

IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISHDA RAQOBATNING ROLI.

Sayfullayev Sirojjon Ikrom og'li

«TIQXMMI» MTUning Qarshi irrigatsiya va agrotexnologiyalar instituti
Talabasi

Annotatsiya: Maqolada raqobat ko'p qirrali iqtisodiy hodisa bo'lib, u bozorning barcha sub'yektlari o'rtasidagi murakkab munosabatlarni ifodalanishi va resurslarni yetkazib beruvchilar o'rtasidagi raqobat o'zlarining iqtisodiy resurslarini (kapital, yer, ish kuchi) yuqori narxlarda sotish uchun amalga oshirilishi muhim ahamiyatga egaligi ko'rib chiqiladi.

Kalit so'zlar: raqobat, bozor, tovarlar, ishlab chiqaruvchilar, pul, texnologiyalar, tadbirkorlar, korxonalar, birja, fond.

Аннотация: В статье рассматривается значение конкуренции как многогранного экономического явления, которое представляет собой сложные отношения между всеми субъектами рынка и значение конкуренции между поставщиками ресурсов за продажу своих экономических ресурсов (капитала, земли, рабочей силы) по высоким ценам.

Ключевые слова: конкуренция, рынок, товар, производители, деньги, технологии, предприниматели, предприятия, биржа, фонд.

Abstract: The article examines the importance of competition as a multifaceted economic phenomenon, which represents complex relations between all market entities and the competition between resource suppliers to sell their economic resources (capital, land, labor) at high prices.

Keywords: competition, market, goods, producers, money, technologies, entrepreneurs, enterprises, stock exchange, fund.

Raqobat iste'molchilar o'rtasida ham yuz berib, tovarlarni qulay va arzon baholarda sotib olishga qaratiladi, ya'ni haridor har bir sarflangan pul birligi evaziga ko'proq nafililikka ega bo'lishga harakat qiladi, arzon va sifatli tovarni tezroq sotib olish uchun kurashadi. Raqobatda ishlab chiqaruvchilar o'rtasida sarflangan harajatlarga ko'proq foyda olish, shu foyda orqasidan quvish natijasida tovarlarni sotish doiralari, ya'ni qulay bozorlar, arzon xomashyo, energiya va arzon ishchi kuchi manbalari uchun kurash boradi. Bozorda raqobat mavjud bo'lsa, ishlab chiqaruvchilar maksimal foyda olish uchun ishlab chiqarish birligiga ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishga intiladi. Natijada, ishlab chiqaruvchi va uning daromad savdo hajmini oshiradi narxini kamaytirish uchun imkoniyat yaratadi. Raqobat asosida ishlab chiqaruvchilarning mulk egasi sifatida alohidalashuvi va mustaqil bo'lishi, manfaatlar to'qnashuvi yotadi, chunki har bir mulk egasining o'z manfaati bo'lib, ular shu manfaatga erishish uchun intiladi. Mulk egasining tovar ishlab chiqarish va boshqa barcha sohalardagi faoliyati shu manfaatga bo'ysundirilgan bo'ladi. Raqobat mavjud bo'lishining yana bir sharti -

bu tovar - pul munosabatlarining, ma'lum darajada rivojlangan bozor tizimining bo'lishidir. Shu sababli raqobatning asosiy sohasi bozor hisoblanadi. Yangi texnologiya joriy qilish, talabga javoban tovar turlarini tez o'zlashtirish, malakali ishchi kuchiga ega bo'lish va zamonaviy marketing xizmatidan foydalanish kabilar raqobat kurashidan g'olib chiqish shartiga aylanadi. Iqtisodiy rivojlanishni raqobatsiz tasavvur etib bo'lmaydi. Keng ma'noda qaralganda, barcha sohalarda, iqtisodiyotning barcha jabhalarida kishilar o'z manfaatlar'mi qondirish uchun kurashadilar, ya'ni o'zaro raqobat qilishga intiladilar. Iqtisodiy rivojlanishni raqobatsiz tasavvur etib bo'lmaydi. Keng ma'noda qaralganda, barcha sohalarda, iqtisodiyotning barcha jabhalarida kishilar o'z manfaatlarini qondirish uchun kurashadilar, ya'ni o'zaro raqobat qilishga intiladilar. Har bir iqtisoddagi kabi bozor sharoitida ham kishilarning xohish irodasi, malakasiga va tafakkuriga bog'liq bo'lmagan o'ziga xos ob'yektiv qonuniyatlar mavjud. Raqobat, eng avvalo, iqtisodiy hodisa hisoblanadi, uning asosini xo'jalik sub'yektlari orasidagi iqtisodiy munosabatlar tashkil etadi. Raqobat o'zini xo'jalik subyektlari orasida oddiy ne'matlamini ishlab chiqarish va ayriboshlash jarayonida vujudga keladigan iqtisodiy munosabatsifatida namoyon etadi. Raqobat orqali iqtisodiyotda tabaqalashuv yuzaga keladi, ya'ni raqobatda yutib chiqqanlar iqtisodiy jihatdan baquvvatbo'lib ketsalar, yutqazganlar esa iqtisodiy jihatdan inqiroz holatiga tushib qoladilar, ko'pincha, yirik korxonalar tarkibiga qo'shib ketadilaryoki umuman yo'q bo'lib ketadilar. Raqobatning ham ijobiy, ham salbiy jihati mavjud.

