

## RAQOBATNING MAZMUNI VA SHAKLLARI

### **Abduvaliyev Doniyorbek Baxromjon o'g'li**

“TIQXMMI” Milliy tadqiqot universitetining Qarshi irrigatsiya va agrotexnologiyalar instituti. Suv xo'jaligini tashkil etish va boshqarish yo'nalishi talabasi. Qarshi shahri. O'zbekiston Respublikasi.

[abduvaliyevdoniyorbek0@gmail.com](mailto:abduvaliyevdoniyorbek0@gmail.com)

### **Mahmudov Diyorbek Olimboy o'g'li**

“TIQXMMI” Milliy tadqiqot universitetining Qarshi irrigatsiya va agrotexnologiyalar instituti. Hidrotexnika qurilishi yo'nalishi talabasi. Qarshi shahri. O'zbekiston Respublikasi.

[diyorbek20030602@gmail.com](mailto:diyorbek20030602@gmail.com)

### **Sayfullayev Siroj Ikrom o'g'li**

“TIQXMMI” Milliy tadqiqot universitetining Qarshi irrigatsiya va agrotexnologiyalar instituti. Suv xo'jaligini tashkil etish va boshqarish yo'nalishi talabasi. Qarshi shahri. O'zbekiston Respublikasi.

[ssayfullayev679@gmail.com](mailto:ssayfullayev679@gmail.com)

## ANNOTATSIYA

Ushbu maqolada bozor mexanizmining asosiy tarkibiy qismlaridan biri bo'lgan raqobatning umumiy ta'rifi uning shakllari va usullari haqida umumiy ma'lumotlar berib o'tilgan.

**Kalit so'zlar:** Bozor munosabatlari, raqobat muhiti, iqtisodiy jarayon, ishlab chiqarish, iqtisodiy kurash.

Bozor iqtisodiyoti o'zining yetuklik darajasi va rivojlanish xususiyatlaridan qat'i nazar, raqobatning mavjud bo'lishini taqozo qiladi. Shuningdek, bozor iqtisodiyoti rivojlanib borishi bilan raqobatchilik munosabatlari ham takomillashib, o'z shakllarini o'zgartirib boradi. Mamlakatimiz Prezidenti Sh.Mirziyoyev raqobatning bozor iqtisodiyotidagi ahamiyatini ko'rsatib: «Xalqaro tajribani o'rganib, raqobatni olib kirish mumkin bo'lgan monopoliya sohalariga xususiy sektor uchun yo'l ochish va shu orqali raqobat muhitini shakllantirish lozim. Bu borada tabiiy monopoliya va raqobat to'g'risidagi qonunlarni yangilash hamda iqtisodiyotda raqobat muhitini shakllantirish strategiyasini ishlab chiqish talab etiladi.», deb ta'kidlaydi. Raqobat bozor iqtisodiyotining va umuman tovar xo'jaligining eng muhim belgisi, uni rivojlantirish

