DOI: https://doi.org/10.37547/supsci-ojss-06-11-07 Pages: 73-86

Oriental Journal of Social Sciences

ORIENTAL JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

journal homepage:
https://www.supportscience.uz/index.php/ojss

A CULTURE OF HEALTHY COMPETITION AS THE MORAL AND VALUE FOUNDATION OF YOUTH ECONOMIC ACTIVITY: A SOCIO-PHILOSOPHICAL ANALYSIS

Bakhtiyor Khamitovich Tolipov
Doctor of Philosophical Sciences (DSc), Professor
Fergana State University
Fergana, Uzbekistan

ABOUT ARTICLE

Key words: youth economic activity, culture of healthy competition, economic ethics, honesty, utilitarianism, social responsibility, ideal of success, New Uzbekistan.

Received: 02.11.2026
Accepted: 03.11.2026
Published: 04.11.2026

Abstract: The article analyses, from a socio-philosophical standpoint, the moral and value foundations of a culture of healthy competition as a factor in the economic activity of young people in New Uzbekistan. Competition is treated as a social phenomenon whose outcomes depend on the values, norms and institutions that regulate it. The study uses dialectical, axiological and systemic-functional methods, an analysis of legal and policy documents and a comparative review of literature from Uzbekistan, the CIS and Western countries. The author proposes a definition of the culture of healthy competition, distinguishes its individual, community and institutional levels and identifies three ruptures typical of market conditions: between norm and value, interest and responsibility, quick results and sustainability. Virtues (honesty, diligence, responsibility, fairness, patience and others) and the vices opposed to them are arranged in a paired model, with an educational and an institutional measure for each pair. Two models of the ideal of success, "utilitarian-consumerist" and "creative-responsible", are compared against seven criteria. Recommendations are made for higher education, the mahalla, the family and the media.

SOG'LOM RAQOBAT MADANIYATI YOSHLAR IQTISODIY FAOLLIGINING AXLOQIY-QADRIYATIY ASOSI SIFATIDA: IJTIMOIY-FALSAFIY TAHLIL

Baxtiyor Xamitovich Tolipov
Falsafa fanlari doktori (DSc), professor

Farg‘ona davlat universiteti
Farg‘ona, O‘zbekiston

MAQOLA HAQIDA

Kalit so‘zlar: yoshlar iqtisodiy faolligi, sog‘lom raqobat madaniyati, iqtisodiy axloq, halollik, utilitarizm, ijtimoiy mas’uliyat, muvaffaqiyat ideali, Yangi O‘zbekiston.

Annotatsiya: Maqolada Yangi O‘zbekiston sharoitida yoshlar iqtisodiy faolligi omili sifatida sog‘lom raqobat madaniyatining axloqiy-qadriyatiy asoslari ijtimoiy-falsafiy jihatdan tahlil qilinadi. Raqobat natijasi uni tartibga soluvchi qadriyatlar, me’yorlar va institutlarga bog‘liq bo‘lgan ijtimoiy hodisa sifatida ko‘rib chiqiladi. Tadqiqotda dialektik, aksiologik va tizimli-funksional usullar, me’yoriy-huquqiy hujjatlar tahlili hamda O‘zbekiston, MDH va G‘arb adabiyotining qiyosiy tahlili qo‘llanildi. Muallif sog‘lom raqobat madaniyatiga ta’rif beradi, uning shaxs, jamoa va institut darajalarini ajratadi hamda bozor sharoitiga xos uchta uzilishni ko‘rsatadi: me’yor va qadriyat, manfaat va mas’uliyat, tezkor natija va barqarorlik o‘rtasidagi uzilish. Fazilatlar (halollik, mehnatsevarlik, mas’uliyat, insof, sabr-qanoat va boshqalar) va ularga qarama-qarshi illatlar juftlik modelida tizimlashtirilib, har bir juftlik uchun tarbiyaviy va institutsional chora taklif etiladi. Muvaffaqiyat idealining “utilitar-iste’molchi” va “yaratuvchi-mas’uliyatli” modellari yetti mezon bo‘yicha qiyoslanadi. Oliy ta’lim, mahalla, oila va axborot muhiti uchun amaliy tavsiyalar beriladi.

КУЛЬТУРА ЗДОРОВОЙ КОНКУРЕНЦИИ КАК ЦЕННОСТНО-НРАВСТВЕННАЯ ОСНОВА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ МОЛОДЁЖИ: СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИЙ АНАЛИЗ

Бахтиёр Хамитович Толипов
Доктор философских наук (DSc), профессор
Ферганский государственный университет
Фергана, Узбекистан

О СТАТЬЕ

Ключевые слова: экономическая активность молодёжи, культура здоровой конкуренции, экономическая этика, честность, утилитаризм, социальная ответственность, идеал успеха, Новый Узбекистан.

Аннотация: В статье с социально-философских позиций анализируются ценностно-нравственные основания культуры здоровой конкуренции как фактора экономической активности молодёжи в условиях Нового Узбекистана. Конкуренция рассматривается как

социальное явление, результаты которого зависят от регулирующих её ценностей, норм и институтов. В исследовании использованы диалектический, аксиологический и системно-функциональный методы, анализ нормативно-правовых документов и сравнительный анализ литературы Узбекистана, стран СНГ и Запада. Автор предлагает определение культуры здоровой конкуренции, выделяет её личностный, общественный и институциональный уровни и показывает три характерных для рынка разрыва: между нормой и ценностью, интересом и ответственностью, быстрым результатом и устойчивостью. Добродетели (честность, трудолюбие, ответственность, справедливость, терпение и др.) и противостоящие им пороки сведены в парную модель, где для каждой пары предложены воспитательная и институциональная меры. «Утилитарно-потребительская» и «созидательно-ответственная» модели идеала успеха сопоставлены по семи критериям. Даны рекомендации для высшего образования, махалли, семьи и информационной среды.

