MILLIY IQTISODIYOTDA RAQOBATNI SHAKLLANTIRISHNING NAZARIY ASOSLARI

Karimova Iroda Abdusattarovna
Toshkent Gumanitar Fanlar instituti

Annotatsiya: *Mazkur maqolada raqobatning iqtisodiyotdagi roli va uning iqtisodiy jarayonlarga ta'siri tahlil qilinadi. Raqobat bozor muhitining ajralmas qismi bo‘lib, ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish, mahsulot sifatini oshirish va innovatsiyalarni rag‘batlantirish orqali iqtisodiy rivojlanishga turtki beradi. Raqobatning ijtimoiy va iqtisodiy manfaatlari, shu bilan birga, raqobatni sog‘lom shaklda rivojlantirish uchun zarur shart-sharoitlar muhokama qilinadi. o‘zbekiston iqtisodiyotida raqobatni rivojlantirishning nazariy asoslari va amaliy jihatlari ko‘rib chiqiladi.*

Kalit so‘zlar: *raqobat, bozor iqtisodiyoti, innovatsiyalar, samaradorlik, monopol, oligopoliya, raqobat muhitini rivojlantirish, iqtisodiy rivojlanish, O‘zbekiston iqtisodiyoti.*

“Raqobat” - iqt. Mustaqil tovar ishlab chiqaruvchi (korxona)lar o‘rtasida tovarlarni qulay sharoitda ishlab chiqarish va foyda keltiradigan narxda sotish, umuman, iqtisodiyotda o‘z mavqeini mustahkamlash uchun kurash[1]. Raqobat - bu bozor ishtirokchilari o‘rtasidagi murakkab o‘zaro ta'sir jarayoni bo‘lib, mazkur jarayonda xo‘jalik yurituvchi subyektlar, ya’ni korxona va tashkilotlar o‘rtasidagi raqobat yuqori raqobatbardoshlikka ega kuchli va innovatsion kompaniyalarning savdo sohasidagi samaradorligini oshirishga yordam beradi. Raqobat muhitini rivojlantirishning maqsadi nafaqat savdo imkoniyatlarini kengaytirish, balki kompaniyalarga iste'molchilar ehtiyojlarini yaxshiroq tushunishga va ularning bozordagi mavqeini mustahkamlashga yordam beradi. Raqobat bozor munosabatlari tizimida muhim rol o‘ynaydi: u iqtisodiy rivojlanishni rag‘batlantiradi va xodimlarning ijodiy va professional salohiyatini oshiradi.

Raqobat bozor iqtisodiyotining asosiy elementi bo‘lib, u ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishga, mahsulotlar, ishlar va xizmatlar sifatini yaxshilashga imkon yaratadi, shuningdek, texnik innovatsiyalar va texnologik taraqqiyotni rag‘batlantiradi. Foydani oshirish uchun ishlab chiqaruvchilar o‘z mahsulotlarining xususiyatlarini yaxshilashga va ularni arzonroq narxlarda taklif qilishga majbur bo‘ladilar, bu iste'molchilarning mahsulotlarga qiziqishini oshiradi, biznes uchun esa foydaning oshishiga hissa qo‘shadi.

O‘zbek iqtisodchi olimlari B.Yu. Xodiyev va Sh.Sh. Shodmonovning tadqiqotlarida[2], raqobatning mavjud bo‘lishi uchun ma'lum shart-sharoitlar zarurligi ta’kidlangan. Ular,

[1] O‘zbek tilining izohli lug‘ati. Mas’ul muharrir A. Madvaliyev. — Toshkent : “O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi” Davlat ilmiy nashriyoti, 2006. — B. 361.

[2] Xodiyev B.Yu., Shodmonov Sh.Sh. Iqtisodiyot nazariyasi. Darslik. – T.: Barkamol fayz-media, 2017. – 783 b.

bu shart-sharoitlarning faqat bozor munosabatlari muhitida yuzaga kelishini, va rivojlangan mamlakatlardagi bozor munosabatlari uzoq vaqt davomida, evolyusion yo‘l bilan shakllanib, erkin raqobat muhiti yaratganligini qayd etganlar.

