

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ



ТОШКЕНТ
ДАВЛАТ
ИҚТИСОДИЁТ
УНИВЕРСИТЕТИ

**“ХАЛҚАРО МОЛИЯВИЙ ҲИСОБОТ СТАНДАРТЛАРИГА
ЎТИШ ВА ХАЛҚАРО ТАЖРИБАНИ ЎЗБЕКИСТОНДА
ҚўЛЛАШНИНГ ДОЛЗАРБ МАСАЛАЛАРИ”**

мавзусидаги
халқаро илмий - амалий анжуман
мақолалар тўплами



ТОШКЕНТ – “ИҚТИСОДИЁТ” 2022

menyayushchemsya mire». Sbornik nauchnykh statey II Mezhdunarodnogo ekonomicheskogo foruma [Collected papers of the Economy in a Changing World International Economic Forum. Collected scientific papers of the 2nd International Economic Forum], 2018, pp. 9–11. (in Russ.)

25. Vasilenko N. [Digital economy: concept and reality]. Innovatsionnye klasteri v tsifrovoy ekonomike: teoriya i praktika [Innovation Clusters in the Digital Economy: Theory and Practice. Works of the VIII research-to-practice conference with foreign participation, 17–22 May 2017]. St. Petersburg, 2017, pp. 12–24. (in Russ.)

Оноробоев Шухратжон Мирзаевич
катта ўқитувчи,
Тошкент давлат иқтисодиёт университети

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик махсулот рақобатбардошлигини аниқлаш усуллари

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик ҳар қандай мамлакатда иқтисодиётнинг асосий соҳаларидан бири бўлиб ҳисобланади ва ушбу соҳани ривожлантирмай туриб мамлакатда иқтисодиётни инновацион ривжлантириш ва ижтимоий муаммоларни самарали ҳал этиш масаласини ҳал этиб бўлмайди. Ушбу ишда махсулот рақобатбардошлиги ва уни аниқлаш усуллари ҳақида сўз юрити ларди. Малый бизнес и частное предпринимательство являются одним из основных секторов экономики в любой стране, и без развития этого сектора в стране не решить задачи инновационного развития экономики и эффективного решения социальных проблем. В данной статье рассматривается конкурентоспособность продукции и способы ее определения.

Small business and private entrepreneurship are one of the main sectors of the economy in any country, and without the development of this sector in the country can not solve the problem of innovative development of the economy and effective solution of social problems. This paper discusses product competitiveness and ways to identify it.

Калит сўзлар: Кичик бизнес, хусусий тадбиркорлик, махсулот рақобатбардошлиги, рақобатбардошлик омиллари, рақобатбардошлик усуллари, интеграл усул.

Махсулотлар рақобатбардошлигини ошириш мамлакат ва корхоналар олдида турган асосий вазифа бўлиб ҳисобланади. Мамлакатимизда миллий иқтисодимизни рақобатбардошлигини ошириш бўйича Президентимиз раҳбарлигида ҳукумат томонидан катта ҳажмдаги ислохотлар амалга оширилмоқда. “2017-2021 йилларга мўлжалланган Ҳаракатлар Стратегиясида таркибий ўзгартиришларни чуқурлаштириш, етакчи тармоқларини модернизация ва диверсификация қилиш ҳисобига миллий иқтисодиётнинг