Kirish. Raqamli iqtisodiyot, platforma orqali bandlik va startap tashabbuslari mehnat bozorini tez o‘zgartirmoqda, shu bois yoshlarning iqtisodiy hayotga kirib kelish yo‘llari avvalgi avlodlarnikidan sezilarli farq qiladi. Ilgari kasb tanlash ko‘pincha bir martalik qaror edi. Bugun yosh mutaxassis butun mehnat faoliyati davomida bilim va ko‘nikmalarini yangilab, raqobatda o‘z o‘rnini qayta-qayta isbotlashi kerak. Shuning uchun iqtisodiy faollikni faqat bandlik yoki daromad ko‘rsatkichi bilan o‘lchab bo‘lmaydi: unga shaxsning dunyoqarashi, qadriyatlari va jamiyatga daxldorlik tuyg‘usi ham kiradi. “O‘zbekiston – 2030” strategiyasida yoshlar tadbirkorligini qo‘llab-quvvatlash, ularni bandlik va daromad manbalari bilan ta’minlash hamda raqobat muhitini rivojlantirish ustuvor maqsadlar qatoriga kiritilgan [1]. Davlat rahbarining “Hozirgi zamon va Yangi O‘zbekiston” kitobida barqaror iqtisodiy taraqqiyotga alohida bob ajratilgan; unda tadbirkorlik, raqamli iqtisodiyot va makroiqtisodiy barqarorlik masalalari ko‘rib chiqiladi [2]. Islohotlar natijasi esa ularni amalga oshiradigan odamlarning qadriyatiy yo‘nalganligiga ham bog‘liq. Bozor qoidalari qanchalik puxta yozilmasin, ularni halol bajaradigan subyekt shakllanmasa, raqobat qoidalarni aylanib o‘tish uchun kurashga aylanib qolishi mumkin.

Muammoning dolzarbligi raqobatning ikki yoqlama tabiatidan kelib chiqadi. Raqobat tashabbuskorlikni, yangilik yaratishni va resurslardan tejamli foydalanishni rag‘batlantiradi. Axloqiy chegaralar bo‘lmasa esa u foydani mutlaqlashtirish, raqibni har qanday yo‘l bilan chetlatish, qisqa muddatli manfaatni uzoq muddatli ishonchdan ustun qo‘yish kabi og‘ishlarni kuchaytiradi. 2023-yil 3-iyulda qabul qilingan “Raqobat to‘g‘risida”gi Qonunda insofsiz raqobat tushunchasi ta’riflangan va uning shakllari taqiqlangan [3]. Qonun raqobatning huquqiy chegarasini belgilaydi, kundalik iqtisodiy xulqdagi mayda axloqiy tanlovlar esa ko‘proq madaniyatga – odat, obro‘ va vijdon talablariga tayanadi. U.Baumolning tahliliga ko‘ra, jamiyatdagi tadbirkorlik g‘ayratining umumiy hajmidan ko‘ra uning qayerga yo‘nalishi muhimroq: “o‘yin qoidalari” va mukofotlar tizimi bu g‘ayratni yangi qiymat yaratishga ham, rentaga intilishga ham burib yuborishi mumkin [4]. Bu xulosa sog‘lom raqobatni huquqiy masala bilan birga axloqiy-qadriyatiy masala sifatida ham o‘rganishga asos beradi.

Tadqiqotning maqsadi – yoshlar iqtisodiy faolligini rivojlantirishda sog‘lom raqobat madaniyatining axloqiy-qadriyatiy asoslarini aniqlash, uni mustahkamlovchi fazilatlar va yemiruvchi illatlarni tizimlashtirish hamda ularni yoshlar ongiga singdirish yo‘llarini ijtimoiy-falsafiy jihatdan asoslash. Shu maqsadda to‘rtta savol qo‘yildi. Birinchisi: “sog‘lom raqobat madaniyati” tushunchasi nimani anglatadi va qaysi darajalarda namoyon bo‘ladi? Ikkinchisi: bozor sharoitidagi qaysi ichki ziddiyatlar yoshlar iqtisodiy xulqiga ta’sir qiladi? Uchinchisi: qaysi fazilatlar sog‘lom raqobatni mustahkamlaydi va ularga qaysi illatlar qarshi turadi? To‘rtinchisi: yoshlar ongidagi muvaffaqiyat idealini qanday yo‘llar bilan sog‘lomlashtirish mumkin? Tadqiqot farazi: raqobatning yoshlar iqtisodiy faolligiga ijobiy ta’siri uning texnik-tashkiliy shartlaridan ko‘ra raqobatni tartibga soluvchi qadriyatlar tizimiga ko‘proq bog‘liq. Ishning yangiligi shundaki, sog‘lom raqobat madaniyati shaxs, jamoa va institut darajalarida bir butun holda ko‘rib chiqildi, fazilat va illatlar juftlik tamoyili asosida tizimlashtirilib, har bir juftlikka tarbiyaviy va institutsional chora biriktirildi, muvaffaqiyat idealining ikki modeli esa yetti mezon bo‘yicha qiyoslandi.

Adabiyotlar sharhi. Yoshlar iqtisodiy faolligi va raqobat madaniyati so‘nggi yillarda O‘zbekiston ijtimoiy fanlarida faol o‘rganilmoqda. B.S.G‘aniyev va U.U.Karimov yoshlarning tadbirkorlikka yo‘nalganligini milliy va umuminsoniy qadriyatlar bilan bog‘laydi; ular oilaviy biznesni yoshlar tadbirkorligida milliy mentalitet ko‘rinadigan shakl deb hisoblaydi [5]. Mualliflar milliy an’ana bilan zamonaviy tadbirkorlik o‘rtasida uyg‘unlik ko‘radi, lekin tadbirkorlikka moyillikning axloqiy mezonlarini batafsil ochmaydi. T.J.Xo‘janova globallashuv ommaviy madaniyatni xalqlarning ma’naviy hayotiga olib kirayotganini va bu yoshlarning milliy qadriyatlarga hurmatini susaytirishi mumkinligini yozadi [6]. Shundan kelib chiqib, raqobat madaniyatini ma’naviy xavfsizlik nuqtai nazaridan ham ko‘rish mumkin: yoshlar ongida yengil

boylik obrazi ustun kelsa, halol raqobat ularga sekin va foydasiz yo‘ldek tuyuladi. E.A.Arziqulov yoshlarda iste’mol madaniyatini yuksaltirish yo‘nalishlarini ko‘rib chiqib, pulga oqilona munosabat va ehtiyojlarni me’yorida qondirishni iqtisodiy tarbiyaning asosiy masalalari qatoriga qo‘yadi [7]. Iste’mol madaniyati bilan raqobat madaniyati bir-biriga yaqin: haddan tashqari iste’molga yo‘nalgan ong tez daromadga intiladi va nosog‘lom raqobat usullariga moyilroq bo‘ladi. Ko‘rib chiqilgan ishlar yoshlar iqtisodiy xulqini qadriyatlar orqali tahlil qiladi, ammo sog‘lom raqobatning axloqiy tuzilmasini yaxlit model ko‘rinishida bermaydi.

