

## **RAQOBAT VA MONOPOLIYA**

**Odilzoda Gulsanam Anvarjon qizi**

Qo‘qon universiteti, Moliya yo‘nalishi, birinchi bosqich talabasi

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

**Annotatsiya:** Ushbu ilmiy maqolada men “ Raqobat va monopoliya” haqida talabalarga ma‘lumot bermoqchiman. Raqobat va monopoliyaning jamiyat uchun afzalliklari va kamchiliklari, jamiyatning iqtisodiy rivojlanishda raqobatning o‘rni va uning salbiy tomonlari bormi? Monopoliyaning iqtisodiyotga foyda va zararlari, hamda monopoliyaga qarshi kurashish uchun hozirgi kunda qanday choralar ko‘rilayotganligi haqida bilib olishimiz mumkin.

**Kalit so‘zlari:** Raqobatning zarurligi, raqobat shakllari, narx vositasida raqobat va narxsiz raqobat, g‘irrom va xalol raqobat, monopoliya va monopoliya turlari, sof monopoliya, oligopoliya, monopsoniya.

Bozor mexanizmining asosiy tarkibiy qismlaridan biri raqobat hisoblanadi. Bozor iqtisodiyoti o‘zining etuklik darajasi va rivojlanish xususiyatlaridan qat‘iy nazar raqobatning mavjud bo‘lishini taqozo etadi. Shu bilan birga, 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‘kidlagan edilar. Raqobat bozor iqtisodiyotining va umuman tovar xo‘jaligining eng muhim belgisi, uni rivojlantirish vositasi hisoblanadi. Raqobatning iqtisodiy mazmunini tushinib olish unga turli tomondan yondashishini talab qiladi. Mustaqil tovar ishlab chiqaruvchilar (korporatsiyalar) o‘rtasidagi raqobat tovarlarni qulay sharoitda ishlab chiqarish va yaxshi foyda keltiradigan narxda sotish, umuman iqtisodiyotda o‘z mavqegini mustahkamlash uchun iborat. Raqobat iste‘molchilar o‘rtasida ham yuz beradi: ular tovarlarni qulay va arzon narxlarda sotib olishga harakat qiladilar, ya‘ni xaridorlar har bir sarflangan pul birligi evaziga ko‘proq nafilikka ega bo‘lishga harakat qiladilar. Arzon va sifatli tovarni sotib olish uchun kurashadilar. Shunday qilib, raqobat ko‘p qirrali iqtisodiy hodisa bo‘lib, u bozorning barcha subyektlari o‘rtasidagi murakkab munosabatlarni ifodalaydi. Raqobat- bozor subyektlari iqtisodiy manfaatlarining to‘qnashuvidan iborat bo‘lib, ular o‘rtasidagi yuqori foyda va ko‘proq nafilikka ega bo‘lish uchun kurashni anglatadi.

Raqobat mavjud bo‘lishining boshqa sharti tovar-pul munosabatlarining ma‘lum darajada rivojlangan bozor tizimida amal qilishidir. Raqobatning mazmuni uning vazifalarini ko‘rib chiqish orqali yanada kengroq namoyon bo‘ladi. Hozirgi bozor iqtisodiyotida raqobatning quyidagi asosiy vazifalarni ajratib ko‘rsatish mumkin:

1) tartibga solish vazifasi; 2) resurslarni joylashtirish vazifasi; 3) innovatsion vazifasi; 4) moslashtirish vazifasi; 5) taqsimlash vazifasi; 6) nazorat qilish vazifasi. Raqobatning tartibga solish vazifasi ishlab chiqarishni talab (iste‘mol)ga muvofiqlashtirish maqsadida taklifga ta‘sir

o‘tkazishdan iborat. Aynan shu vazifa yordamida iqtisodiyotda taklifning talab orqali, ishlab chiqarish tarkibi va hajmining yakka tartibdagi va ijtimoiy ehtiyojlar orqali belgilanishiga erishiladi, ya’ni iqtisodiyot bozor qonunlari asosida tartibga solinadi. {3,224} Raqobatning resurslarni joylashtirish vazifasi ishlab chiqarish omillarini ular eng ko‘psamara beradigan korxonalar, hudud va mintaqalarga oqilona joylashtirish imkonini beradi. Raqobatning innovatsion vazifasi fan-texnika taraqqiyoti yutuqlariga asoslanuvchi hamda bozor iqtisodiyoti subyektlarining rivojlanishini taqozo etuvchi turli ko‘rinishdagi yangiliklarning joriy etilishini anglatadi.