рақобатбардошлигини оширишда минерал хом ашё ресурсларини чуқур қайта ишлаш бўйича умумий қиймати қарийб 40 млрд. долларга тенг бўлган 649 та инвестициявий лойиҳаларни амалга оширишни кўзда тутувчи тармоқ дастурларини ўз вақтида амалга ошириш белгиланмоқда” Бунда асосий этибор миллий иқтисодиётимизни барқарор ривожлантиришга ҳамда тармоқлар рақобатбардошлигини оширишга қаратилмоқда. Иқтисодиётни рақобатбардошлигини ошириш рақобат мухитини яратишдан бошланади. Америкалик иқтисотчи Майкл Потер рақобат мухити иқтисодий муаммоларни ҳал этишнинг асосий воситаси эканлигини эслатиб ўтиб раёубатни: “Рақобат-бу компаниянинг муваффақиятли ёки муваффақиятсиз бўлишини белгилайдиган асосий омил. Рақобат жараёнида компаниянинг янгиликлари, умумий корпоратив маданиятни ривожлантириш ёки танланган стратегияни амалга ошириш унинг самарадорлигига қанчалик ҳисса қўшиши аниқ бўлади” деб таърифлаган. Рубин Ю.Б. рақобатни ...яхшироқ кун кўриш , фаолият кўрсатиш ва ривожланишга эришиш учун рақобат кураши билан боғлиқ тушунча рақобат тушунчасидир” деб таърифлаган. Моисеев Л. И рақобатни “Маҳсулотларнинг рақобатбардошлиги-бу кўриб чиқиладиган даврда рақобатчиларга нисбатан маҳсулотларнинг ушбу бозор талабларига жавоб бериш қобилиятидир.”деб тарифлаган. Эргашходжаева Ш.Ж товар рақобабардошлигини “Товарнинг рақобатбардошлиги - 1) аниқ эҳтиёжни қондиришда бозордаги рақобатчилар товарлари олдида устунликни таъминловчи товарнинг сифат ва нарх тавсифномалари мажмуи; 2) товарнинг рақобатчи товарлар бозорида биринчи бўлиб харид қилиш қобилияти; 3) товарни истеъмол қилиш (фойдаланиш) самарасининг уни сотиб олиш ва эксплуатация қилишга сарфланувчи харажатларга (истеъмол нархи) нисбати; 4) корхонанинг миллий ва жаҳон товар бозорларига чиқиши мақсадга мувофиқлигининг муҳим кўрсаткичи” каби товарнинг сифатлари билан таърифлаган.

Маҳсулот рақобатбардошлиги маҳсулот ишлаб чиқариш бўйича ишлаб чиқариш субъектининг фаолиятини баҳоловчи меъзон бўлиб ҳисобланади. Маҳсулот рақобатбардошлиги товарларни таққослаш орқали аниқланадиган нисбий кўрсаткич бўлиб, у маҳсулотни бозор талабларига мос келиш даражасини ифодалайди. Маҳсулот ўзининг хос кўрсаткичлари бўйича тоифасидаги намуна маҳсулотга қанчалик яқин бўлса шунча рақобатбардош деб ҳисобланади. Маҳсулот рақобабардошлиги ишлаб чиқариш субъекти томонидан истемолчилар талабларини доимий ўрганиб бориш ва ишлаб чиқариладиган маҳсулотни талаблар доирасида такомиллаштириб бориш орқали сақлаб турилади. Бунда асосий эътибор товарга қўйиладиган умумий талабларга ҳамда истемолчиларнинг истаклари ва талабларига қаратилади. Умумий талабларга турли даражадаги (халқаро ва миллий) меъёрлар, талаблар киради. Ушбу талаблардан агар бирортаси бажарилмаса товар рақобатбардошлигини тўла йўқотади. Маҳсулот рақобатбардошлигини тўғри баҳолаш рақобатбардошлик кўрсаткичларини тўғри танланишига ва бошқа омилларга бевосита боғлиқ бўлади. Шунинг учун рақобатбардошлик

кўрсаткичларини тўғри танлаш муҳим стратегик аҳамиятга эга. Махсулот рақобатбардошлиги кўрсаткичлари махсулотларни намуна махсулотга таққослаш орқали аниқланади. Махсулотларни таққослашнинг бир қатор босқичлари мавжуд. Аввало таққослашга энг лойиқ намуна махсулот танланади. Ушбу аниқланган намуналарни таққосланадиган жихатлари аниқланади. Ундан сўнг таққосланаётган махсулотнинг рақобатбардошлиги интеграл кўрсаткичи ҳисобланади. Махсулот рақобатбардошлигини интеграл кўрсаткичини ҳисоблашнинг биринчи босқичида товарни рақобатбардошлигини хусусий кўрсаткичлари рақобатдош махсулот кўрсаткичлари билан таққосланади.