MDH olimlarining ishlari raqobatning huquqiy-iqtisodiy jihatlarini aniqlashtirishga qaratilgan. N.G.Sapojnikova va L.A.Utochkina insofsiz raqobatning mohiyati, belgilari va shakllarini tizimlashtirib, uning qonuniy ta’rifidagi eng ko‘p bahs uyg‘otadigan unsur xatti-harakatning ish muomalasi odatlariga hamda vijdonlilik, oqilonalik va adolat talablariga zidligi ekanini ko‘rsatadi. Mualliflar fikricha, bu mezonlar baholovchi xususiyatga ega, shuning uchun ularni amalda qo‘llash qiyin [8]. Demak, insof me’yorini to‘liq huquqiy formulaga keltirib bo‘lmaydi va bu bo‘shliqni axloqiy madaniyat to‘ldirishi kerak. G.R.Fatkullina Rossiyadagi yoshlar tashkilotlari loyihalari misolida qadriyatiy yo‘nalganlikni shakllantirish mexanizmlarini o‘rganib, bunday loyihalar samarasi ularning tizimli amalga oshirilishiga, maqsadli guruhlarni keng qamrashiga va yoshlarning qaror qabul qilishdagi ishtirokiga bog‘liq degan xulosaga keladi [9]. Qozog‘istonlik tadqiqotchilar D.N.Aytjanova va hammualliflar yoshlar tadbirkorligini bandlikni oshirish va ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish omili sifatida baholab, uning rivojiga to‘sqinlik qiluvchi muammolarni va ularni hal etish yo‘llarini tasniflaydi [10]. Bu ishda iqtisodiy-tashkiliy omillar oldinga chiqqan, tadbirkorlikning axloqiy motivatsiyasi esa deyarli tahlil qilinmagan. Umuman olganda, MDH adabiyotida raqobat ko‘proq huquqiy va iqtisodiy kategoriya sifatida o‘rganilgan, uning falsafiy-axloqiy mazmuni tizimli tahlil qilinmagan.

G‘arb tadqiqotchilari raqobatni innovatsiya, tenglik va ijtimoiy maqsadlar bilan bog‘lab o‘rganadi. F.Agion, S.Antonen va S.Bunel “ijodiy yemirilish” nazariyasini rivojlantirib, raqobat yangi kiruvchilarga bozorga kirish imkonini bergandagina innovatsion o‘sish manbaiga aylanishini, mavqeini mustahkamlab olgan yirik kompaniyalar esa yangilanishga to‘sqinlik qilishi mumkinligini ko‘rsatadi [11]. Yosh tadbirkor uchun bu xulosaning amaliy ma’nosi aniq: raqobat unga ochiq bo‘lgandagina ijodiy kuchga aylanadi. T.Piketti tenglik tarixiga bag‘ishlangan kitobida ta’limga keng kirish va imkoniyatlarning nisbatan teng taqsimlanishi uzoq muddatli iqtisodiy taraqqiyotning sharti bo‘lganini tarixiy ma’lumotlar asosida ko‘rsatadi [12]. M.Matsukato iqtisodiyotni ijtimoiy maqsadlar sari yo‘naltirish g‘oyasini ilgari surib, davlat va biznesning aniq vazifa (missiya) atrofida hamkorlik qilishini taklif etadi [13]. R.D.Nitsu-Antonie va hammualliflar Ruminiyadagi oliy ma’lumotli yoshlar misolida tadbirkorlik ta’limi va ekologik qadriyatlarning barqaror tadbirkorlik niyatiga ta’sirini empirik model asosida tekshirgan [14]. P.Kollier

rivojlanishda ortda qolgan hududlarni tahlil qilib, mahalliy jamoalardagi ishonch va mansublik tuyg‘usini iqtisodiy jonlanish resursi deb biladi [15]. A.Sen iqtisodiyot axloqdan uzoqlashgani sari iqtisodiy nazariya kambag‘allashganini, inson xulqini faqat shaxsiy manfaat bilan izohlash yetarli emasligini asoslagan [16]. Bu qarashlar sog‘lom raqobat madaniyatini institutsional, ta’limiy va jamoaviy omillarning birgalikdagi ta’siri sifatida ko‘rishga undaydi. Shunga qaramay, G‘arb adabiyotida raqobatning ma’naviy-axloqiy ildizlari ko‘pincha institutsional tahlil ichida qolib ketadi, milliy-ma’naviy omillar esa kam o‘rganiladi. Mazkur maqola shu bo‘shliqni qisman to‘ldirishga qaratilgan.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqot nazariy-analitik xarakterga ega; unda ijtimoiy-falsafiy tahlilning bir necha usuli birgalikda qo‘llanildi. Dialektik usul raqobatning ichki ziddiyatlarini – erkinlik va mas’uliyat, manfaat va me’yor, tezkor natija va barqarorlik o‘rtasidagi qarama-qarshiliklarni aniqlash uchun ishlatildi. U raqobatni “yaxshi” yoki “yomon” deb baholash o‘rniga, qaysi sharoitda qaysi tomonga og‘ishini ko‘rsatish imkonini berdi. Aksiologik tahlil yordamida sog‘lom raqobat madaniyatini tashkil etuvchi qadriyatlar ajratildi, ularning ierarxiyasi belgilandi va har biri qarama-qarshi illat bilan solishtirildi. Tizimli-funksional yondashuv raqobat madaniyatining shaxs, jamoa va institut darajalaridagi vazifalarini ko‘rib chiqishga imkon berdi. Me’yoriy-huquqiy hujjatlar tahlilida “Raqobat to‘g‘risida”gi Qonun [3] va “O‘zbekiston – 2030” strategiyasida [1] halollik, teng imkoniyat va mas’uliyat bilan bog‘liq qoidalar qanday ifodalangani o‘rganildi. Qiyosiy tahlil uchun O‘zbekiston, MDH davlatlari va G‘arb olimlarining asosan 2021–2025-yillarda e’lon qilingan ishlari tanlandi. Tanlov mezonlari mavzuga bevosita aloqadorlik, nashrning ilmiy maqomi va yangiligi bo‘ldi; nazariy asos uchun A.Sen va U.Baumolning klassik ishlari ham jalb etildi. Natijalarni umumlashtirishda modellashtirish usuli qo‘llanilib, fazilat va illatlarning qiyosiy modeli hamda muvaffaqiyat idealining ikki modeli tuzildi. Mualliflik modellari hali empirik o‘lchovdan o‘tkazilmagan; ular keyingi sotsiologik tadqiqotlar uchun nazariy asos sifatida taklif etiladi.