Raqobatning moslashtirish vazifasi korxonalar (firma)larning ichki va tashqi muhit sharoitlariga ratsional tarzda moslashishiga yo‘naltirilgan bo‘lib, ularning shunchaki o‘zini-o‘zi saqlab, iqtisodiy jihatdan yashab qolishidan xo‘jalik faoliyati sohasining ekspansiyasi (kengayishi)ga o‘tishini bildiradi. Raqobatning taqsimlash vazifasi ishlab chiqarilgan ne‘matlar yalpi hajmi (yalpi ichki mahsulot) ning iste‘molchilar o‘rtasida taqsimlanishiga bevosita va bilvosita ta‘sir o‘tkazadi. Nihoyat, raqobatning nazorat qilish vazifasi bozordagi ba‘zi ishtirokchilarning boshqa bir ishtirokchilar ustidan monopolistik hukmronlik o‘rnatishga yo‘l qo‘ymaslikka yo‘naltirilgan. Raqobat kurashining mazmuni to‘g‘risida to‘laroq tushunchaga ega bo‘lish uchun uning asosiy shakllari va belgilarini ko‘rib chiqish zarur. O‘z miqyosiga ko‘ra raqobat ikki turga-tarmoq ichidagi va tarmoqlararo raqobatga bo‘linadi. Tarmoq ichidagi raqobat tovar ishlab chiqarish va sotishning qulayroq sharoitiga ega bo‘lish, yuqori foyda olish uchun bir tarmoq korxonalar o‘rtasida bo‘ladi. Har bir tarmoqdagi mavjud korxonalar ishlayotgan ishchilarning malakasi, ularning texnika bilan ta‘minlanish va mehnat unumdorligi darajasi turlicha bo‘lganligi sababli, ushbu korxonalarda ishlab chiqarilgan tovarlarning individual (alohida) qiymati bir xil bo‘lmaydi. Tarmoq ichidagi raqobat tovarlarning ijtimoiy qiymatini, boshqacha aytganda, bozor qiymatini aniqlaydi va belgilaydi. Tarmoqlararo raqobat turli tarmoqlar korxonalar o‘rtasida eng yuqori foyda normasiga erishish uchun olib boriladigan kurashdan iborat. Bunday raqobat kapitalarning foyda normasi kam bo‘lgan tarmoqlardan foyda normasi yuqori tarmoqlarga oqib o‘tishiga sabab bo‘ladi.

Yangi kapitallar ko‘proq foyda keltiruvchi sohalarga intilib, ishlab chiqarishning kengayishiga, taklif ko‘payishiga olib keladi. Shu asosda, narxlar pasaya boshlaydi. Iqtisodiy adabiyotlarda bir tarmoq ichidagi raqobatning to‘rtta shakli alohida ajratib ko‘rsatiladi. Bular sof raqobat, sof monopoliya, monopolistik raqobat va oligopoliyadir. Sof 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‘zlarini mahsulotlarini taklif qiladilar. Sof monopoliyada tarmoq bitta korxonalar yoki firmadan iborat bo‘lganligi sababli, u mavjud mahsulot (xizmat)ning yagona ishlab chiqaruvchisi hisoblanadi va yakkahukmronlik shakllanadi. Monopoliya sharoitida firma narx ustidan sezilarli nazoratni amalga oshiradi. Buning sababi oddiy bo‘lib, u mahsulot (xizmat)ning yagona ishlab chiqaruvchisi hisoblanadi va demak, taklifning umumiy hajmi ustidan nazorat qiladi. Monopolistik raqobat o‘zi 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 raqobatlashadi. Biroq, ayni paytda, har bir ishlab chiqaruvchi o‘z mahsulotini tabaqalashtirish,

ya’ni shu turdagi boshqa mahsulotlardan qaysi bir jihati (sifat darajasi, shakli, qadoqlanishi, sotish sharoitlari va h.k.) bo’yicha farqlantirish orqali uning monopol ishlab chiqaruvchisiga aylanadi.