A. O‘lmasov va A. Vahobovlaning tadqiqotlari[3] raqobat muhitining doimiy bo‘lishi uchun zarur shart-sharoitlar mavjudligini ta'kidlaydi va bunday vaziyat mukammal raqobat bozoriga xos ekanligini ta'kidlaydi.

H.P.Abulqosimov, M.H.Abulqosimov, S.R.Topildiyevlarning tadqiqotlari korxonalarning samarali ishlashi uchun sog‘lom raqobat muhitini yaratishni davlatning asosiy iqtisodiy maqsadlaridan biri sifatida belgilaydi. Ular, shuningdek, davlatning raqobat muhitini yaratish jarayonida nosog‘lom raqobat va monopoliyaga qarshi qonunchilikka qarshi kurashishning samarali vositalaridan foydalanishi, shuningdek, ochiq iste'mol bozorini ta'minlash zarurligini ta'kidlaydilar[4].

Iqtisodiyot nazariyasini rivojlantirishga ma’lum hissa qo‘shgan maktab – bu sinfiy siyosiy iqtisoddir. Bu maktab namoyondalari A. Smit (1723–1790), D. Rikardo (1772–1823) bo‘lib, ular ishlab chiqarish jarayonini rivojlantirishni asosiy kuchi bu shaxsiy manfaatdorlik va raqobat deb hisoblaganlar. Bozor iqtisodiyoti o‘zining iqtisodiy mohiyati bo‘yicha iste’mol tovarlari va xizmatlari, ishlab chiqarish xomashyo va ishlab chiqarish vositalari, ishchi kuchi, innovatsiya bozorlariga bo‘linadi. Geografik joylashuviga qarab jahon mintaqaviy va mahalliy bozorlarga bo‘linadi. Raqobat yo‘nalishlariga qarab erkin, monopol, oligopol va aralash raqobat turlariga bo‘linadi[5].

Erkin raqobat - biznes uchun cheklovlarning yo‘qligini nazarda tutadi, shu bilan birga mahsulotlarda hech qanday farq yo‘q va eng muhimi, hech bir tomon bozor ustidan hokimiyatga ega bo‘lmaydi. Barcha ishtirokchilar, ham iste'molchilar, ham ishlab chiqaruvchilar bozor haqidagi ma'lumotlarga to‘liq kirish imkoniyatiga ega. Mazkur raqobat modeli quyidagi asosiy tamoyillarga asoslanadi: Sotuvchilar narxga ta'sir qila olmaydi - bozordagi har bir sotuvchi o‘z mahsulotlarini istalgan miqdorda sotishi mumkin, ammo ular bozor narxini o‘zgartira olmaydi; sotuvchilarning xatti-harakatlari strategik bo‘lmaydi. Ya'ni, qaror qabul qilishda sotuvchilar mustaqil ravishda harakat qilib, boshqa raqobatchilarning mumkin bo‘lgan harakatlarini hisobga olmaydilar; bozorga erkin kirish imkoniyati - yangi firmalar bozorga osongina kirishlari va to‘siqlar va qo‘shimcha xarajatlarga duch kelmasdan ishlab chiqarishni boshlashlari mumkin; xaridorlar narxlarga ta'sir qilmaydi - har bir xaridor kerakli miqdordagi tovarlarni belgilangan bozor narxida ushbu narxga ta'sir qilmasdan sotib olishi mumkin.

[3] O‘lmasov A., Vahobov A.V. Iqtisodiyot nazariyasi. Darslik. – T.: “Iqtisod moliya”, 2014. – 480 bet.

[4] Abulqosimov H.P., Abulqosimov M.H., Topildiyev S.R. Iqtisodiyotni davlat tomonidan tartibga solish usullari. Darslik. – T.: “Iqtisod-moliya”, 2019. – 425 b.

