mamlakatimizda raqobatbardoshlikni oshirish bo‘yicha takliflar berilgan.

**Kalit so‘zlar:** raqobat, raqobatbardoshlik, mahsulot bozori regulyatori (PMR), OECD (Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti), PMR ko‘rsatkichlar tizimi, hukumat aralashuvi, tadbirkorlik uchun to‘siqlar, tashqi savdo va investitsiyalar uchun to‘siqlar, raqobatbardoshlikni oshirish chora-tadbirlari.

## Аннотация

В данной статье освещены научные, теоретические и методологические аспекты применения системы PMR (Product Market Regulation) при оценке конкурентоспособности национальной экономики. Представлены предложения по повышению конкурентоспособности в Узбекистане.

**Ключевые слова:** конкуренция, конкурентоспособность, PMR (регулирование товарного рынка), ОЭСР (Организация экономического сотрудничества и развития), система показателей PMR, государственное вмешательство, барьеры для предпринимательства, барьеры для внешней торговли и инвестиций, меры по повышению конкурентоспособности.

## Abstract

This article explores the scientific, theoretical, and methodological aspects of applying the PMR (Product Market Regulation) system in assessing the competitiveness of the national economy. It provides proposals for enhancing competitiveness in Uzbekistan.

**Keywords:** competition, competitiveness, PMR (Product Market Regulation), OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development), PMR indicator system, government intervention, barriers to entrepreneurship, barriers to foreign trade and investment, measures to improve competitiveness.

## KIRISH

O‘zbekistonda amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlar xalqimizning erkin va farovon, qudratli Yangi O‘zbekistonni barpo etish bo‘yicha xohish-irodasini ro‘yobga chiqarish, har bir fuqaroga o‘z salohiyatini rivojlantirish uchun keng imkoniyatlar yaratish, global ishlab chiqarishning muhim bo‘g‘iniga aylangan kuchli iqtisodiyotni shakllantirish va barqaror o‘shishni ta‘minlashga qaratilgan bo‘lib, keyingi yillardagi islohotlar O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentyabrdagi PF-158-

son Farmoni bilan tasdiqlangan “O‘zbekiston – 2030” strategiyasi asosida amalga oshirilmoqda. “O‘zbekiston – 2030” strategiyasida “Yangi O‘zbekiston – raqobatbardosh mahsulotlar yurti” g‘oyasi asosida mahsulot ishlab chiqarish va aholining iste‘mol ehtiyojlarini ta‘minlashga keng e‘tibor qaratilmoqda [1].

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 6-iyuldagi PF-6019-son “Raqobat muhitini yanada rivojlantirish va iqtisodiyotdagi davlat ishtirokini qisqartirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Farmonida<sup>1</sup> ham mahsulot bozorini tartibga solish indeksi (Product Market Regulation – PMR) asosida iqtisodiyotning barcha tarmoqlarida raqobat muhitini baholashni amalga oshirish metodologiyasini ishlab chiqish belgilab berilgan.

Shuningdek, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 19-martdagi PF-50-son “Kichik va o‘rta biznesning iqtisodiyotdagi o‘rnini oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Farmoni<sup>2</sup> asosida belgilangan Kichik va o‘rta biznesni rivojlantirish strategiyasini 2025-yilda amalga oshirish bo‘yicha chora-tadbirlar dasturi doirasida mamlakatimizda mahsulot bozorini tartibga solish (Product Market Regulation, PMR) metodologiyasi asosida mahalliy ishlab chiqaruvchilarning raqobatbardoshligini baholash, raqobatbardoshlikka to‘siq bo‘ladigan omillarni aniqlash, aniqlangan to‘siqlar va nomutanosibliklarni bartaraf etish bo‘yicha chora-tadbirlarni amalga oshirish belgilandi.

Yuqoridagi ustuvor yo‘nalishlar va huquqiy asoslar, belgilab berilgan vazifalar mazkur mavzuning dolzarbligini belgilab beradi.