Oligopoliya – tarmoqda u qadar ko’p bo’lmagan korxonalarining mavjud bo’lishi va hukmronlik qilishidir. Bu oligopoliyaning eng muhim belgisi bo’lib, qaysi tavarlar va xizmatlar bozorida nisbatan kam sonli ishlab chiqaruvchilar hukmronlik qilsa, shu tarmoq oligopolistik tarmoq hisoblanadi. Shuningdek, iqtisodiy adabiyotlarda **g’irrom** va **halol** raqobatlashuv usullari ham ajratib ko’rsatilgan. Raqobatlashuvning noan’anaviy, jamiyat tomonidan e’tirof etilmagan, ijtimoiy ahloq qoidalari doirasidan chetga chiquvchi, noiqtisodiy (ya’ni, jismoniy kuch ishlatish, majburlash, raqiblarni obro’siga putir yetkazish va h.k.) usullaridan foydalanish g’irrom raqobat deb yuritiladi. Halol raqobat- raqobat kurasida jamiyat tomomidan tan olingan iqtisodiy usullarni qo’llash, o’zining maqsad va manfaatlariga erishishda umumjamiyat manfaatlariga zid keluvchi holatlarni qo’llamaslik kabi qoidalarga asoslanadi. Raqobat kurashining ikki usuli farqlanadi: narx vositasidagi naqobat va narxsiz raqobat. {3,229}

Narx vositasida raqobatlashuvda kurashning asosiy usuli bo’lib ishlab chiqaruvchilarning o’z tovarlari narxini boshqa ishlab chiqaruvchilarning shunday mahsulotlari narxiga nisbatan pasaytirishi hisoblanadi. Narx vositasida raqobatlashish usullaridan biri – demping narxlarni qo’llashdir.. Bunda milliy ishlab chiqaruvchilar o’zlarining tovarlarini boshqa mamlakatlarga ichki bozordagi narxlardan, ayrim hollarda tannarxidan ham past bo’lgan narxlarda sotadi. Shu orqali ular ichki bozorda narxlarning barqarorligiga erishish mamlakatdagi ortiqcha mahsulotni yo’qotish, yangi bozorlarga kirib olish va undan o’zlarining iqtisodiy mavqeini mustahkamlashga harakat qiladi. Narxsiz raqobat shu bilan tavsiflanadiki, bunda raqobat kurashining asosiy omili tovarlarning narxi emas, balki uning nafiligi, sifati, servis xizmat ko’rsatish, ishlab chiqaruvchi firmaning obro’-e’tibori hisoblanadi. Narxsiz raqobat bilan bir vaqtda yashirin narx yordamidagi raqobat ham bo’lishi mumkin. Bunday xolatda yangi tovarlar sifatining oshishi va iste’mol xususiyatlarining yaxshilanishi ular narxlarning oshishiga qaraganda tez ro’y beradi. Hozirgi davrda bir turdagi mahsulotning ko’payishi ularni sotishni rag’batlantiruvchi reklama, tovar belgilari va fabrika muhrlaridan foydalanishni keltirib chiqarmoqda. Iste’mol bozorlarida qo’shimcha xizmat ko’rsatish orqali xaridorlarni o’ziga jalb qilish keng tarqalmoqda. Fan-texnika taraqqiyoti avj olgan hozirgi sharoitda, texnika va texnologiyalarning eng yangi yutuqlari ustidan nazorat qilish uchun kurash raqobatning asosiy usullaridan biriga aylanib bormoqda. Iqtisodiyotda bozor mexanizmining samarali amal qilishi va raqobat muhitining ta’minlanishi monopoliyalar, ularning kelib chiqish sabablari va amal qilish xususiyatlarini ko’rib chiqishni taqazo etadi.