Raqobatningi jobiy tomonlari u resurslarni samarali taqsimlanishiga va tadbirkorlikfaoliyatining rivojlanishiga olib keladi. Shuningdek, raqobatda iste'molchilar talabi asosiy o'rin tutganligi sababli resurslarning iste'molchilartalabi yuqori bo'lgan ishlab chiqarish tarmoqlariga yo'nalishiga xizmatqiladi. Raqobat iqtisodiyotni sog'lomlashtirib turadi. Raqobatdan jamiyat manfaatlarini yo'lida foydalanish va uni nazorat qilishda davlat tomonidan qabul qilinadigan monopoliyaga qarshi qonunlar muhim ahamiyatga ega. Raqobat tadbirkorlarni yangi texnologiyalarni jalb etishga undaganligi sababli, ilmiy-texnikaviy rivojlanishga turtki bo'ladi. Bundantashqari, raqobatning eng muhim xususiyatlaridan biri shundaki, bunda eng asosiy e'tibor tadbirkorlarning shaxsiy mustaqilligiga qaratiladi. Faqat raqobatgina iqtisodiy faoliyatni ma'muriy boshqarishsiz ham muvofiqlashtirishi mumkin va bu tadbirkoriarga manfaatlarini to'laroq qondirishga imkoniyat yaratib beradi. Raqobatning salbiy tomonlari sifatida shuni aytish mumkinki, raqobat bozorda muvozanatni yuzaga keitirishi yoki o'zi uni buzib qo'yishi mumkin. Chunki talab va takhfning o'zgarishiga qarab narxlarning to'xtovsiz o'zgarib turishi bozordagi subyektlarning mavqelarini bir maromda saqlab turishlariga imkon bermaydi. Shuningdek, raqobatning mavjudligi tadbirkomi foyda olish va bozorda o'z mavqeyini saqlab qolish maqsadida shunday metodlardan foydalanishga majbur etadiki, bu, o'z navbatida, tabiiy resurslardan oqilona foydalanmaslikka, o'z raqibini obro'sizlantirishga, iste'molchilarni chalg'itishga olib kelishi mumkin. Muvaffaqiyatli raqobat juda ko'p kichik sotuvchilar va bir xil (bir xil) tovarlarning xaridorlari faoliyat

