



## RAQOBAT VA MONOPOLIYA

---

**Urinboyeva Yulduz Pirnazarovna** - i.f.f.dok., dotsent  
**Turdaliyev Jahongir Komiljon o'g'li**  
Samarqand iqtisodiyot va servis instituti talabasi

**Annotatsiya:** Ushbu amaliy ishda raqobat va monopoliya haqida malumotlar berilgan va shunga mos ravishda krassword tuzilgan

**Annotation:** Information about competition and monopoly is provided in this practical work, and a crossword puzzle is created accordingly.

**Аннотация:** В данной практической работе предоставлена информация о конкуренции и монополии, и создан кроссворд в соответствии с этим.

**Kalit so'zlar:** raqobat, monopoliya, resurslar, statistika, aralash iqtisodiyot

**Key words:** competition, monopoly, resources, statistics, mixed economy.

**Ключевые слова:** конкуренция, монополия, ресурсы, статистика, смешанная экономика.

Bozor iqtisodiyoti rivojlanib borishi bilan raqobatchilik munosabatlari ham takomillashib, o'z shakllarini o'zgartirib boradi. Ushbu mavzuda raqobatning mohiyati va ob'yektiv asoslari, turlari va shakllari hamda raqobatlashish usullarini, monopoliyaning mohiyati, turlari, shakllari hamda uning afzalliklari va ijtimoiy-iqtisodiy oqibatlarini ochib beramiz. O'zbekistonda milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan chora-tadbirlar va monopoliyaga qarshi qonunchilik kabi masalalar ko'rib chiqiladi. 8.1. Raqobatning mohiyati, shakllari, turlari va usullari. Raqobat ko'p qirrali iqtisodiy hodisa bo'lib, u bozorning barcha sub'yektlari o'rtasidagi murakkab munosabatlarni ifodalaydi. Raqobat-bozor sub'yektlari iqtisodiy manfaatlarining to'qnashuvidan iborat bo'lib, ular o'rtasidagi yuqori foyda va ko'proq naflilikka ega bo'lish uchun kurashni anglatadi. Resurslarni yetkazib beruvchilar o'zlarining iqtisodiy resurslarini, ya'ni kapital, tabiiy resurslar, ishchi kuchini yuqori narxlarda sotish uchun raqobatlashadilar. 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 naflilikka ega bo'lishga harakat qiladilar. Hozirgi bozor iqtisodiyotida raqobatning quyidagi asosiy vazifalarini ajratib ko'rsatish mumkin: - tartibga solish vazifasi-ishlab chiqarishni talab, ya'ni iste'molga 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; - resurslarni joylashtirish vazifasi-ishlab chiqarish omillarini ular eng ko'p samara beradigan korxonalar, hudud va mintaqalarga oqilona joylashtirish imkonini beradi; - innovatsion vazifasi-fan-texnika taraqqiyoti yutuqlariga asoslanuvchi hamda bozor iqtisodiyoti sub'yektlarining rivojlanishini taqozo etuvchi turli ko'rinishdagi yangiliklarning joriy etilishini anglatadi; - moslashtirish vazifasi-korxonalarining 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 sohalarining kengayishiga o'tishini bildiradi; - taqsimlash vazifasi-ishlab chiqarilgan ne'matlar yalpi hajmi yalpi ichki mahsulotning iste'molchilar o'rtasida taqsimlanishiga bevosita va bilvosita ta'sir o'tkazadi; - nazorat qilish vazifasi-bozordagi ba'zi ishtirokchilarning boshqa bir ishtirokchilar ustidan monopolistik hukmronlik o'rnatishiga yo'l qo'ymaslikka yo'naltiriladi. Raqobat kurashining mazmuni to'g'risida to'laroq tushunchaga ega bo'lish uchun uning asosiy shakllari va belgilarini ko'rib chiqish zarur. Iqtisodiy adabiyotlarda bir tarmoq ichidagi raqobatning to'rtta 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. Erkin raqobatli bozorda alohida korxonalar mahsulot narxi ustidan sezilarsiz nazoratni amalga oshiradi. Chunki