$$Q_i = \frac{P_i}{P_{i0}},$$

Q_i – i -та кўрсаткич бўйича рақобатбардошлик кўрсаткичи

P_i – товарни i -та кўрсаткичи миқдори

P_{i0} – рақобатбардош товарни i -та кўрсаткичи миқдори

Интеграл кўрсаткични ҳисоблашнинг иккинчи босқичида рақобатбардошликнинг интеграл кўрсаткичи ҳисобланади.

$$K = \sum_{i=1}^n a_i Q_i,$$

Бу ерда: K – махсулот рақобатбардошлигининг интеграл кўрсаткичи.

n – баҳоланадиган кўрсаткичлар миқдори.

a_i – барча i кўрсаткичлар.

Бу ерда K кўрсаткични юқори даражаси бирга тенг бўлиши мумкин. Бу ҳолатда махсулот ва рақобатбардош махсулот бир хил рақобатбардошлик даражасига эга бўлади. Ушбу миқдор бирдан қанча кам бўлса ўрганилаётган махсулот рақобатбардошлиги таққосланаётган махсулот рақобатбардошлигига нисбатан шунча кам бўлади. Ҳозирги даврда бозорларимизда махсулотларни янги турларини пайдо бўлиши тез юз бермоқда. Бундай шароитда янги махсулотларни рақобатбардошлигини аниқлаш зарурияти вужудга келади. Янги махсулотларни рақобатбардошлиги намуна махсулотга таққослаш орқали аниқланади. Янги махсулотни намуна махсулотга нисбатан рақобатбардошлиги қуйидаги формула орқали аниқлаш мумкин.

$$K = M_b / M_y$$

Бу ерда: K – махсулот рақобатбардошлигининг нисбий кўрсаткичи.

M_b – намуна махсулот кўрсаткичлари

M_y – янги махсулот кўрсаткичлари.

Формуладан кўриниб турибдики K – кўрсаткичи миқдорининг ортиши янги махсулотни рақобатбардошлигини намуна махсулот рақобатбардошлигига узоқлашаётганлигини ёки K – кўрсаткичининг миқдорини камайиши янги махсулотни рақобатбардошлигини намуна махсулот рақобатбардошлигига яқинлашаётганлигини билдиради.

Махсулот рақобатбардошлиги махсулот яратишнинг барча жараёнларида шаклланади. Махсулот яратиш жараёни маркетинг тадқиқотлари, янги

