



КОНКУРЕНЦИЯ И ЕЕ РОЛЬ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Камилова Наргиза Абдукахоровна

Доцент кафедры «Экономическая теория»,
Самаркандский институт экономики и сервиса

Билялова Тамила Якубовна

Студентка 1 курса Факультета Экономика,
Самаркандский институт экономики и сервиса

Аннотация: Цель статьи заключается в анализе сущности и роли конкуренции в условиях рыночной экономики, а также в выявлении её влияния на эффективность хозяйственной деятельности и развитие экономических систем. В ходе исследования использовались методы экономического анализа, структурно-логический и сравнительный подходы. Применение данных методов позволило определить основные формы и функции конкуренции, охарактеризовать её участников и механизмы воздействия на рынок. Углублённое рассмотрение теоретических и практических аспектов конкуренции способствует более полному пониманию закономерностей рыночного функционирования, а также раскрывает значение конкурентной среды в обеспечении устойчивого экономического роста и стимулировании инновационной активности.

Ключевые слова: конкуренция, рыночная экономика, розничная торговля, Узбекистан, плодоовощные отделы, супермаркеты, экономическая эффективность, конкурентная среда, ассортимент продукции, развитие бизнеса, государственное регулирование, инновации.

Abstract: The purpose of this article is to analyze the nature and role of competition in a market economy and to identify its impact on business performance and the development of economic systems. The study utilized methods of economic analysis, structural-logical, and comparative approaches. These methods allowed us to identify the main forms and functions of competition, characterize its participants, and characterize the mechanisms by which they influence the market.

An in-depth examination of the theoretical and practical aspects of competition contributes to a more complete understanding of market functioning patterns and reveals the importance of the competitive environment in ensuring sustainable economic growth and stimulating innovation.

Key words: *competition, market economy, retail trade, Uzbekistan, fruit and vegetable departments, supermarkets, economic efficiency, competitive environment, product range, business development, government regulation, innovation.*

Рыночная экономика обязательно предполагает наличие конкуренции. Понятие конкуренция означает соперничество, борьбу за достижение лучших результатов в какой-либо сфере деятельности. В рыночной системе эта борьба разворачивается за потребителя, т.е. за более полное удовлетворение его потребностей, что и обеспечивает реализацию произведенного товара. С одной стороны, конкуренция создает такие условия, что потребитель на рынке имеет множество возможностей для приобретения товаров, а продавец - для реализации товаров. С другой, в обмене участвуют два субъекта, каждый из которых ставит свой интерес выше интереса партнера. В результате ни продавец, ни покупатель при заключении сделки не имеют возможности установить благоприятную только для себя цену. Конкуренция создает равные внешние права и для производителя, и для потребителя. В ходе конкуренции выявляется общественная необходимость в данном виде продукта, дается его оценка и устанавливается единый уровень цен. (Рис.1.)



Рис. 1. Институциональная структура рыночной экономики

Таким образом, «конкуренция» - состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможности каждого из них воздействовать на общие условия обращения товаров на данном рынке и стимулируют производство тех товаров, которые требуются потребителю".

Конкуренция несет в себе одновременно как положительные, так и негативные моменты. К положительным можно отнести то, что конкуренция заставляет производителя применять лучшие технологии, более рационально использовать ресурсы и тем самым способствует развитию НТП. Быстро реагируя на изменение спроса, конкуренция способствует снижению издержек производства и цен. Конкуренция выравнивает норму прибыльности и уровень заработной платы во всех отраслях производства национальной экономики.

Но конкуренция имеет и негативные стороны. Нестабильность бизнеса создает условия для безработицы, инфляции и банкротства отдельных предприятий. Растет дифференциация доходов. Следствием рыночной конкуренции является также перепроизводство товаров и недогрузка

производственных мощностей, наблюдаемых в период экономических кризисов перепроизводства.

Президент Узбекистана Шавкат Мирзиёев 5 августа ознакомился с презентацией мер, направленных на развитие конкуренции. Сообщается, что за последние пять лет улучшилась конкурентная среда по более чем 25 товарам. Отменены ограничивавшие конкуренцию эксклюзивные права по 7 видам деятельности. Количество предприятий с государственным участием сократилось на 42%, а число субъектов частного предпринимательства увеличилось в 1,6 раза.

Наглядным примером развития конкурентных отношений в розничной торговле Республики Узбекистан является функционирование плодоовощных отделов сетей супермаркетов. Так, в рамках традиционного аудита, проведённого 17–18 марта 2024 года командой проекта EastFruit, был осуществлён анализ деятельности торговых сетей в ряде городов стран региона, включая Ташкент. В столице Узбекистана аудит охватил 32 магазина, принадлежащих 11 сетям супермаркетов, среди которых Makro, Makro Express 24/7, Korzinka, HAVAS, Green Apple, Andalus, Carrefour, Baraka Market, Asia.uz, Magnum и Bi1. (Рис.2.)



Рис. 2. Представители ключевых продуктовых, конкурирующих между собой на рынке

Так, впервые в рамках ежеквартального розничного аудита были включены сети супермаркетов Magnum и Bi1, что свидетельствует об активизации конкуренции и повышении инвестиционной привлекательности узбекского рынка. Информация об открытии данных сетей и их стратегических планах развития в стране отражена в аналитических материалах, посвящённых особенностям конкурентной борьбы с традиционными базарами и перспективам экспансии иностранных ритейлеров.