har bir korxonada umumiy ishlab chiqarish hajmi uncha katta bo'lmaydi. Shu sababli alohida korxonada ishlab chiqarishning ko'payishi yoki kamayishi umumiy taklifga, demak mahsulot narxiga sezilarli ta'sir ko'rsatmaydi. Erkin raqobat sharoitida yangi korxonalar tarmoqqa erkin kirishi, tarmoqda mavjud bo'lgan korxonalar esa uni erkin tashlab chiqishi mumkin. Xususan yangi korxonalarining paydo bo'lishi va ularning raqobatli bozorda mahsulotlarini sotishga huquqiy, texnologik, moliyaviy va boshqa jiddiy iqtisodiy to'siqlar bo'lmaydi. Sof monopoliyada tarmoq bitta korxonadan iborat bo'lishi sababli, u mavjud mahsulot va xizmatning yagona ishlab chiqaruvchisi hisoblanadi va yakkahukmronlik shakllanadi. Monopoliya sharoitida firma narx ustidan sezilarli nazoratni amalga oshiradi. Buning sababi oddiy. U mahsulot va xizmatning yagona ishlab chiqaruvchisi hisoblanadi va taklifning umumiy hajmi ustidan nazorat qiladi. Monopolistik 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. Biroq, ayni vaqtda, 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 belgisidir. Qaysi tovarlar va xizmatlar bozorida nisbatan kam sonli ishlab chiqaruvchilar hukmronlik qilsa, shu tarmoq oligopolistik tarmoq hisoblanadi. Oligopolistik tarmoq bir xil yoki tabaqalashgan mahsulot ishlab chiqarishi mumkin. Ko'pchilik sanoat mahsulotlari: po'lat, mis, alyuminiy, qo'rg'oshin, temir va shu kabilari-fizik ma'noda bir turdagi mahsulotlar hisoblanadi va oligopoliya sharoitida ishlab chiqariladi. Iste'molchilik tovarlari: avtomobillar, yuvish vositalari, sigaretlar, maishiy elektr buyumlari va shu kabilarni ishlab chiqaruvchi tarmoqlar tabaqalashgan oligopoliya hisoblanadi. Oligopoliya sharoitida korxonalar o'rtasidagi raqobat o'zaro bog'liq bo'ladi. Oligopolistik tarmoqda hech qaysi korxonalar o'zining narx siyosatini mustaqil o'zgartirishga botina olmaydilar. Hozirda turli darajadagi monopolistik tuzilmalar rivojlanib borishi bilan ular o'rtasidagi raqobatning shakllari ham turli ko'rinishlarda namoyon bo'lib bormoqda. Jumladan, turli monopollashuv darajasidagi tuzilmalar o'rtasida mavjud bo'lishiga ko'ra quyidagi raqobat turlarini ajratib ko'rsatish mumkin: - monopollashmagan korxonalar o'rtasidagi raqobat; - monopoliyalar hamda monopolistik birlashmalarga kirmagan ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi raqobat; - turli monopoliyalar o'rtasidagi raqobat; - monopolistik birlashmalar ichidagi raqobat. O'z miqyosiga ko'ra raqobat ikki turga - tarmoq ichidagi va tarmoqlararo raqobatga bo'linadi. Tarmoqlar ichidagi raqobat ishlab chiqarish va sotishning qulayroq sharoitiga ega bo'lish, qo'shimcha foyda olish uchun bir tarmoq korxonalar o'rtasida boradi. Har bir tarmoqda texnika bilan ta'minlanish darajasi va mehnat unumdorligi darajasi turlicha bo'lgan korxonalar borligi sababli shu korxonalarda ishlab chiqarilgan tovarlarning individual qiymati bir xil bo'lmaydi. Tarmoq ichidagi raqobat tovarlarning ijtimoiy qiymatini, boshqacha aytganda, bozor qiymatini aniqlaydi va belgilaydi. Bu qiymat, odatda, o'rtacha sharoitda ishlab chiqarilgan va muayyan tarmoq tovarlarining anchagina qismini tashkil etadigan tovarlarning qiymatiga mos keladi. Tarmoqlar ichidagi raqobat natijasida texnikaviy darajasi va mehnat unumdorligi yuqori bo'lgan korxonalar qo'shimcha foyda oladilar va aksincha, texnika jihatdan nochor korxonalar esa, o'zlarida ishlab chiqarilgan tovar qiymatining bir qismini