[5] Qodirov A., Xashimov P.Z., Muminov N.G., Ortiqov N.Y., Rejapov X.X. "Iqtisodiyot nazariyasi". Oliy o‘quv yurtlari talabalari uchun darslik. I-qism. Mirzo Ulug‘bek nomidagi o‘zbekiston Milliy universiteti, – Toshkent, "GRAND KONDOR PRINT" 2023. B-10.

Monopolistik raqobat — bu bozor tuzilmasida ko‘plab firmalar raqobatlashadi, har bir firma differensiyalangan mahsulot ishlab chiqaradi, firmalar sifat, narx va marketing bo‘yicha raqobatlashadi, firmalar bozorga erkin kirishlari va bozordan chiqishlari mumkin. Mahsulotni tabaqalashtirish ishlab chiqaruvchiga raqobatchining harakatidan qat’iy nazar mahsulotga o‘zi baho belgilash imkoniyatini beradi. Monopolistik raqobatda qatnashayotgan firmalar ma’lum bir turdagi mahsulotni ishlab chiqaradilar va uning hajmi katta bo‘lmaganligi sababli har bir sotuvchi bozor bahosini nazorat qilishi cheklangan bo‘ladi.

Oligopoliya raqobati - bu bozorda yoki sohada cheklangan miqdordagi kompaniyalar faoliyat yuritadigan va yuqori to‘siqlar tufayli yangilarining kirishi cheklangan bozor tuzilmasi. Oligopoliyaning asosiy xususiyatlari: ko‘p sonli iste'molchilarga ega bo‘lgan oz sonli kompaniyalar (odatda 10 tagacha, lekin ehtimol ko‘proq); firmalar tomonidan taklif qilinadigan mahsulotlar standartlashtirilgan yoki differentsiallashtirilgan bo‘lishi mumkin; talab egri chizig‘ining pasayishi bilan bog‘liq bo‘lgan narxga ta'sir qilish imkoniyati; bunday bozorlardagi narxlash jarayoni kompaniyalarning o‘zaro bog‘liqligini nazarda tutadi, narxlar va ishlab chiqarish hajmlari haqidagi qarorlari esa raqobatchilarning harakatlarini hisobga oladi.

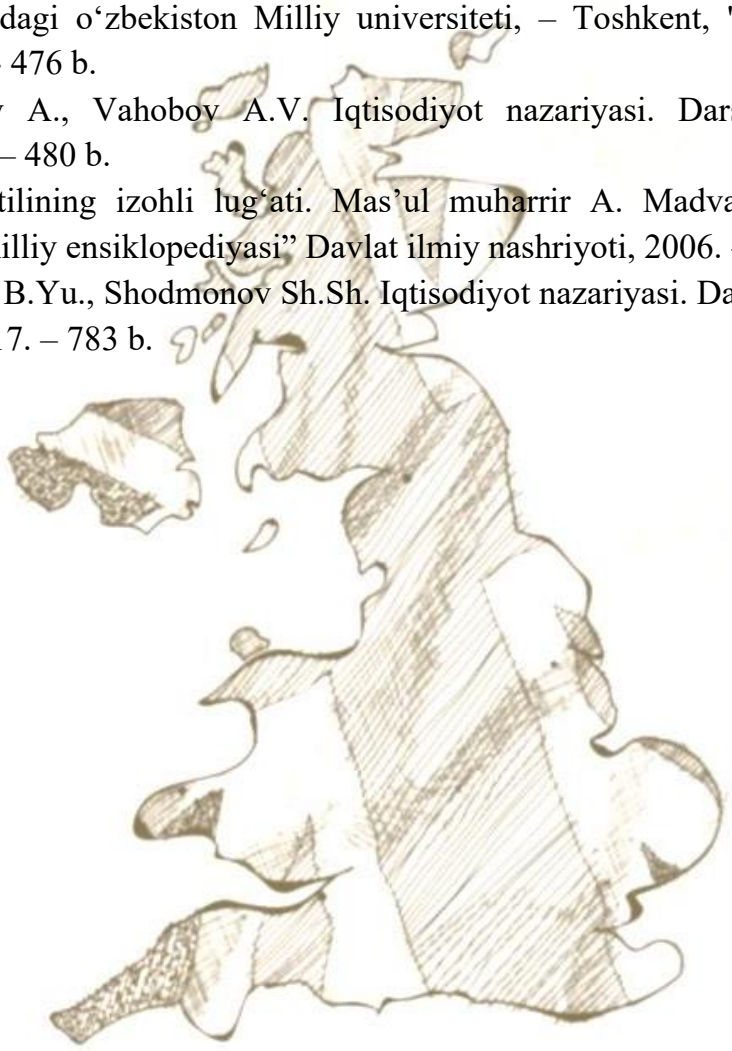
Aralash raqobat - ushbu bozor modeli erkin raqobat va monopol raqobatning aralashmasidir. Ba'zi firmalar erkin bozorlarda to‘g‘ridan-to‘g‘ri raqobatlashadi, ba'zilari esa monopol bozorlarda hukmronlik qiladi.