Natijalar. Birinchi natija “sog‘lom raqobat madaniyati” tushunchasining mazmunini aniqlashtirishdan iborat. Ushbu tadqiqotda u quyidagicha ta’riflanadi: sog‘lom raqobat madaniyati – iqtisodiy subyektlar o‘rtasidagi bellashuvni halollik, ochiqlik, teng imkoniyat, qonuniylik va o‘zaro hurmat tamoyillari asosida tartibga soluvchi, g‘alabaga erishish vositalarining qonuniy va axloqiy bo‘lishini talab etuvchi qadriyatlar, me’yorlar va xulq namunalari tizimi. Ta’rifda raqobatning natijasi bilan birga unga olib boruvchi vositalar ham baholanadi. Ta’rif uch qismdan tuzilgan: qadriyatlar (halollik, adolat, hurmat) nimani to‘g‘ri deb bilishni, me’yorlar ruxsat etilgan va taqiqlangan usullar chegarasini, xulq namunalari esa bu talablarning kundalik amaliyotdagi ko‘rinishini ifodalaydi. Uchinchi qism tarbiya uchun eng qulay: yosh inson qoidani kitobdan ko‘ra ko‘proq ustozi, ota-onasi yoki tanigan tadbirkorining xatti-harakatidan o‘rganadi. Muallifning

raqobatning axloqiy-iqtisodiy jihatlariga bag‘ishlangan avvalgi maqolasi ham shu yondashuvga tayangan edi [17]. Qoidalar raqobatning tashqi chegarasini belgilaydi, madaniyat esa uning ichki mazmunini shakllantiradi. Masalan, qonun raqibni obro‘sizlantirishni taqiqlaydi. Raqibning muvaffaqiyatidan o‘rganish, unga hurmat bilan munosabatda bo‘lish yoki mag‘lubiyatni sabr bilan qabul qilishni esa qonun majburlay olmaydi – bu xulq shakllari tarbiya orqali paydo bo‘ladi.

Sog‘lom raqobat madaniyati uch darajada namoyon bo‘ladi. Shaxs darajasida u iqtisodiy subyektning ichki axloqiy pozitsiyasi – halollik, mehnatsevarlik, mas’uliyat va insofda ko‘rinadi. Jamoa darajasida kasbiy hamjamiyat, mahalla va oila doirasida shakllangan ishonch, o‘zaro yordam va hamkorlik an’analarida ifodalanadi. Institut darajasida esa qonunlarning hamma uchun bir xil qo‘llanishi, qarorlarning shaffofligi va adolatli baholash tizimlari orqali mustahkamlanadi. Bu darajalar bir-biriga bog‘liq: biri zaiflashsa, qolgan ikkitasining ta’siri ham kamayadi. Halol harakat jamiyatda rag‘batlantirilmasa, vijdonli odam ham qoidaga amal qilish foyda bermaydi degan xulosaga kelishi mumkin. Aksincha, institutlar qanchalik takomillashmasin, shaxsiy axloqiy pozitsiya shakllanmagan muhitda qonundagi bo‘shliqlarni qidirish odatga aylanadi. Shuning uchun sog‘lom raqobat madaniyatini rivojlantirish strategiyasi tarbiya, jamoaviy muhit va institutlarni takomillashtirishni bitta mantiqda birlashtirishi lozim.

Ikkinchi natija bozor sharoitida raqobatning dialektik ziddiyatlarini aniqlash bilan bog‘liq. Bozor iqtisodiyoti tashabbus, innovatsiya va samaradorlikni rag‘batlantiradi, ayni paytda foydani mutlaqlashtirish, iste’molchilik psixologiyasi va vositani maqsaddan ustun qo‘yish tendensiyalarini ham kuchaytirishi mumkin. Bu ziddiyat uchta uzilishda ko‘rinadi. Birinchisi – me’yorning qadriyatdan uzilishi: qoidalarga rasman amal qilinadi, lekin ularning maqsadi – adolat va ishonchni saqlash unutiladi. Ikkinchisi – manfaatning mas’uliyatdan ajralishi: subyekt o‘z foydasini ko‘zlaydi, qarorlari boshqalarga yetkazadigan zararni esa hisobga olmaydi. Uchinchisi – tezkor natijaning uzoq muddatli barqarorlikdan ustun qo‘yilishi: bugungi foyda ertangi obro‘ va ishonch hisobiga olinadi. Agion va hammualliflar raqobat muhiti yangi kiruvchilarga yo‘l ochmasa, bozorda ustun mavqega ega kompaniyalar innovatsiyadan ko‘ra o‘z mavqeini saqlashga ko‘proq kuch sarflashini ko‘rsatadi [11]. Bu kuzatish yoshlarga bevosita taalluqli, chunki ular bozorga aynan yangi kiruvchi sifatida kiradi. Yosh tadbirkorning yaxshi g‘oyasi resurs, tajriba va aloqalarga ega raqib oldida qo‘llab-quvvatlashsiz qolsa, uning ongida “halol yo‘l bilan yutib bo‘lmaydi” degan noto‘g‘ri e’tiqod paydo bo‘lishi mumkin. Baumolning tahlili ham rag‘batlar tizimi tadbirkorlik g‘ayratini qiymat yaratishga yoki rentaga intilishga yo‘naltirishini ko‘rsatadi [4]. Demak, vazifa raqobatni kamaytirish emas, uni hamma uchun ochiq va halol qilishdir. Yoshlarga imtiyoz berish bilan bir qatorda bozorga kirish to‘siqlarini kamaytirish ham kerak: imtiyoz vaqtinchalik yordam beradi, ochiq bozor esa yoshlarga o‘z kuchiga ishonish va uzoq