## ADABIYOTLAR SHARHI

Keyingi yillarda raqobat nazariyasi bilan jahonning ko‘pgina taniqli olimlari shug‘ullanib kelmoqda, ularning ichida amerikalik iqtisodchi Maykl Portepning raqobat nazariyasiga qo‘shgan hissasi eng beqiyosdir va u bu sohada eng yirik olim sanaladi. M. Porter tomonidan raqobat darajasini aniqlash sohasida taklif qilingan instrumentlardan biri – bu 1979-yilda u tomonidan ilgari surilgan besh kuch modelidir. M. Porterning fikricha, raqobat darajasiga nafaqat bevosita raqobatchilarning xatti-harakatlari, balki tashqi muhit ham ta‘sir ko‘rsatadi [2].

Maykl Porterning raqobat nazariyasida ilgari surilgan g‘oyalar sanoat tarmoqlari uchun raqobat muhitini tahlil etishda va samarali raqobatbardosh muhitni shakllantirishda muhim ahamiyat kasb etadi hamda mahsulot va xizmatlar bozorida monopoliyani bosqichma-bosqich kamaytirish, prinsipial jihatdan yangi mahsulot va texnologiya turlarini o‘zlashtirish, shu asosda ichki va tashqi bozorda milliy tovarlarning raqobatbardoshligini ta‘minlash ham mazkur yo‘nalishning eng muhim va ustuvor vazifalaridandir [3].

Yu. B. Rubin korxonalar raqobatbardoshligi nazariyasiga “biznesning tizimlashgan birligi” sifatida qaraydi. U biznesda raqobat omili, tabiati va ustunligining

---

<sup>1</sup> O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 6-iyuldagi PF-6019-son “Raqobat muhitini yanada rivojlantirish va iqtisodiyotdagi davlat ishtirokini qisqartirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Farmonida <https://lex.uz/uz/docs/-4887654>

<sup>2</sup> O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 19-martdagi PF-50-son “Kichik va o‘rta biznesning iqtisodiyotdagi o‘rnini oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Farmoni <https://lex.uz/uz/docs/-7444738>

nazariy asoslarini ishlab chiqdi. Uning fikricha, “raqobat – biznesni boshqarishning asosiy kuchi sifatida maydonga chiqadi” hamda “tabiiy biologik jarayon kabi doimiy rivojlanish harakatida bo‘ladi”, deb izohlaydi. Uning nazariy qarashlarida bozor munosabatlarining rivojlanib borishini ta’minlovchi vosita raqobat ekanligi o‘z tasdig‘ini topgan [4].

Nazariy jihatdan Adam Smit “raqobat – butun jamiyatga naf keltiruvchi faoliyat” ekanligini [5], Fransua Kene esa “tabiiy tartib” konsepsiyasini [6] ilgari surib, o‘z davrida paydo bo‘layotgan va mustahkamlanayotgan kapitalizm konsepsiyasini ma’qullab, bunday sharoitda uning rivojlanishi “erkin raqobat”ga asoslanishini, bunda bozor narxlarining stixiyali o‘zgarishi, davlatning esa bu jarayonga aralashuvining inkor etilishini qo‘llab-quvvatladi.

L. N. Chaynikovning fikricha, “korxonalar raqobatbardoshligini boshqarish bir qator boshqaruv qarorlarini shakllantirishga yo‘naltirilgan faoliyat bo‘lib, u o‘z navbatida oldiga qo‘yilgan maqsadlarga mos holda liderlikka erishish uchun turli xil tashqi ta’sirlarga bardosh bera olishga yo‘naltirilishi kerak” [7].

Raqobat va raqobatbardoshlikni tavsiflashning bayon qilingan yondashuvlari ko‘rib chiqilar ekan, bu borada respublikamiz iqtisodchi olimlari tomonidan berilgan bir qator fikrlarga to‘xtalib o‘tish maqsadga muvofiq.