Shunday qilib, raqobat iqtisodiy rivojlanishning harakatlantiruvchi kuchidir, chunki u tovar va xizmatlar sifatini yaxshilashni, resurslarni oqilona taqsimlashni va ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirishni ta'minlaydi. Resurslardan samarali foydalanish biznesga foydani oshirish imkonini beradi, samarasiz faoliyat esa katta yo‘qotishlarga olib kelishi mumkin.

U bozorlar orqali mahsulot va xizmatlarning sifatini oshirish, resurslarni samarali taqsimlash va ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirishga yordam beradi. Samarali raqobat muhitida korxonalar, innovatsiyalarni joriy etib, mahsulotlarini yaxshilashga va xarajatlarini kamaytirishga majbur bo‘ladilar, bu esa natijada umumiy iqtisodiy samaradorlikni oshiradi. Raqobatning kuchli bo‘lishi, bozordagi narxlarni va sifatni muvozanatlashga yordam beradi, iste'molchilarga esa keng tanlov imkoniyatlari yaratadi.

Raqobatning turli shakllari (erkin raqobat, monopolistik raqobat, oligopoliya va aralash raqobat) o‘zaro bog‘liq va iqtisodiy tizimning o‘zgaruvchan sharoitlariga qarab farqlanadi. Har bir modelda turli xil ijobiy va salbiy jihatlar mavjud bo‘lib, ularning samarali qo‘llanilishi va nazorat qilinishi, iqtisodiyotning barqaror rivojlanishiga zamin yaratadi.

Xulosa qilib aytganda, raqobat bozor iqtisodiyotining to‘g‘ri ishlashi uchun zarur va hal qiluvchi shart ekanligini ta'kidlash kerak. Uning ham ijobiy, ham salbiy jihatlari bor, ammo u iqtisodiy rivojlanishning dinamizmi va barqarorligini ta'minlaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Abulqosimov H.P., Abulqosimov M.H., Topildiyev S.R. Iqtisodiyotni davlat tomonidan tartibga solish usullari. Darslik. – T.: “Iqtisod-moliya”, 2019. – 425 b.
2. Qodirov A., Xashimov P.Z.,Muminov N.G., Ortiqov N.Y., Rejapov X.X. "Iqtisodiyot nazariyasi". Oliy o‘quv yurtlari talabalari uchun darslik. I-qism. Mirzo Ulug‘bek nomidagi o‘zbekiston Milliy universiteti, – Toshkent, "GRAND KONDOR PRINT" 2023. - 476 b.
3. o‘lmasov A., Vahobov A.V. Iqtisodiyot nazariyasi. Darslik. – T.: «Iqtisod moliya», 2014. – 480 b.
4. O‘zbek tilining izohli lug‘ati. Mas’ul muharrir A. Madvaliyev. — Toshkent: “O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi” Davlat ilmiy nashriyoti, 2006. — 361 b.
5. Xodiyev B.Yu., Shodmonov Sh.Sh. Iqtisodiyot nazariyasi. Darslik. – T.: Barkamol fayz-media, 2017. – 783 b.