muddatli reja tuzish imkonini beradi. Raqobat siyosati bilan yoshlar siyosatini yanada uyg‘unlashtirish bu yo‘nalishdagi islohotlarning navbatdagi bosqichi bo‘lishi mumkin.

Uchala uzilish yoshlar hayotida kundalik vaziyatlarda uchraydi. Talabalik davridagi o‘quv raqobatida me’yorning qadriyatdan uzilishi ko‘chirmachilik va boshqaning ishini o‘zlashtirishda ko‘rinadi: talaba baho olish qoidasini bajaradi, lekin bilim olish maqsadini yo‘qotadi. Onlayn savdo va frilans platformalarida manfaatning mas’uliyatdan ajralishi soxta sharhlar, mahsulot sifatini bo‘rttirib ko‘rsatish yoki buyurtmachini chalg‘itish shaklida uchraydi. Grant va startap tanlovlarida esa tezkor natijaga intilish loyihani tashqi ko‘rinish uchun “bezash”, uning real imkoniyatlarini oshirib ko‘rsatishga olib kelishi mumkin. Bu misollarning umumiy jihati shundaki, yosh inson har gal vositani tanlash oldida turadi va tanlovni ko‘pincha atrofdagilarning xulqiga qarab qiladi. Shu sababli sog‘lom raqobat madaniyatini tarbiyalash ta’lim jarayonining o‘zidan – baholashning shaffofligi va akademik halollik talablaridan boshlanishi kerak.

Uchinchi natija sifatida sog‘lom raqobat madaniyatini mustahkamlovchi fazilatlar va uni yemiruvchi illatlarning qiyosiy modeli tuzildi. Modelda har bir fazilat unga qarama-qarshi illat bilan juftlikda ko‘rib chiqiladi va har bir juftlik uchun tarbiyaviy hamda institutsional chora belgilanadi (1-jadval).

1-jadval. Sog‘lom raqobat madaniyatining fazilat va illatlar modeli (muallif ishlanmasi)

Fazilat	Qarama-qarshi illat	Asosiy namoyon bo‘lish darajasi	Tarbiyaviy chora	Institutsional chora
Halollik	Yashirin iqtisodiy munosabatlar, norasmiy aloqalarga tayanish	Shaxs, institut	Iqtisodiy axloq bo‘yicha keys-stadi, halol tadbirkorlar tajribasini o‘rganish	Javobgarlikning muqarrarligi, raqamli va shaffof davlat xizmatlari
Mehnatsevarlik	Mehnatsiz boylikka intilish, boshqalar mehnati hisobiga boyish	Shaxs, jamoa	Ustoz-shogird an’anasi, loyihaviy ta’lim	Natija va sifatga asoslangan rag‘batlantirish tizimlari
Mas’uliyat va javobgarlik	Javobgarlikdan qochish, zararni boshqalarga yuklash	Shaxs, institut	Qarorlar oqibatini tahlil qilish mashg‘ulotlari	Iste’molchi huquqlari himoyasi, shartnoma intizomi
Insof va o‘zaro hurmat	Raqibni obro‘sizlantirish, iste’molchini chalg‘itish	Jamoa, institut	Kasbiy etika kodekslarini o‘rganish	Insofsiz raqobatga qarshi qonun normalarini izchil qo‘llash
Sabr-qanoat	Iqtisodiy chorasizlik, tushkunlik, tavakkaldan qochish	Shaxs, jamoa	Mag‘lubiyatni saboq sifatida tahlil qilish, mentorlik	Qayta boshlash imkonini beruvchi moliyaviy va maslahat xizmatlari

Fazilat	Qarama-qarshi illat	Asosiy namoyon bo‘lish darajasi	Tarbiyaviy chora	Institutsional chora
Tejamkorlik va mo‘tadillik	Haddan tashqari iste’molchilik, utilitarizm	Shaxs, oila	Moliyaviy savodxonlik va iste’mol madaniyati	Moliyaviy savodxonlik dasturlarini ta’lim tizimiga kiritish
O‘zaro yordam	Raqibni har qanday yo‘l bilan chetlatish	Jamoa	Jamoaviy tanlovlar, hamkorlikdagi loyihalar	Klaster, kooperatsiya va mahalla darajasidagi tadbirkorlik tarmoqlari

Modeldan ikki xulosa kelib chiqadi. Birinchisi sabr-qanoat bilan bog‘liq. Ishi yurishmay qolganda tushkunlikka tushmaslik, mag‘lubiyatdan qasos olishga emas, saboq chiqarishga intilish raqobatchining axloqiy yetukligini ko‘rsatadi. Iste’mol madaniyati bo‘yicha tadqiqotlar ham pulga oqilona munosabatni yoshlar iqtisodiy tarbiyasining tayanchi deb biladi [7]. Iste’moldagi mo‘tadillik bilan raqobatdagi halollikning ildizi bitta: ikkalasi ham shaxsning o‘z ehtiyojlarini boshqara olishiga tayanadi. Ikkinchi xulosa shuki, illatlar ko‘pincha fazilatning yo‘qligidan ko‘ra uning qadrsizlanishidan kelib chiqadi. Halol tadbirkor muntazam ravishda insofsiz raqobatga duch kelsa, uning nazarida halollik zaiflik belgisiga aylanishi mumkin. Shuning uchun fazilatlarni tarbiyalash ularni rag‘batlantiradigan muhit yaratish bilan birga olib borilishi kerak.