M. Boltabayevning tadqiqotlarida “raqobatbardoshlik – muayyan bozor sharoitida o‘xshash tovarlarga nisbatan raqobatga bardosh bera olish qobiliyati” ekanligi [8] e’tirof etilsa, Sh. Nazarov “raqobatbardoshlik rivojlanish darajasi bo‘lib, unga ko‘ra mintaqa o‘z tabiiy-iqtisodiy salohiyati, raqobat ustunliklari va institutsional imkoniyatlaridan samarali foydalanishi hisobiga aholi turmush darajasi va sifatining barqaror o‘sib borishini ta’minlaydi” [9], degan mulohazani ilgari surgan.

Sh. Shodmonovning fikricha, “raqobatbardoshlik” tushunchasi iqtisodiy fanlarning asosiy kategoriyasi hisoblanadi. Raqobatbardoshlik bozordagi o‘ziga o‘xshash tovarlarga nisbatan tovarning qiymati, iste’mol qiymati va boshqa bir qator omillarga ko‘ra aniqlanadi va u nisbiy tushuncha sifatida turli bozorlarda turlicha ifodalanadi. Raqobatbardoshlik ishlab chiqaruvchilar uchun bozorda o‘z o‘rnini egallash, tovarlarining sotish ulushini ko‘paytirish va doimiy harakatda bo‘lishini ifodalovchi iqtisodiy dastakdir [10].

M. Yaxshiyevaning ta’kidlashicha, “raqobatbardoshlik bozorda taklif etilayotgan mahsulotlarning sifat ko‘rsatkichlarini aks ettiradi. Mahsulotning iste’mol va qiymat ko‘rsatkichlari yig‘indisi unga tijorat muvaffaqiyatini ta’minlagan taqdirdagina u raqobatbardosh hisoblanadi. Raqobatbardosh mahsulot – o‘zining sifat va ijtimoiy-iqtisodiy belgilari bilan xuddi shunday boshqa mahsulotdan manfaatli tarzda ajralib turuvchi tovardir” [11].

I. Toshpulatovning fikriga ko‘ra, “raqobatbardoshlikni boshqarish strategik yondashuvga asoslangan holda boshqaruv mexanizmi orqali tartibga solinishi kerak. Tashkiliy va iqtisodiy boshqaruv mexanizmi raqobatbardoshlikni boshqarish uchun qo‘llaniladigan, korxonalar erishishi zarur bo‘lgan yakuniy natijalarni ta’minlovchi tizimdir” [12].

Mahsulot bozori regulyatori (PMR-Product Market Regulation) bo'yicha ham bir qancha olimlar o'z qarashlarini bildirganlar. Jumladan, PMR (Product Market Regulation) – iqtisodiyot tarmoqlariga firmalarning kirishi va raqobatiga to'sqinlik qiluvchi omillarni belgilab beruvchi o'lchov hisoblanadi. PMR mahsulot bozorini tartibga solish ko'rsatkichlarini ifodalaydi [13].

PMR ko'rsatkichlari birinchi marta 1998-yilda OECD (Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti) tomonidan nashr etilgan va har besh yilda yangilanadi.

PMR ko'rsatkichlari asosan iqtisodiy tadqiqotlarda qo'llaniladi va u iqtisodiy islohotlarning ustuvor yo'nalishlarini aniqlashga yordam beradi [14].

PMR ko'rsatkichlarining maqsadi mahsulot bozorini tartibga solishda raqobatga to'sqinlik qilayotgan va bozorda firmalarning kirishi hamda kengayishi uchun keraksiz to'siqlarni keltirib chiqarishi mumkin bo'lgan o'ziga xos jihatlarni aniqlash va bu orqali mahsuldorlik hamda iqtisodiy o'sishga ta'sir qilish hisoblanadi [15].

Xalqaro taqqoslashlarni amalga oshirish mamlakatlar hukumatiga bozor qoidalarini loyihalashda boshqa mamlakatlarning tajribalaridan foydalanishga imkon beradi. Bu borada OECD tovarlar va xizmatlar bozorlarida raqobatni tartibga solishni osonlashtirishga qaratilgan tadqiqotlar olib boradi [16].