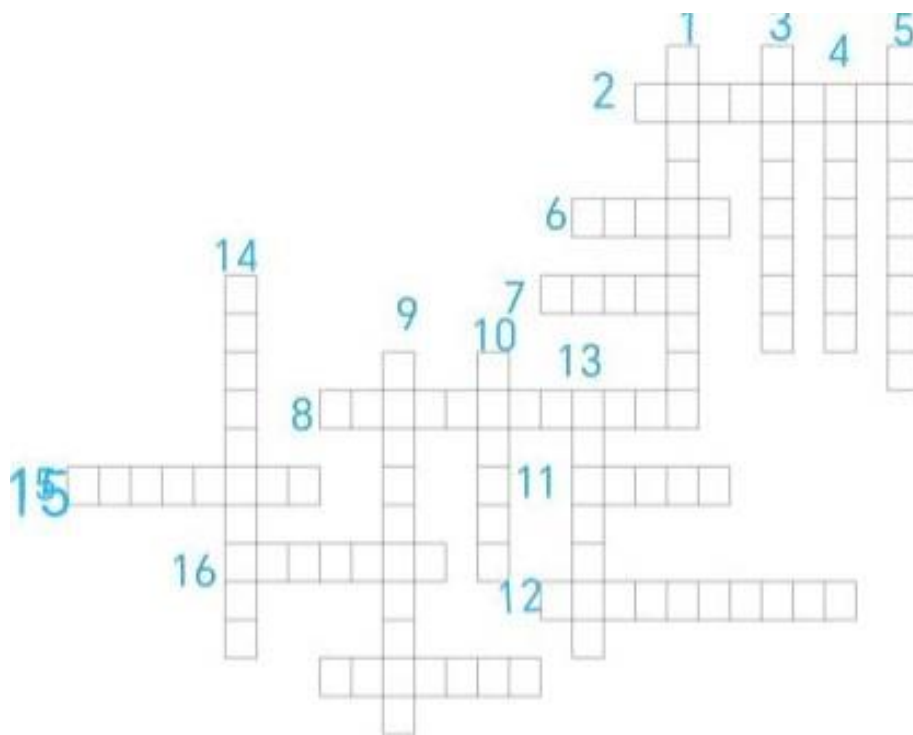


yo'qotadilar va zarar ko'radilar. Tarmoqlararo raqobat turli tarmoqlar korxonalarini o'rtasida eng yuqori foyda normasi olish uchun olib boriladigan kurashdan iborat. Bunday raqobat foyda normasi kam bo'lgan tarmoqlardan foyda normasi yuqori tarmoqlarga kapitallarning oqib o'tishiga sabab bo'ladi. Yangi kapitallar ko'proq foyda keltiruvchi sohalarga intilib, ishlab chiqarishning kengayishiga, taklif ko'payishiga olib keladi. Shu asosda, narxlar pasaya boshlaydi. Shuningdek, foyda normasi ham pasayadi. Kam foyda keltiruvchi tarmoqlardan kapitalning chiqib ketishi teskari natijaga olib keladi: bu yerda ishlab chiqarish hajmi o'zgaradi, tovarlarga bo'lgan talab ular taklif qilishidan oshib ketadi, buning oqibatida narxlar ko'tariladi, shu bilan birga foyda normasi oshadi. Natijada tarmoqlararo raqobat ob'yektiv ravishda qandaydir dinamik muvozanatni keltirib chiqaradi. Bu muvozanat kapital qaerga sarflanganligidan qat'iy nazar, teng kapital uchun teng foyda olinishiga intilishni ta'minlaydi. Demak, tarmoqlararo raqobat kapital qaysi tarmoqqa kiritilmasin, xuddi shu tarmoq foyda normalarini o'rtacha foyda normasiga tenglashtiradi. Shuningdek, iqtisodiy adabiyotlarda g'irrom va halol raqobatlashuv usullari ham ajratib ko'rsatiladi. Raqobatlashuvning noan'anaviy, jamiyat tomonidan e'tirof etilmagan, ijtimoiy ahloq qoidalari doirasidan chetga chiquvchi, noiqtisodiy ya'ni, jismoniy kuch ishlatish, majburlash, raqiblarning obro'siga putur yetkazish va h.k. usullaridan foydalanish g'irrom raqobat deb yuritiladi. G'irrom raqobat orqali firmalar o'z raqiblarining tarmoqqa kirib kelishini tajovuzkorona va shafqatsiz bartaraf qilishi mumkin. Bank va resurslarni yetkazib beruvchilarni material va kredit berishdan voz kechirish, yetakchi mutaxassislarni og'dirib olish, narxni keskin pasaytirish g'irrom raqobatning oddiy usullaridir. Halol raqobat-raqobat kurashida jamiyat tomonidan 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 raqobat va narxsiz raqobat. Narx vositasida raqobatlashuvda kurashning asosiy usuli bo'lib ishlab chiqaruvchilarning o'z tovarlari narxini boshqa ishlab chiqaruvchilarining shunday mahsulotlari narxiga nisbatan pasaytirishi hisoblanadi. Uning asosiy va eng ko'p qo'llaniladigan ko'rinishi-narxlar jangi deb ataladi, bunda yirik ishlab chiqaruvchilar raqiblarini tarmoqdan siqib chiqarish uchun narxni vaqti-vaqti bilan yoki uzoq muddat pasaytirib turadi. Bu usulni qo'llash uchun ishlab chiqaruvchi boshqa raqiblariga qaraganda unumliroq texnologiyani kiritishi, malakaliroq ishchilarni yollashi va ishlab chiqarishni yaxshiroq tashkil qilishi keraq bo'ladi. Faqat shundagina uning tovarining individual qiymati bozor qiymatidan past bo'lib, mazkur tovar narxini tushurish imkoniyatini beradi.