To‘rtinchi natija sog‘lom raqobat madaniyatining milliy-ma’naviy resurslarini aniqlash bilan bog‘liq. O‘zbek xalqining tarixiy tajribasidagi mehnatsevarlik, jamoaviylik, kasb-hunar an’analari va ustoz-shogird munosabatlari sog‘lom raqobat uchun tayanch bo‘la oladi. An’anaviy jamiyatda hunarmandlar o‘rtasidagi raqobat mahorat bilan bellashish, xaridorni sifat bilan jalb qilish va kasb sharafini saqlash me’yorlari bilan tartibga solingan. Mahalla va oila bu me’yorlarni avloddan avlodga yetkazgan. “Yangi O‘zbekiston strategiyasi” kitobida mahalla institutini rivojlantirish masalalari ham ko‘rib chiqiladi [18]. Bu mahallani yoshlar tadbirkorligini qo‘llab-quvvatlash maydoni sifatida ko‘rishga asos beradi. G‘aniyev va Karimov ham oilaviy biznesni yoshlar tadbirkorligida milliy qadriyatlar ko‘rinadigan shakl deb biladi [5]. Fikrimizcha, oilaviy tadbirkorlik yoshlarga kapital va tajriba bilan birga oila sha’ni bilan mustahkamlangan ishonch va mas’uliyatni ham beradi. Biroq milliy resurslar o‘z-o‘zidan ishga tushmaydi. Xo‘janova globallashuv va ommaviy madaniyat ta’sirida yoshlarning milliy qadriyatlarga munosabati zaiflashishi xavfini qayd etadi [6]. Ijtimoiy tarmoqlarda tez va oson boylik namoyishi halol mehnat obrazini soyada qoldirishi mumkin. Shu sababli an’anaviy qadriyatlarni zamonaviy shakllarda – raqamli kontent, muvaffaqiyatli yosh tadbirkorlar hikoyalari va mahalla darajasidagi ustozlik orqali qayta talqin qilish kerak. Kolliernig mahalliy jamoalardagi ishonch iqtisodiy jonlanish

resursi ekani haqidagi xulosasi [15] o‘zbek mahallasiga to‘g‘ridan-to‘g‘ri mos keladi: mahalla bunday ishonchning shakllangan institutsional ko‘rinishidir.

Beshinchi natija yoshlar ongidagi muvaffaqiyat idealining tuzilmasiga taalluqli. Raqobatga munosabat ko‘p jihatdan shaxs qanday muvaffaqiyatni orzu qilishiga bog‘liq. Agar muvaffaqiyat faqat daromad hajmi bilan o‘lchansa, unga erishish vositalari ikkinchi darajali masalaga aylanadi va “maqsadga erishishning har qanday usuli maqbul” degan stereotip shakllanadi. Agar muvaffaqiyat halol mehnat, ijodkorlik, jamiyatga foyda va javobgarlik bilan birga tushunilsa, raqobat yaratuvchanlik maydoniga aylanadi. Shu asosda muvaffaqiyat idealining ikki modeli ajratildi (2-jadval).

2-jadval. Muvaffaqiyat idealining ikki modeli (muallif ishlanmasi)

Mezon	“Utilitar-iste’molchi” model	“Yaratuvchi-mas’uliyatli” model
Muvaffaqiyat o‘lchovi	Daromad hajmi va iste’mol darajasi	Yaratilgan qiymat, kasbiy mahorat va jamiyatga qo‘shilgan hissa
Raqobatni tushunish	Nol yig‘indili o‘yin: biri yutsa, ikkinchisi albatta yutqazadi	Qiymat yaratish musobaqasi: ishtirokchilar bir-birini rivojlanishga undaydi
Vositalarga munosabat	Natija vositani oqlaydi	Vositalarning qonuniy va axloqiy bo‘lishi shart
Raqibga munosabat	Chetlatilishi kerak bo‘lgan to‘siq	O‘zini takomillashtirishga undovchi sherik
Mag‘lubiyatga munosabat	Tushkunlik yoki qasos	Saboq va qayta boshlash imkoniyati
Vaqt ufqi	Qisqa muddatli foyda	Uzoq muddatli obro‘ va ishonch
Shakllantiruvchi muhit	Tez boylik namoyishiga tayangan axborot muhiti	Ustoz-shogird an’anasi, loyihaviy ta’lim, mahalla va oila tarbiyasi

Muallifning avvalgi tadqiqotida Yangi O‘zbekistonda yoshlar iqtisodiy faolligini sog‘lom raqobat madaniyati asosida rivojlantirishning nazariy-metodologik va determinantlik asoslari hamda istiqbollari ko‘rib chiqilgan edi [19]. Mazkur maqoladagi ikki model shu tahlilni qadriyatlar darajasiga olib chiqadi. Polshalik tadqiqotchilarning EntreComp doirasida o‘tkazgan so‘rovi talabalar o‘zlarini ijodkor, qiziquvchan va yangi g‘oyalarga ochiq deb baholashini, ammo boshqalar uchun qiymat yaratuvchi g‘oyalarni rivojlantirish va barqaror fikrlash ko‘nikmalariga ko‘proq e’tibor kerakligini ko‘rsatgan [20]. Bu natija bizning xulosamizga mos keladi: yoshlarda tashabbuskorlik bor, uni ijtimoiy foyda bilan bog‘lash ko‘nikmasi esa maqsadli tarbiyani talab etadi. Bunday ko‘nikmani keys-stadi, loyihaviy ta’lim va jamoaviy tanlovlar orqali shakllantirish mumkin, chunki bu shakllarda raqobat va hamkorlik bir vaqtda mashq qilinadi. Yosh inson o‘zi

ishtirok etgan loyiha boshqalarga ham foyda keltirganini ko‘rsa, muvaffaqiyat ideali unga tashqaridan berilgan shior bo‘lib qolmaydi, shaxsiy tajribasiga aylanadi.