Umuman olganda, raqobatni kuchaytiradigan islohotlar aholi jon boshiga YaIMga turli kanallar, jumladan samaradorlikni oshirish orqali ijobiy ta'sir ko'rsatishi aniqlangan. Xususan, bozorga kirish xarajatlarining pastligi kapitalning kamroq ishlab chiqaruvchi korxonalar va sohalarga o'tishini rag'batlantirish orqali resurslarni taqsimlashni yaxshilaydi [17].

## **METODOLOGIYA**

So'nggi nazariy va empirik tadqiqotlar texnologik diffuziyaning nisbatan kam ishlab chiqaruvchi iqtisodiyotlarda ishlash o'sishining harakatlantiruvchi kuchi sifatidagi rolini ta'kidlaydi, bu tovarlar va xizmatlar bozorlarini tartibga solish hamda raqobatning yangi texnologiyalar va ishlab chiqarish usullarining ko'p ishlab chiqaruvchidan kam ishlab chiqaruvchi iqtisodiyotga qanchalik o'tishiga ta'sir qilishiga imkon beradi.

PMR ko'rsatkichlari 0 dan 6 gacha bo'lgan raqamli ballar shaklida bo'ladi, bu yerda 0 mamlakat iqtisodiyotini tartibga solish xalqaro talablarga eng yaxshi amaliyotga yaqin ekanligini, 6 esa juda uzoq ekanligini anglatadi. Ushbu ballar biznesga ruxsat berish va davlat xaridlaridan tortib davlat korxonalarini boshqarish, narxlarni nazorat qilish, yangi va mavjud qoidalarni baholash hamda tashqi savdoga qadar bir qator iqtisodiy va siyosiy sohalarni qamrab olgan 1000 dan ortiq savollarga berilgan javoblarni o'zida ifodalaydi.

PMR ko'rsatkichlar tizimi raqobatga ta'sir ko'rsatadigan ko'plab rasmiy qoidalar va normalarni birlashtiradi. Ushbu tartibga solish ma'lumotlari umumiy tartibga solish amaliyotining muhim jihatlarga, muayyan sohalarni, xususan, tarmoqli biznesni tartibga solish siyosatining bir qator xususiyatlariga taalluqlidir. Ushbu ma'lumotlarga asoslanib, PMR indikatorlari tizimining asosini tashkil etuvchi 28 ta quyi darajadagi ko'rsatkichlar hisoblab chiqilgan.

Ushbu quyi darajadagi ko'rsatkichlar ketma-ket uchta tartibga solish sohasiga birlashtirilgan:

1. davlat nazorati;
2. tadbirkorlik uchun to'siqlar;
3. tashqi savdo va investitsiyalar uchun to'siqlar.

Ko'rsatkichlar hisoblab chiqilgan dastlabki ma'lumotlar asosan shu mamlakatlarning o'zlari tomonidan taqdim etiladi (kerakli shakllarni tegishli vazirliklar va idoralar bilan to'ldirish orqali) va ma'lumotlarning o'zgina qismi qo'shimcha manbalarga asoslanadi. Ikkinchidan, PMR ko'rsatkichlarining qiymati va siyosatning o'ziga xos jihatlari o'rtasida bog'liqlik o'rnatilishi mumkin bo'lgan yuqori prinsipni amalga oshiradi. Ushbu tizimning afzalligi shundaki, yuqori darajadagi ko'rsatkichlarning qiymati kamroq yig'ilgan ko'rsatkichlarning qiymatlariga va oxir-oqibat tartibga solish bazasidagi o'ziga xos boshlang'ich nuqtalarga bog'liqlik darajasining oshishi bilan kuzatilishi mumkin. Bu siyosat zaifligi mavjud bo'lgan sohalarni ochib beradigan, ammo ularni ma'lum standartlar bilan bog'lashga qodir bo'lmagan so'rovga asoslangan ko'rsatkich tizimlari uchun mavjud emas.

### TAHLIL VA NATIJALAR

OECD tomonidan PMR ko'rsatkichlari tahlili asosida tovarlar va xizmatlar bozorida raqobatni tartibga solish korxonalarini yanada innovatsion va samarali faoliyat yuritishga undashi, shu bilan samaradorlikni oshirishi hamda investitsiyalar va bandlikning o'sishiga yordam berishi mumkinligini aniqlagan tadqiqot o'tkazildi.