Кроме того, с начала 2024 года команда проекта EastFruit осуществляет систематический мониторинг деятельности сети Asia.uz, что позволяет более полно оценить динамику конкурентной среды. Для сопоставительного анализа использовались также данные предыдущего мониторинга, проведённого в марте 2024 года, в рамках которого рассматривалась деятельность восьми сетей супермаркетов, включая Makro, Makro Express, Korzinka, HAVAS, Green Apple, Andalus, Carrefour и Baraka Market. Сравнение показателей в динамике позволяет выявить изменения в позициях участников рынка и оценить степень усиления конкуренции. Диаграмма, отражающая ассортимент продукции, представлена ниже. (Рис.3.)

Ассортимент продукции

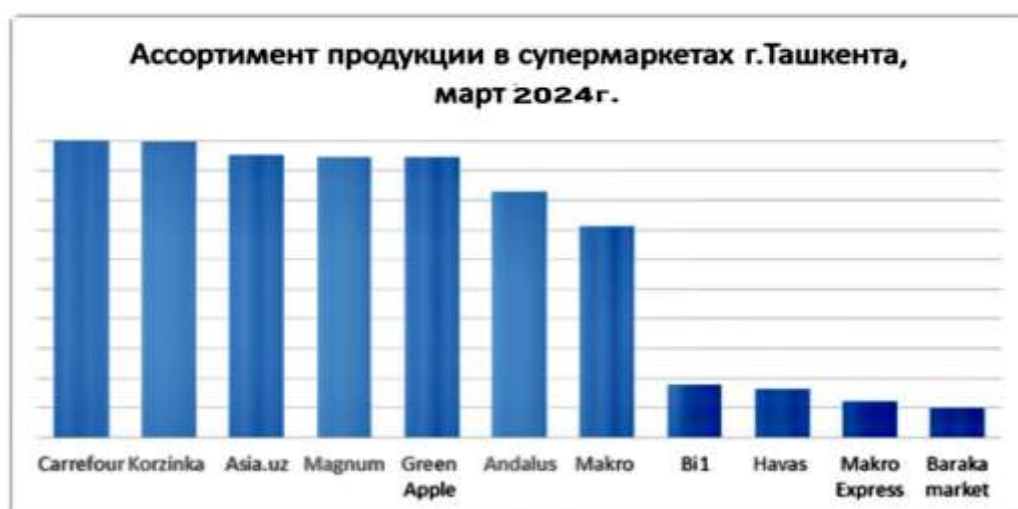


Рис. 3. Визуализация структуры ассортимента продукции

Лидером по широте ассортимента плодоовощной продукции по результатам исследования стала сеть Carrefour, при этом по сравнению с мартом 2024 года прирост среднего количества товарных позиций оказался незначительным и составил 0,9%. Второе место в рейтинге заняла сеть Korzinka, являвшаяся лидером предыдущего периода, однако за рассматриваемый промежуток времени её ассортимент сократился на 9,9%. Наиболее выраженный положительный темп расширения ассортимента продемонстрировала сеть HAVAS, увеличившая количество товарных позиций плодоовощного отдела на 17,8% по сравнению с мартом прошлого года.

Подводя итоги нашего традиционного аудита, хочется добавить, что конкуренция на рынке плодоовощной торговли в розничных сетях Узбекистана активизировалась и мы ожидаем в ближайшей перспективе ее дальнейшего усиления.

Таким образом, всем действующим сетям придется прикладывать больше усилий, чтобы сохранить свои позиции на рынке и удовлетворить запросы потребителей. Мы же в свою очередь постараемся оперативно отразить ситуацию при нашем следующем аудите в июне-июле 2024 г.

Заключение: В ходе проведенного исследования конкуренция была рассмотрена как фундаментальный и неотъемлемый элемент рыночной экономики, обеспечивающий устойчивость и сбалансированность взаимодействия между участниками рыночных отношений. Анализ теоретических положений и практических примеров, в том числе на материале Республики Узбекистан, позволил сделать вывод о том, что развитие и усиление конкурентной среды выступает ключевым фактором повышения экономической эффективности, улучшения качества товаров и услуг, а также стимулирования инновационной активности хозяйствующих субъектов. В условиях проводимых в Узбекистане социально-экономических реформ конкуренция приобретает особую значимость, поскольку способствует

модернизации отраслей экономики, привлечению инвестиций и формированию современной рыночной инфраструктуры. Развитие конкурентных отношений, в частности в сфере розничной торговли, оказывает положительное влияние на расширение ассортимента, повышение стандартов обслуживания и рост потребительского благосостояния.

В данной связи возрастает роль государства как ключевого регулятора конкурентных процессов. Государственная политика Республики Узбекистан, направленная на создание равных условий для всех участников рынка, развитие добросовестной конкуренции и предупреждение монополизации, является важнейшим условием устойчивого функционирования рыночного механизма. Таким образом, формирование эффективной конкурентной среды следует рассматривать как один из стратегических приоритетов социально-экономического развития Узбекистана, обеспечивающий долгосрочный экономический рост и повышение качества жизни населения.

Список использованной литературы:

1. Мухаммедов. М ., Камилова Н .А . «Экономическая теория» Учебник для ВУЗОВ.-С.,СамИЭС , «Stap-Sel», 2023г .
2. Ибрагимов М.И. «Микроэкономика». Учебное пособие.
3. Материалы заседаний Кабинета Министров Республики Узбекистан, Посвященных вопросам социально-экономического развития. Правительственный портал Республики Узбекистан. [Электронный ресурс].
4. Агентство статистики при Президенте Республики Узбекистан. Официальный сайт.
5. Интернет-издание «Газета.uz»