Muhokama. Natijalarni mavjud ilmiy qarashlar bilan solishtirish bir necha jihatni ko‘rsatadi. Birinchidan, MDH adabiyotida raqobat asosan huquqiy kategoriya sifatida talqin qilinadi va asosiy e’tibor insofsiz raqobat shakllarini aniqlashga qaratiladi [8]. Bizning yondashuvimiz bu qarashni to‘ldiradi: Sapojnikova va Utochkina ko‘rsatganidek, vijdonlilik mezoni baholovchi xususiyatga ega, uning mazmuni esa axloqiy madaniyat orqali to‘liq ochiladi. Huquqiy va axloqiy regulyatorlar raqobat maydonida bir-birining o‘rnini bosmaydi, ular birgalikda ishlaydi. Ikkinchidan, G‘arb tadqiqotlarida raqobat innovatsion o‘sish va tenglik muammolari bilan bog‘lab o‘rganiladi [11; 12]. Teng imkoniyat sog‘lom raqobatning boshlang‘ich sharti ekani haqidagi xulosamiz bu qarashlarga mos. Ammo ushbu tadqiqotlarda mahalla, oila va kasb-hunar an’analari kabi milliy institutlar deyarli e’tibordan chetda qoladi, o‘zbek jamiyati tajribasi esa shu institutlarning salohiyati yuqori ekanini ko‘rsatadi. Uchinchidan, Fatkullinaning yoshlar loyihalari samarasi ularning tizimliligi va yoshlarning qaror qabul qilishdagi ishtirokiga bog‘liqligi haqidagi xulosasi [9] institut darajasiga oid fikrimizni tasdiqlaydi. Yoshlar uchun ajratilayotgan grant va imtiyozlar ochiq va tushunarli mezonlar asosida taqsimlansa, ular sog‘lom raqobatga ishonchni mustahkamlaydi. Shu nuqtai nazardan yoshlar dasturlarini baholashda moliyaviy ko‘rsatkichlar bilan birga tanlov natijalarining ochiqligi, apellyatsiya imkoniyati va yoshlarning tanlov adolatiga ishonchini ham hisobga olish maqsadga muvofiq.

Bizning yondashuvimizga qarshi bitta jiddiy e’tiroz bildirish mumkin: bozorning o‘zi halollikni rag‘batlantiradi, chunki aldagan sotuvchi obro‘sini va xaridorini yo‘qotadi, demak, alohida axloqiy tarbiyaga ehtiyoj yo‘q. Bu mexanizm haqiqatan ishlaydi, lekin ma’lum shartlar bajarilgandagina: tomonlar bir-biri bilan qayta-qayta muomala qilsa va xaridor sifat haqida ishonchli axborot olsa. Yoshlar kirib kelayotgan bozorlarning bir qismida, xususan, bir martalik onlayn bitimlarda va yangi tashkil etilgan startaplar orasida bu shartlar to‘liq bajarilmaydi. Bunday sharoitda obro‘ mexanizmi kech ishga tushadi va qisqa muddatda insofsiz xulq foyda keltirishi mumkin. Senning iqtisodiy xulqni faqat shaxsiy manfaat bilan izohlash yetarli emasligi haqidagi xulosasi [16] shu bo‘shliqqa ishora qiladi: bozor mexanizmi ichki axloqiy motivatsiyani to‘ldiradi, ammo uning o‘rnini bosa olmaydi.

Natijalarning amaliy tomoni ham bor. Matsukato davlatni faqat bozor kamchiliklarini tuzatuvchi emas, qiymat yaratish jarayonining faol ishtirokchisi sifatida ko‘radi [13]. O‘zbekiston sharoitida bu g‘oya yoshlar tadbirkorligini qo‘llab-quvvatlash dasturlarini kambag‘allikni qisqartirish, hududlarning mutanosib rivojlanishi va ekologik barqarorlik kabi aniq ijtimoiy maqsadlar bilan bog‘lashni anglatadi. Nitsu-Antonie va hammualliflarning natijalari ta’limning qadriyatiy tarkibi orqali yoshlarning tadbirkorlik niyatiga ta’sir qilish mumkinligini ko‘rsatadi

[14]. Shundan kelib chiqib, oliy ta’lim muassasalarida “Iqtisodiy madaniyat”, “Tadbirkorlik falsafasi” yoki “Raqobat etikasi” kabi kurslarni joriy etish taklif qilinadi. U.M.Maniyozov inson, jamiyat va innovatsiya dialektikasini tahlil qilib, innovatsiyani ham ijtimoiy taraqqiyot sharti, ham shaxsning o‘zini ro‘yobga chiqarish vositasi sifatida ko‘radi va uning jamiyatning yangilikni qabul qilishga tayyorligiga bog‘liqligini ta’kidlaydi [21]. Bu fikrdan sog‘lom raqobat madaniyatini tarbiyalash faqat yoshlarga qaratilgan vazifa emasligi kelib chiqadi: kattalar avlodining xulqi ham yoshlar uchun namuna bo‘ladi.

Tadqiqotning cheklovlari bor. U nazariy-analitik xarakterga ega va xulosalar empirik ma’lumotlar bilan tekshirilmagan. Tahlil asosan me’yoriy hujjatlar va ilmiy adabiyotlarga tayanadi, turli hududlar va ijtimoiy guruhlar yoshlarining xususiyatlari alohida o‘rganilmagan. Kelgusida 1-jadvaldagi modelni sotsiologik o‘lchov vositasiga (so‘rovnoma shkalasiga) aylantirib, uni turli hududlar yoshlari orasida sinab ko‘rish maqsadga muvofiq.