Mamlakatimizda PMR ko'rsatkichlarini hisoblash birinchi marta 2008-yilda amalga oshirilgan. PMR tartibga soluvchi muhit rivojlanishga qanchalik hissa qo'shishini yoki bozorlardagi raqobatning rivojlanishiga to'sqinlik qilishini baholashga, texnologiya va bozor sharoitida raqobat mavjud bo'lishiga imkon beradi. Ushbu ko'rsatkichlar so'nggi o'n yil ichida OECD mamlakatlari va boshqa bir qator mamlakatlarning tartibga solish sharoitlarini taqqoslash uchun keng qo'llanilgan hamda mamlakatlarni iqtisodiy natijalarni yaxshilaydigan tarkibiy islohotlarni amalga oshirishga undashda foydali bo'lgan.

PMR ko'rsatkichlari vujudga kelayotgan muammolar va yangi paydo bo'layotgan talablarni inobatga olgan holda muntazam ravishda yangilanib boriladi. PMR ko'rsatkichlarining so'nggi yangilanishi 2024-yil iyul oyida e'lon qilingan va bu asosida 2023–2024- moliyaviy yilida ko'rsatkichlar tahlil qilingan.

PMR ko'rsatkichlari tizimining tarkibi quyidagicha:

1. Davlat nazorati, tovar va xizmatlar bozorlarini tartibga solish (0,33)
2. Tadbirkorlik uchun to'siqlar (0,33)
3. Tashqi savdo va investitsiyalar uchun to'siqlar (0,33)
4. Davlat mulkining ulushi (0,50)
5. Tijorat faoliyati bilan shug'ullanish (0,50)
6. Tartibga solish va ma'muriy muhitning shaffofligi (0,33)
7. Yangi korxonalar uchun ma'muriy yig'imlar (0,33)
8. Raqobat to'siqlari (0,33)
9. Tashqi savdo va investitsiyalar uchun ma'lum to'siqlar (0,50)

10. Boshqa to‘siqlar (0,50)
11. Narxlarni nazorat qilish (0,50)
12. Ma’muriy buyruqni tartibga solish (0,50)
13. Litsenziyalar va ruxsatnomalar tizimi (0,50)
14. Axborotni taqdim etish hamda qoidalar va protseduralarni soddalashtirish (0,50)
15. Aksiyadorlik jamiyatlari uchun ma’muriy yig‘imlar (0,33)
16. Yakka tartibdagi korxonalar uchun ma’muriy yig‘imlar (0,33)
17. Alohida sohalar uchun ma’muriy yig‘imlar (0,33)
18. Davlat korxonalari sektori ko‘lami (0,33)
19. Tarmoq korxonalarida davlatning ishtiroki (0,33)
20. Tijorat korxonalari ustidan to‘g‘ridan-to‘g‘ri nazorat (0,33)
21. Huquqiy to‘siqlar (0,25)
22. Monopoliyaga qarshi kurash olib borish (0,25)
23. Tarmoq tizimlaridagi to‘siqlar (0,25)
24. Xizmat ko‘rsatish sohasidagi kirish to‘siqlari (0,25)
25. Chet el investitsiyalari uchun to‘siqlar (0,33)
26. Tariflar joriy etilishi (0,33)
27. Tabaqalashtirilgan tartiblar (0,33)
28. Tartibga soluvchi to‘siqlar (1,0)

Asosiy PMR ko‘rsatkichlari O‘zbekistonda taqqoslash amalga oshirilgan boshqa mamlakatlarga qaraganda ancha yuqori, ayniqsa davlat nazorati hamda tashqi savdo va investitsiyalar uchun to‘siqlar juda kam. Bu tartibga solish muhitini yaxshilash va iqtisodiy natijalarni yaxshilash nuqtai nazaridan katta foyda olish uchun muhim imkoniyatlarni nazarda tutadi.