Monopoliya – monopol yuqori yoki monopol narxlar o’rnatish asosida monopol yuqori foyda olish maqsadida tarmoqlar, bozorlar va yaxlit makroiqtisodiyot ustidan hukmronlikni amalga oshiruvchi yirik korxonalar (firma, korporatsiyalar)ning birlashmalari. «Monopoliya» atamasining kelib chiqishi bozorga oid tushunchalardan (ya’ni, grekcha “monoc”-yagona, bitta va “poleo”- sotaman) tarkib topsada, biroq uning iqtisodiy asoslari aslida ishlab chiqarishga borib taqaladi. Bozorni qamrab olish darajasiga ko’ra: sof monopoliya, oligopoliya va monopsoniya. Sof monopoliya- tarmoqdagi yagona ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchining narx va ishlab chiqarish hajmini belgilashdagi yakkahukmronlik holati hisoblanadi. {1,248}. Oligapoliya- tarmoqdagi bir

necha yirik ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchining narx va ishlab chiqarish hajmini belgilashdagi hukmronlik holati hisoblanadi.

Monopsoniya – tarmoqdagi ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchilar soni juda ko‘p bo‘lib, ular tovar yoki xizmatlarining yagona iste‘molchisi yoki xaridori mavjud bo‘lgan sharoitdagi hukmronlik holati hisoblanadi. Monopoliyaning vujudga kelish sababi va tavsifigako‘ra: tabiiy monopoliya, legal monopoliya, sun‘iy monopoliya farqlanadi.

Tabiiy monopoliya – korxonaning texnologik xususiyatlari sababli mahsulotga bo‘lgan talabni qondirish raqobat mavjud bo‘lmagan sharoitda samaraliroq amalga oshiriluvchi tovar bozorining holati. Legal (qonuniy) monopoliya- bu qonuniy tarzda tashkil etiluvchi monopolistik holat. Sun‘iy monopoliya- monopol foyda olish maqsadida tashkil etiluvchi birlashmalarning shartli (tabiiy monopoliyalardan ajratib turish uchun) nomi. Iqtisodiyot va monopoliyaga qarshi amaliyot sohasidagi ahamiyatli o‘zgarishlar tegishli qonunchilik bazasini yanada takomillashtirishni taqozo etdi. Shunga ko‘ra, O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi tomonidan 1996 yil 27 dekabrda “Tovar bozorlarida monopolistik faoliyatni cheklash va raqobat to‘g‘risida”gi yangi qonun qabul qilindi. {1,259}. Ushbu qonun monopolistik faoliyat va g‘irrom raqobatning oldini olish, uni cheklash, to‘xtatishning tashkiliy va huquqiy asoslarini belgilab berib, respublikaning tovar bozorlarida raqobat munosabatlarini shakllantirish va samarali amal qilinishini ta‘minlashga qaratilgan. Shuningdek, qonunda asosan ikkita muhim yo‘nalish, ya‘ni birinchidan, monopoliyaga qarshi tartribga solishning prinsipial yangi ko‘rinishi bo‘lib, u mavjud va saqlanib qolgan monopolistlar tomonidan bozorda hukmronlik mavqeini suiiste‘mol qilishning oldini olish va unga barham berishni ko‘zda tutsa, ikkinchidan, eng asosiy muhim masalalardan bo‘lib hisoblangan monopoliyadan chiqarish va sog‘lom raqobat muhitini shakllantirish ekanligi belgilab qo‘yilgan. Lekin bozor iqtisodiyotining rivojlanib borishi bilan shart-sharoitlar va talablar o‘zgarib bu qonunlar asta sekinlik bilan o‘z kuchini yo‘qota boshladi. Shuning uchun 2012 yil 6 yanvarda yangi “Raqobat to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Qonuni qabul qilinib, oldingi «Monopol faoliyatni cheklash to‘g‘risida»gi qonuni (1992 yil, avgust) hamda «Tovar bozorlarida monopolistik faoliyatni cheklash va raqobat to‘g‘risida»gi Qonuni (1996 yil 27 dekabr) o‘z kuchini yo‘qotgan deb hisoblabdi. Qabul qilingan yangi qonun hamda keyingi yillarda mamlakatimiz Prezidenti tomonidan qabul qilingan Farmon va Qarorlar asosida tarmoqlarda monopol hisoblangan bir qancha uyushmalar tugatilib, o‘rnida mustaqil korxonalar vujudga keltirildi, bu esa raqobat muhitining yanada kuchayishiga olib keldi. Hozirgi kunda mamlakatimizda ishlab chiqarilayotgan tovarlarning jahon bozoridagiraqobatbardoshligini ta‘minlash ham dolzarb vazifa hisoblanadi. Shu sababli ham mamlakatimizda yaratilgan texnologiyalarning raqobatbardoshligini ta‘minlash, “nou-xau” namunalarini yaratish, zamonaviy axborot-kommunikatsiyasi texnologiyalarini joriy etish, ya‘ni yuqori sifatli mahsulot ishlab chiqarishni ta‘minlash bo‘yicha tizimli chora tadbirlarni amalga oshirib borish zarur bo‘ladi.