yuritadigan faoliyat sohalarida mavjud bo'lib, ularning hech biri mahsulot narxiga ta'sir qila olmaydi. Bu erda narx talab va taklifning erkin o'yinlari bilan ularning bozor qonunlariga muvofiq belgilanadi. Ushbu turdagi bozor "erkin raqobat bozori" deb ataladi. Ko'p sonli xaridor va sotuvchilarning mavjudligi, ularning hech biri bozorda qolgan sotuvchiga qaraganda bozor haqida ko'proq ma'lumotga ega emasligini anglatadi, bozorda mavjud bo'lgan narx darajasini aniqlaydi, bu o'zgarish o'z kuchidan tashqarida, chunki bozor har bir daqiqada narxni belgilaydi. Bozor tizimida raqobatni mukammal (sof raqobat) va nomukaramal turlarga ajratish mumkin. Mukammal (yoki sof) raqobat shunday raqobatki, bunda bozordagi sotuvchilar va xaridorlarning soni juda ko'p miqdorda bo'lib, ular bozordagi narxga ta'sir eta olmaydi va monopol mavqeyidan foydalanib, bozordagi ishtirokchilarni o'z izmiga yurita olmaydi. Shuningdek, bu sharoitda kurash doirasi juda "keng" bolib, mavjud tarmoqqa kirish va undan chiqish hamda ushbu tarmoq to'g'risida axborot olish erkinligi kafolatlangan bo'ladi. Bunda barcha ishtirokchilar bir xii turdagi tovar va mahsulotlar ishlab chiqaradilar hamda bozordagi narx talab va taklif asosida shakllanadi. Ammo real hayotda raqobatning bu ko'rinishini uchratish qiyin. Nomukammal raqobat esa bunga teskari holat bo'lib, tabiatan monopol yoki raqobat bir muncha cheklangan bo'ladi. Xususan, bunda katta ulushga ega bo'lgan korxonalar va firmalar raqobatlashadilar. Nomukammal raqobat monopoliya, oligopoliya, sof monopoliya va monopsoniya ko'rinishlarda namoyon bo'lishi mumkin. Haqiqiy iqtisodiy haqiqatda, yuqorida aytib o'tilganidek, qat'iy nazariy ma'noda mukammal raqobat bozori deyarli yuzaga kelmaydi. Bu "ideal" struktura deb ataladi, bu erkin raqobat aslida mavjud bo'lgan bozorlar faqat ko'proq yoki kamroq darajada harakat qilishi mumkin bo'lgan mavhum g'oya sifatida ko'proq mavjudligini anglatadi. Shunga qaramay, iqtisodiy amaliyotda ushbu bozor tuzilmasining mezonlari (masalan, qimmatli qog'ozlar bozori yoki qishloq xo'jaligi bozori) uchun eng mos bo'lgan ayrim tovarlar bozorlari mavjud. Bu erda sotuvchilar va xaridorlar soni juda katta va ular etarli" kichik " noyob istisnolardan tashqari, hech bir shaxs yoki guruh bozorni qimmatli qog'ozlar yoki qishloq xo'jaligi mahsulotlarining alohida turlari bo'yicha nazorat qila olmaydi. Bundan tashqari, ushbu bozorlardagi tovarlar barcha ishlab chiqaruvchilar uchun mutlaqo bir xil va ular bozorda o'zgarishlar haqida to'liq ma'lumotga ega. Bularning barchasi bunday bozor uchun maxsus – "birja" – tashkilotning shakli (qishloq xo'jaligi mahsulotlarining tovar birjasi yoki fond birjasi) uchun foydalanish zarurligini tasdiqlaydi. Raqobat olib borish usuliga qarab insofsiz (g'irrom) va halol raqobat bo'lishi mumkin. Insofsiz raqobat bozorda firmalar, korxonalar o'z raqobatdoshiputur yetkazadigan yolg'on, noaniq yoki buzib ko'rsatilgan ma'lumotlarni tarqatishi, ularning intellektual boyliklaridan noqonuniy foydalanishlari, tovarni tayyorlash usuli, xususiyati va joyi, iste'mol xossalari, sifati xususida iste'molchilarni chalg'itishlari, josuslik, qo'poruvchilik va o'g'irlik kabi usullardan foydalanishlari tushuniladi. Halol raqobat esa buning aksi bo'lib, asosan, ikki usulda, ya'ninarx va sifat orqali olib borilishi mumkin. Narx orqali raqobatlashuvusuli tanlanganda, narxni tushirish va

ko'tarish orqali raqobatlashiladi. Bunda raqobatlashadigan firmaning narxni ko'tarish yoki pasaytirish chegarasi asos qilib olinadi. Ammo shuni unutmaslik zarurki, narx bilan raqobatlashish hamisha ham qo'l kelavermaydi.

Xulosa o'rnida shuni aytish kerakki, yuqori iqtisodiy natijalarga erishishning eng samarali usuli-ilmiiy va texnologik takomillashtirish va ishlab chiqarishda yangi mahsulotlardan foydalanishdir. Ilmiiy va texnologik yutuqlarni joriy etish mehnat unumdorligini oshirishga imkon beradi, bu esa narxlarni kelajakda pasayishiga olib keladi, biroq innovator firmasiga ko'proq daromad keltiradi.

FOYDALANGAN ADABIYOTLAR:

1. O'zbekiston Respublikasining "Chet el investitsiyalari to'g'risida"gi Qonuni, 1998 yil 30 aprel.
2. O'zbekiston Respublikasining "Chet ellik investorlar huquqlarining kafolatlari va ularni himoya qilish choralari to'g'risida"gi Qonuni, 1998 yil 30 aprel.
3. O'zbekiston Respublikasining "Investitsiya faoliyati to'g'risida"gi Qonuni, 2014 yil 10 dekabr.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2014 yil 7 apreldagi "O'zbekiston Respublikasida investitsiya iqlimi va ishbilarmonlik muhitini yanada takomillashtirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PF-4609-sonli Farmoni.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2012 yil 10 apreldagi "To'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar jalb etilishini rag'batlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi 4434-sonli Farmoni.
6. Vahabov A.V., Malikov T.S. Moliya. Darslik. – T.: NOSHIR, 2011. – 712 s.
7. Gershman, M.A. Innovatsionniy menedjment – M.: Market DS Korporeyshn, 2010. – 482 s.
8. Golov R.S., Baldin K.V., Perederyaev I.I. Investitsionnoe proektirovanie: Uchebnik – M.: Dashkov i Ko, 2010. - 368 s.
9. Goncharenko L. Menedjment investitsiy i innovatsiy. Uchebnik. – M.: "KNORUS", 2011 g. – 160 str. 10. Igoshin N.V. Investitsii. Organizatsiya, upravlenie i finansirovanie: Uchebnik. – M.: YuNITI-DANA, 2012. – 360 s.