Yetarli darajada tartibga solish muhitini yaratish bozor iqtisodiyotining samarali ishlashi uchun zarur bo‘lgan shartlardan biri hisoblanadi. Biroq, tartibga solish davlatning iqtisodiy faoliyatga aralashuvining keng tarqalgan shakli hisoblanadi. So‘nggi o‘n yilliklar davomida mutaxassislar tartibga solish ortiqcha bo‘lishi va bozor mexanizmlarini buzishi, resurslarni taqsimlash va ishlab chiqarish samaradorligiga salbiy ta’sir ko‘rsatishi mumkinligidan xavotir olmoqda. Agar tartibga solish tizimining biror jihati jamoat manfaatlariga xizmat qilishni to‘xtatsa va buning o‘rniga ma’lum guruhlarining manfaatlarini himoya qila boshlasa, bu holat sodir bo‘ladi. Tartibga solish xarajatlari kutilgan foydadan ham oshib ketishi mumkin, bu esa “samarasiz davlat aralashuvi” deb nomlanadi.

Texnologik taraqqiyot, talabning tubdan o‘zgarishi va tartibga solish usullarining takomillashtirilishi mavjud tartibga solish tizimining eskirishiga olib kelishi mumkin. So‘nggi o‘n yilliklar davomida tovarlar va xizmatlar bozorlarini tartibga solishdagi bunday kamchiliklarni bartaraf etish uchun OECD va bir qator rivojlanayotgan mamlakatlar hukumatlari tartibga solish muhitining ko‘plab jihatlarini qayta ko‘rib chiqmoqdalar. Islohotlar jarayoni tovarlar va xizmatlar bozorlarida raqobatga yangi turtki berish bilan chambarchas bog‘liq bo‘lib qolmoqda.

Mamlakat uchun PMR ko‘rsatkichlarini hisoblash shuni ko‘rsatadiki, ba’zi sohalarda liberallashtirishga qaramay, tovarlar va xizmatlar bozorlarini tartibga solish o‘rtacha darajada cheklangan. Umumiy tartibga solish darajasi OECDga a‘zo bo‘lgan davlatlarning ko‘pchiligiga nisbatan ancha yuqori bo‘lib, raqobatni rivojlantirishga sezilarli ta’sir ko‘rsatadi.

## XULOSA VA TAKLIFLAR

Yuqoridagilardan xulosa qilgan holda aytish mumkinki, mamlakatimizda keyingi yillarda mahsulot bozorini tartibga solish PMR metodologiyasi asosida mahalliy ishlab chiqaruvchilarning raqobatbardoshligini baholash, raqobatbardoshlikka to‘siq bo‘ladigan omillarni aniqlash, aniqlangan to‘siqlar va nomutanosibliklarni bartaraf etish bo‘yicha chora-tadbirlar olib borilmoqda. Bu esa milliy iqtisodiyotda raqobatbardoshlik darajasining oshishiga hamda biznes muhitining yanada yaxshilanishiga olib keladi.

O‘zbekistonda raqobat muhitini yanada yaxshilash va mahalliy ishlab chiqaruvchilar raqobatbardoshligini oshirish uchun quyidagi chora-tadbirlarni amalga oshirish maqsadga muvofiq:

- mahalliy ishlab chiqaruvchilarning raqobatbardoshligini ilg‘or xorijiy tajriba va zamonaviy metodologiyalar asosida baholash hamda natijalari bo‘yicha aniqlangan to‘siqlar va nomutanosibliklarni bartaraf etish;
- mamlakat hududlarining ixtisoslashuvi va raqobat ustunliklari asosida “o‘shish nuqtalari”ni aniqlash va ularning salohiyatini to‘liq ishga solish;
- ichki bozordagi raqobat muhitini nufuzli xalqaro tashkilotlarni jalb qilgan holda har ikki yilda bir marta mustaqil baholashdan o‘tkazish, aniqlangan muammo va kamchiliklarni bartaraf etish bo‘yicha chora-tadbirlar dasturini ishlab chiqish;
- xalqaro ekspertlarni jalb qilgan holda hududiy raqobatbardoshlik indeksini (regional competitiveness index) ishlab chiqish, amaliyotga joriy etish hamda shu asosda hududlardagi raqobat muhitini tahlil etish va yaxshilash;
- mamlakatimizda raqobat muhitini yaxshilash maqsadida “yashil” davlat xaridlari ulushini oshirish (energiya tejoychi mahsulotlarni xarid qilish, tovarlarning hayotiylik davri mezonlaridan foydalanish);
- Yevropa va boshqa salohiyatli bozorlarga kirish shartlarini o‘rganib, texnik to‘siqlar (TBT – technical barriers to trade) hamda fitosanitariya standartlari yo‘nalishida maxsus markazlarni tashkil etish va boshqalar.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentyabrdagi PF-158-son ““O‘zbekiston – 2030” strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni.  
<https://lex.uz/ru/docs/6600413>
2. Портер М. Конкуренция. Пер. с англ. – М.: Издательский дом “Вильямс”, 2005.
3. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/ Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.

4. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции. Учебник. 4 е изд. – М., О.О. Маркет ДС. 2004. – 782 с.
5. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов (книги I–III). / Пер. с англ, вводная статья и комментарии Е.М. Майбурда. – М.: Наука, 1993. – 572 с.
6. N. Gregory Mankiw. Macroeconomics. 8 th edition. Harvard University. (NY.: Worth Publishers, 2013): 13
7. Чайникова Л.Н., Чайников В.Н. Конкурентоспособность предприятия: учебное пособие. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 192 с.
8. Болтабаев М.Р. Ўзбекистон Республикасида тўқимачилик саноати экспорти имкониятларини ривожлантиришда маркетинг стратегияси. Докторлик диссертацияси. – Т.: ТДИУ, 2005. -102 б.
9. Назаров Ш. Ўзбекистон минтақалари рақобатдошлигини оширишнинг методологик асосларини такомиллаштириш. Докторлик диссертацияси автореф. – Т.: ТДИУ, 2016. -14 б.
10. Шодмонов Ш., Гофуров У.В. Иқтисодиёт назарияси (дарслик). – Т.: Фан ва технология, 2005. -784 б.
11. Яхшиева М.Т. Ҳозирги замон рақобат назарияси: Ўқув қўлланма. –Т.: ТДИУ, 2019
12. Тошпулатов И.А. Енгил саноат корхоналари рақобатбардошлигини бошқариш тизимини такомиллаштириш // “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. №2, март-апрель, 2019 йил. 2/2019 (№ 00040) [www.iqtisodiyot.tsue.uz](http://www.iqtisodiyot.tsue.uz)
13. Conway P., de Rosa D., Nicoletti G. et al. (2006). Product Market Regulation and Productivity Convergence», Economic Studies.
14. Aghion P., Burgess R., Redding S. et al. (2005). «Entry Liberalization and Inequality in Industrial Performance // Journal of the European Economic Association, Papers and proceedings, No. 3(2-3):291-302.
15. Arnold J., Nicoletti G., Scarpetta S. (2008). Regulation, Allocative Efficiency and Productivity in OECD Countries: Industry and Firm-level Evidence. OECD Economics Department Working Papers. № 616. OECD. Paris. 16. Acemoglu D., Aghion P., Zilibotti F. (2005). Distance to Frontier, Selection and Economic Growth // J. of the European Econ. Association. March 2006, Vol. 4(1). P. 37–74.
16. Bessonova E. (2009). Competition, Foreign Investment, and the Efficiency of Russian Industrial Firms. Mimeo.



# Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

<b>Muharrir:</b>	Xakimov Ziyodulla Axmadovich
<b>Ingliz tili muharriri:</b>	Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
<b>Rus tili muharriri:</b>	Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
<b>Musahhih:</b>	Karimova Shirin Zoxid qizi
<b>Sahifalovchi va dizaynerlar:</b>	Sadikov Shoxrux Shuxratovich Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

**2025-yil, dekabr, 12-son**

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: [info@marketingjournal.uz](mailto:info@marketingjournal.uz)  
Bot: [@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)  
Tel.: +998977838464, +998939266610  
Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. ГОСТ 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlararo standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**