**Xulosa:** Raqobat bozor iqtisodiyotining muhim xususiyatlaridan biri bo‘lib, u bir tomondan, ishlab chiqarish munosabati sifatida namoyon bo‘lsa, ikkinchi tomondan esa ijtimoiy ishlab chiqarishni rivojlantiruvchi mexanizm sifatida namoyon bo‘ladi. Raqobat ishlab chiqarish samaradorligiga erishish va iqtisodiy resurslarni optimal taqsimlashga imkon yaratadi. Buyuk iqtisodchi “Adam Smitning” fikricha, bozorning har bir ishtirokchisi o‘z shaxsiy manfaatlarini

qondirish yo'lida tinmay harakat qilib, o'zi bilmagan holda jamiyat va davlat manfaatlariga xizmat qiladi. (go'yo "ko'rinmas qo'l") orqali degan. Shunday ekan biz tinimsiz harakat qilsak ham o'zimiz uchun ham jamiyatimizga foydamiz tegadi. Raqobat bor joyda doim sifatli maxsulotlar chiqariladi va yana raqobat bor joyda doimo o'sish bo'ladi.

**Foydalangan adabiyotlar:**

1. Sh.Shodmonov. Iqtisodiyot nazaryasi darslik-T: nashriyot, 2020.
2. <https://arxiv.uz>
3. B.Y. Xodiyev, Sh.SH.Shodmonov Iqtisodiyot nazaryasi (Darslik).- T:"Barkamol fayz media", 2017, 784 bet.
4. Xursanaliyev, B. (2023). KICHIK VA YIRIK BIZNESNI BOSHQARISHNING ILG'OR XORIJIY TAJRIBALARI. QO'QON UNIVERSITETI XABARNOMASI, 7, 28-30.
5. Шохрузбек Равшан Ўғли Рузиев, Ҳамиджон Якубович Расулов, & Аббосхон Алиевич Юсупов (2022). ОЦЕНКА ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН. Academic research in educational sciences, 3 (2), 617-629.
6. Hamidjon Rasulov, & Noila Musurmonqulova. (2024). TURIZM RIVOJLANISHIDA "YANGI O'ZBEKISTON" YOSHLARINING TUTGAN O'RNI. Ta'lim Innovatsiyasi Va Integratsiyasi, 12(2), 190-195. Retrieved from <http://web-journal.ru/index.php/ilmiy/article/view/2811>
7. Khurshid Gafurov. (2021). Economic Performance of Kazakhstan and Uzbekistan Since Independence: Impacts of Selected Economic Policies and Institutions. Conference paper: Uzbekistan on The Way to Third Renaissance: Harmony of Ethnocultural, Historical and Economic Aspects. «Innovatsion rivojlanish nashryoti. <https://doi.org/10.54613/001069>
8. Мелибаева, Г. (2021). Иқтисодий диверсификациялаш шароитида тижорат банк активлари самарадорлигини ошириш масалалари. Общество и инновации, 2(4/S), 282-291.
9. Юсупов А.А. ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ НА СУБЪЕКТАХ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА // Экономика и социум. 2023. №4-1 (107). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnoe-ispolzovanie-chelovecheskih-resursov-na-subektah-malogo-predprinimatelstva> (дата обращения: 08.01.2024).