vositasi hisoblanadi. Raqobatning iqtisodiy mazmunini tushunib olish unga turli tomondan yondashishini talab qiladi. Mustaqil tovar ishlab chiqaruvchilar (koxonalar) o'rtasidagi raqobat tovarlarni qulay sharoitda ishlab chiqarish va yaxshi foyda keltiradigan narxda sotish, umuman, iqtisodiyotda o'z mavqeini mustahkamlash uchun kurashdan iborat. Bunda ular kerakli ishlab chiqarish vositalari, xom ashyo va materiallar sotib olish, ishchi kuchini yollash uchun ham kurashadi. Ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi raqobat pirovardida iste'molchilarni o'ziga jalb etish uchun kurashni ham anglatadi. Resurslarni yetkazib beruvchilar o'zlarining iqtisodiy resurslarini (kapital, yer-suv, ishchi kuchi) yuqori narxlarda sotish uchun raqobatlashadilar. Ishlab chiqaruvchilar va resurslarni yetkazib beruvchilar o'rtasidagi raqobat bozor munosabatlari rivojlangan, iqtisodiyot to'liq erkinlashgan sharoitda yorqin namoyon bo'ladi. Raqobat iste'molchilar o'rtasida ham yuz beradi: ular tovarlarni qulay va arzon narxlarda sotib olishga harakat qiladilar, ya'ni xaridor har bir sarflangan pul birligi evaziga ko'proq nafililikka ega bo'lishga harakat qiladi. Arzon va sifatli tovarni sotib olish uchun kurashadi. Shunday qilib, raqobat ko'p qirrali iqtisodiy hodisa bo'lib, u bozorning barcha sub'yektlari o'rtasidagi murakkab munosabatlarni ifodalaydi. Raqobat — bozor subyektlari iqtisodiy manfaatlarining to'qnashuvidan iborat bo'lib, ular o'rtasidagi yuqori foyda va ko'proq nafililikka ega bo'lish uchun kurashni anglatadi. O'z navbatida xaridorlar, ya'ni iste'molchilar sarflagan har bir so'm xarajati evaziga ko'proq nafililikka ega bo'lish uchun kurashadilar, ularning har biri arzon hamda sifatli tovar va xizmatlarga ega bo'lishga harakat qiladilar. Ishlab chiqaruvchilarning faoliyat ko'rsatuvchi tadbirkor va mulk egasi sifatida erkin hamda mustaqil bo'lishi raqobatning iqtisodiy asosini tashkil etadi. Chunki har bir mulk egasining o'z manfaati bo'lib, ular shu manfaatga erishish uchun intiladi. Mulk egasining tovar ishlab chiqarish va barcha boshqa sohalardagi faoliyati shu manfaatga bo'ysundirilgan bo'ladi. Bu jihatdan qaraganda raqobat erkin iqtisodiy faoliyat qiluvchi subyektlar manfaatlarining to'qnashuvidan iborat bo'lishini aniq tavsiflaydi. Raqobat mavjud bo'lishining boshqa sharti tovar-pul munosabatlarining ma'lum darajada rivojlangan bozor tizimida amal qilishidir. Aksariyat holatlarda raqobatni bevosita tovarlar yoki tarmoqlar o'rtasidagi kurash sifatida ta'riflaydilar: «Tovarlar hamda ularning ishlab chiqaruvchilari - firmalar, tarmoqlar, mamlakatlar o'zaro raqobatlashadilar. Shunga ko'ra, raqobat va raqobatbardoshlikni ham tovarlar, ham tovar ishlab chiqaruvchilarga nisbatan ko'rib chiqish mumkin».2 Shu o'rinda raqobatning tovarlar o'rtasidagi o'zaro munosabat sifatida qaralishi ilmiy jihatdan noto'g'ri deb hisoblaymiz. Ma'lumki, iqtisodiyot nazariyasi fan sifatida kishilar o'rtasidagi iqtisodiy munosabatlarni o'rganadi. Raqobat kurashi ham, yuqorida qayd etilganidek, shunday munosabatlardan biri bo'lib hisoblanadi. Ma'lumki, kurash bu o'z manfaatini himoya qilish, raqibni yengib chiqish hamda g'olib bo'lish uchun

harakat, turli vosita va usullarni ishga solish demakdir. Tovarlar esa, raqobat jarayonida o'zlarining raqobatbardoshlik xususiyatlarini bevosita o'zgartira olmaydilar, ya'ni kurasha olmaydilar. Ularning bu jarayondagi ishtiroki passiv hisoblanadi. Tovarlarining raqobat kurashida yengib chiqishi ular ishlab chiqaruvchilarining xattiharakati va salohiyatiga bog'liq bo'ladi. Shundan kelib chiqqan holda, firma va tarmoqlar, qolaversa. mamlakatlar o'rtasidagi raqobat ham pirovardida ularning tarkib toptiruvchilari hisoblangan tovar ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar o'rtasidagi raqobat orqali namoyon bo'ladi. Iqtisodiy adabiyotlarda bir tarmoq ichidagi raqobatning to'rt shakli alohida ajratilib ko'rsatiladi. Bular erkin raqobat, monopolistik raqobat, monopoliya va oligopoliyadir. Erkin 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. Monopolists 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. Oligopoliya - tarmoqda u qadar ko'p bo'lmagan korxonalarining mavjud bo'lishi va hukmronlik qilishidir. Bu oligopolianing eng muhim belgisidir. Qaysi tovarlar va xizmatlar bozorida nisbatan kam sonli ishlab chiqaruvchilar hukmronlik qilsa, shu tarmoq oligopolistik tarmoq hisoblanadi.

Xulosa o'rnida aytishimiz mumkinki raqobatning asosiy mazmunini turli xildagi ishlab chiqarish korxonalarini o'rtasidagi iqtisodiy kurashlar tashkil etadi. Bu esa o'z navbatida har bir ishlab chiqaruvchini sifatli va haridorgir mahsulotlarni ishlab chiqarishga undaydi. Raqobatsiz rivojlanish bo'lmaydi, agar hamma sohada raqobatni qo'llab monopoliyani yo'qotsak ko'zlagan maqsadimizga erishishimiz oson bo'ladi. Raqobat rivojlanishning kalitidir.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI: (REFERENCES)**

1. Sh.Sh. Shodmonov, G.D. Baubekova, G.T. Xalikova. Innovatsionnie metodi obucheniya v ekonomicheskome obrazovanii.
2. Ekonomika. Uchebnik, 8-ye izd., prererab. i dopolnennoe. - /Pod red. A.S. Bulatova. M.: Ekonomist
3. [www.bearingpoint.uz](http://www.bearingpoint.uz)
4. [www.ceep.uz](http://www.ceep.uz)