Quyidagi tayyorlangan krasvord raqobat va manapoliya mavzusiga doir tuzilgan:

- 1.O'zbekistondagi tijorat banklaridan birining nomi.
- 2.O'zbekistondagi davlat banklarining birining nomi.
- 3.Mehnatning aniq shaklidan qat'iy nazar umuman inson kuchining sarflanishi qanday mehnat turi hisoblanadi.
- 4.Ichki xo'jalik ehtiyojlari uchun mo'ljallangan ishlab chiqarish qanday ishlab chiqarish hisoblanadi.
- 5.Yer yuzida eng ko'p aholisi bor davlat(2024-yil ma'lumotiga ko'ra).
- 6.Tovarlari deyarli barcha davlatlar bozorini egallagan davlat nomi(iqtisodda,, uyqudagi ajdar“ atamasi bilan mashhur).
- 7.Biron-bir tovar yoki xizmatga bo'lgan ehtiyojning bozorda namoyon bo'lishi nima deyiladi.
- 8.Qishloq xo'jaligi faoliyati turlaridan birining nomi.
9. Aksariyat bozor ishtirokchilari narxlarni mustaqil belgilash va uni nazorat qila olishi va uni nazorat qila olishi qanday raqobat hisoblanadi?
- 10.Ishlab chiqaruvchilar tomonidan ishlab chiqarilgan va muayyan paytda bozorga chiqarilgan tovar yoki xizmar miqdoriga nima deyiladi?
- 11.Biron-bir naflilikka va qiymatga ega bo'lgan ayirboshlash uchun yaratilgan mahsulot nima?
- 12.Nomukammal raqobatning turlaridan birining nomi.
- 13.Iqtisodiy ehtiyojlarni qondirishda moddiy va ma'naviy ne'matlarda foydalanish nima deyiladi?
- 14.Tadbirkorlik faoliyatining qishloq xo'jaligi sohalaridagi shakli.
- 15.Iqtisodning asosiy 4 sohasidan birining nomi.
- 16.Ma'lum vaqt davomida olingan pul summasi yoki pul shaklidagi ish haqi qanday ish haqi hisoblanadi?



#### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Борисов Е.Ф. Экономическая теория. Учебник. Перераб. и доп. 2-е изд. Проспект, 2005.- с. 144-208-544.
2. Кочетков А.А. Экономическая теория: Учебник для бакалавров. М.Дашков и К, 2016.- с. 696
3. Видяпин В.И., Добрынин А.И., Журавлева Г.П., Тарасевич Л.С. Экономическая теория. Учебник. Под общ. ред. авторов изд., испр. и доп.- М.: ИНФРА-М, 2005, X-XI главы.
4. Gaibnazarova Z.T. Iqtisodiyot nazariyasi. Iqtisodiyotning umumiy nazariy asoslari. O'quv-uslubiy qo'llanma.- T.: ToshDTU, 2013.- 122 б.
5. Gaibnazarova Z.T., Isamuxametov Sh.A. Iqtisodiyot nazariyasi. O'quv qo'llanma.- T.: Iqtisodiyot, 2017.- 368 б.
6. <https://worldlyjournals.com/index.php/IJSR/article/download/1302/1746>
7. <https://e-itt.uz/index.php/eitt/article/view/742>



1	Hamkorbank
2	Xalq bank
3	Abstrakt
4	Natural
5	Hindiston
6	Xitoy
7	Talab
8	Chorvachilik
9	Nomukammal
10	Taklif
11	Tovar
12	Monopoliya
13	Iste'mol
14	Agrobiznes
15	Qurilish
16	Nominal