махсулотни муҳим жихатларини аниқлаш, илмий тадқиқот ишланмаларни тайёрлаш, ишлаб чиқаришни тайёрлаш, ишлаб чиқариш, логистика ва маркетинг, сотувдан кейинги хизматлар, талабни қондириш каби жараёнлардан ташкил топади. Ушбу жараёнлар истемолчи истаклари асосида ташкил этилиши талаб этилади. Агар ушбу талаб бажарилмаса махсулот рақобатбардош бўлиши мумкин, аммо у сотилмайди. Истемолчилар истаклари ҳам одатда бир хил махсулотга бир хил бўлмайди. Одатда истемолчи товарни танлаш жараёнида бир қатор омиллар таъсирида бўлади. Истемолчиларни истаклари келиб чиқиб уларни бир қатор гуруҳларга бўлиш мумкин. Бир тоифа истемолчилар фақат арзон махсулотларни истайди, махсулот сифатига катта эътибор қаратмайди. Бошқа бир тоифа истемолчилар махсулотда нарх билан бир қаторда сифатга ҳам катта эътибор беришади. Яна бир тоифа истемолчилар махсулотни барча кўрсаткичларда бенуксон бўлишини хоҳлайди. Кўриниб турибдики истемолчиларни истаклари бўйича жуда кўп гуруҳларга ажратиб бориш мумкин. Шунинг учун истемолчилар ҳақида гап кетганда ишлаб чиқарувчилар истемолчиларни истакларини кенгроқ ўрганишга, иложи борица истемолчилардан жуда кўп гуруҳларини ажратиб олишга ва уларни аниқ истаклари бўйича махсулотни ассортиментини яратишга ҳаракат қилмоқлари лозим бўлади. Махсулот рақобатбардошлиги доимий бўлмайди. Вақт ўтиши билан бир қатор омиллар таъсирида махсулот рақобатбардошлик даражаси ўзгариб туриши мумкин. Бунда махсулотни ҳаёт даври муҳим ўринга эга. Махсулотни ҳаёт даври тугамагунча янги махсулотни бозорга киритиш корхона учун харажатларни қўшимча сарф қилишга олиб келади. Одатда фойдани сезиларли ортиши кузатилмайди. Шунинг учун махсулотни амалдаги махсулотни ҳаёт даври якунланишга яқинлашиб, бу ҳолат фойдага таъсир эта бошлагандан сўнг янги махсулотни бозорга чиқариш мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Наманган вилоятида кичик корхоналар махсулотлари рақобатбардошлигини умумий ҳолда баҳолайдиган бўлсак, у ҳолда вилоятда кичик бизнес вакиллари бугунги кун талабларидан келиб чиқиб махсулот рақобатбардошлигини ошириш борасида бир қатор ютуқларга эришган ва бунинг натижасида маҳаллий ва ташқи бозорларда фаолиятларини кенгайтиришга эришилганлигини кўришимиз мумкин.

Жадвал- 1

Наманган вилоятида саноат махсулоти ишла чиқариш ҳажмида кичик бизнесни улуши.

Млрд сўм

.	2020 йил
Жами:	11 011,9
Йирик корхоналар	5 425,8
Кичик бизнес	5 586,1
Кичик бизнеснинг экспортдаги улуши , % да.	51,7

Манба: Наманган вилояти статистика бошқармаси маълумотлари

Ушбу маълумотдан шуни хулоса қилиш мумкинки Наманган вилоятида кичик бизнес корхоналари саноат тармоғида етарлича катта салмоққа эга бўлиб, 2020 йилда саноат ишлаб чиқаришидаги улуши 49,3 фоизни ташкил этган. Саноат маҳсулотлари экспортидаги улуши эса 51,7 фоизни ташкил этган. Ушбу рақамлардан маълум бўлмоқдаки вилоят кичик бизнес вакиллари экспортда анча катта натижага эришганлар. Саноатни тез суръатлар билан ривожланишига қарамасдан вилоятда кичик корхоналар саноат ишлаб чиқаришдаги салмоғи катталигича қолмоқда. Бунга асосан янги маҳсулотларни ишлаб чиқариш ва истемолчиларни талабларини яхши ўрганиш оқали эришилган. Шу билан биргаликда пандемия билан боғлиқ шароитларни ҳам эътиборга олиш лозим. Пандемия чекловлари тугаши ва бозорларга турли мамлакатлардан кириб келадиган маҳсулотларни миқдорини ортиши вилоятда янгидан иш бошлаган ва кучли моддий базага эга бўлмаган кичик бизнес вакиллари учун қўшимча муаммоларни юзага келтириши мумкин. Шу муносабат билан пандемиядан кейинги кўтарилиш давларида кичик бизнес вакиллари химоя қилиш ва қўллаб-қувватлаш бўйича олиб борилаётган тизимли чора ва тадбирларини кучайтириш талаб этилади. Ушбу ҳолатларни ҳисобга олган ҳолда кичик бизнесда маҳсулот рақобатбардошлигини ошириш бўйича қуйидагиларни тавсия қиламиз:

- Кичик бизнесни ривожлантиришда давлат усулидан самарали фойдаланиш;
- Кичик бизнес вакиллари ривожланишига шароитлар яратиш ва уларни қўллаб-қувватлашнинг тизимли чора тадбирларини кенгайтириб бориш;
- Янги маҳсулотларни ўзлаштириш ва ишлаб чиқариш стратегик режаларини яратиш;
- Асосий воситаларни янгилаш режаларини ишлаб чиқиш;
- Маҳаллий арзон хом ашё манбаларини қидириб топиш ва улардан маҳсулот ишлаб чиқаришни йўлга қўйишда кенг фойдаланиш;
- Рақобатдошлик назарий, илмий ва амалий асосларини ўрганишни йўлга қўйиш;
- Истемолчилар талабларини чуқур ўрганиш;
- Замонавий маркетинг усулларида кенг фойдаланиш;
- Корхоналар томонидан маҳсулотларни кенг жамоатчиликка таништириш билан боғлиқ реклама бошқа тадбирларидан кенг фойдаланиш ва бошқалар.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли “2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги Фармони.

2. Портер М.Э. Конкуренция: Учеб. пособие. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. — стр. 101

3. Лифиц, И. М. Л64 Конкурентоспособность товаров и услуг : учеб. пособие / 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Высшее. Юрайт-Издат, 2009. - 460с.

4. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции: Учебник / Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права. – М., 2003 – 584 с.

5. Ergashxodjayeva Sh.Dj., Abduxalilova L.T. Marketing tadqiqotlari. Darslik.. - T.:Iqtisodiot, 2017 y. 378 bet.

6. Наманган вилоятининг 2018-2020 йилларда ижтимоий-иқтисодий ривожланиш ҳолати тўғрисида Ахборотнома.

**Azimova Feruza Payzievna,
Fotixova Shahodatxon Farhod qizi,
”Buxgalteriya hisobi va audit”
ta’lim yo`nalishi talabasi,
Toshkent To`qimachilik va Yengil
sanoat instituti,
Toshkent shahri**

Xalqaro moliyaviy hisobot standartlariga o`tishning o`zbekiston uchun afzalliklari

Advantages of uzbekistan's transition to international financial reporting standards

Ushbu maqolada O‘zbekiston Respublikasining buxgalteriya hisobi milliy standartining xalqaro standartlariga o‘tishi, muvofiqligi, asosiy kapitalga o‘zlashtirilgan investitsiyalar, jumladan, xorijiy investitsiyalarni jalb etish ustuvor masalalar sifatida ko‘rib chiqiladi. Shuningdek, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining «Moliyaviy hisobotning xalqaro standartlariga o‘tish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida»gi 2020 yil 24 fevraldagi PQ-4611 qarori talablari va yurtimizda hisob siyosatida yangi sahifa ochilishi haqida.

Kalit so`zlar: Moliyaviy hisobot xalqaro standartlari (MHXS), iqtisodiyotining uyg‘unlashuvi, buxgalteriya hisobining modellari, xorij investitsiyalar.

In this article, the issues of transition, compliance of the national accounting standard of the Republic of Uzbekistan with international standards, mastered investments in fixed assets, including attracting foreign investment, considered as priorities. In addition, about the requirements of the Decree of the President of the Republic of Uzbekistan dated February 24, 2020 no. PP-4611 "on additional measures for the transition to international financial reporting standards" and the opening of a new page in the accounting policy of the country.

Keywords: international financial reporting standards (IFRS), harmonization of the economy, accounting models, foreign investments.

Mamlakatimiz global iqtisodiyot sharoitida global hisob siyosatini yuritish va standartlarini qabul qilish bugungi kun talabi hisoblanadi. Zero hisob