Xulosa. Tahlil natijasida quyidagi xulosalarga kelindi. Birinchidan, raqobat neytral mexanizm emas: uning natijasi raqobatni tartibga soluvchi qadriyatlar, me’yorlar va institutlarga bog‘liq. Shuning uchun yoshlar iqtisodiy faolligini rivojlantirish strategiyasi raqobat muhitining texnik-tashkiliy shartlari bilan birga uning axloqiy mazmunini ham qamrab olishi kerak. Ikkinchidan, sog‘lom raqobat madaniyati shaxs, jamoa va institut darajalarida namoyon bo‘ladi va bu darajalar bir-birini qo‘llab-quvvatlagandagina barqaror ta’sir ko‘rsatadi. Uchinchidan, bozor sharoitidagi asosiy ziddiyat me’yorning qadriyatdan, manfaatning mas’uliyatdan va tezkor natijaning barqarorlikdan uzilishida ko‘rinadi; bu uzilishlarni bozor erkinligini cheklab emas, uni axloqiy va institutsional mezonlar bilan muvozanatlab bartaraf etish mumkin. To‘rtinchidan, fazilat va illatlar modeli yoshlar iqtisodiy xulqidagi tanlov nuqtalarini ko‘rsatadi va tarbiyaviy ishni aniq maqsadga yo‘naltirish imkonini beradi. Beshinchidan, mehnatsevarlik, jamoaviylik, kasb-hunar an’analari, mahalla va oila sog‘lom raqobat madaniyatining milliy resurslari bo‘lib, ularni zamonaviy raqamli shakllarda qayta talqin qilish zarur. Oltinchidan, yoshlar ongida “utilitar-iste’molchi” muvaffaqiyat modeli o‘rniga “yaratuvchi-mas’uliyatli” modelni shakllantirish sog‘lom raqobat madaniyatini qaror toptirishning asosiy shartidir.

Amaliy tavsiyalar: oliy ta’limda raqobat etikasi va tadbirkorlik falsafasi bo‘yicha kurs yoki modullarni joriy etish; yoshlar uchun grant va imtiyozlarni ochiq reyting tizimi asosida taqsimlash amaliyotini kengaytirish; mahalla darajasida tajribali tadbirkorlar ishtirokida yosh tadbirkorlar uchun ustozlik dasturlarini yo‘lga qo‘yish; ommaviy axborot vositalari va ijtimoiy tarmoqlarda halol mehnat va innovatsiya orqali erishilgan muvaffaqiyat namunalarini ko‘proq yoritish; yoshlar bilan ishlovchi mutaxassislar uchun 1-jadvaldagi model asosida metodik qo‘llanmalar tayyorlash. Bu choralar yoshlarni raqobatbardosh va ayni paytda mas’uliyatli iqtisodiy subyektlar sifatida tarbiyalashga qaratilgan.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston – 2030” strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni. 2023-yil 11-sentabr, PF-158-son // https://lex.uz/docs/6600413

2. Mirziyoyev Sh.M. Hozirgi zamon va Yangi O‘zbekiston. – Toshkent: O‘zbekiston, 2024.

3. O‘zbekiston Respublikasining “Raqobat to‘g‘risida”gi Qonuni. 2023-yil 3-iyul, O‘RQ-850-son // https://lex.uz/docs/6518381

4. Baumol W.J. Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive // Journal of Political Economy. – 1990. – Vol. 98, № 5. – P. 893–921. – DOI: 10.1086/261712

5. Ganiev B.S., Karimov U.U. Socio-philosophical aspects of the orientation of young people to entrepreneurial activity // Research Focus. – 2022. – Vol. 1, № 4. – P. 359–363. – DOI: 10.5281/zenodo.7529926

6. Xo‘janova T.J. Yoshlarning milliy iqtisodiyotni rivojlantirishdagi ishtirokiga qarshi qilinayotgan axboriy-mafkuraviy tajovuzlar // Oriental Renaissance: Innovative, Educational, Natural and Social Sciences. – 2024. – Vol. 4, № 9. – B. 69–77.

7. Arziqulov E.A. Yoshlarda iste’molchilik madaniyatini yuksaltirishning istiqbolli yo‘nalishlari // Innovative Development in Educational Activities. – 2023. – Vol. 2, № 8. – B. 560–567. – DOI: 10.5281/zenodo.7885695

8. Сапожникова Н.Г., Уточкина Л.А. Недобросовестная конкуренция: сущность, признаки, формы // Современная экономика: проблемы и решения. – 2022. – № 5 (149). – С. 41–53. – DOI: 10.17308/meps.2022.5/9244

9. Фаткуллина Г.Р. Некоторые аспекты формирования ценностных ориентаций молодежи в контексте проектов Федерального агентства по делам молодежи и Российского Союза Молодежи // Вестник университета. – 2023. – № 12. – С. 12–22. – DOI: 10.26425/1816-4277-2023-12-12-22

10. Aitzhanova D.N., Begentayev M.M., Kunyazova S.K., Titkov A.A. Youth entrepreneurship in the Republic of Kazakhstan: concept, problems and solutions // Bulletin of the Karaganda University. Economy Series. – 2021. – № 2 (102). – P. 4–15. – DOI: 10.31489/2021ec2/4-15

11. Aghion P., Antonin C., Bunel S. The Power of Creative Destruction: Economic Upheaval and the Wealth of Nations. – Cambridge (MA): Belknap Press of Harvard University Press, 2021.

12. Piketty T. A Brief History of Equality. – Cambridge (MA): Belknap Press of Harvard University Press, 2022.

13. Mazzucato M. Mission Economy: A Moonshot Guide to Changing Capitalism. – London: Allen Lane, 2021.

14. Nițu-Antonie R.D., Feder E.-S., Stamenovic K., Brudan A. A Moderated Serial–Parallel Mediation Model of Sustainable Entrepreneurial Intention of Youth with Higher Education Studies in Romania // Sustainability. – 2022. – Vol. 14, № 20. – Art. 13342. – DOI: 10.3390/su142013342

15. Collier P. Left Behind: A New Economics for Neglected Places. – London: Allen Lane, 2024.

16. Sen A. On Ethics and Economics. – Oxford: Basil Blackwell, 1987.

17. Tolipov B. Yoshlar iqtisodiy faolligini sog‘lom axloqiy-iqtisodiy raqobat asosida rivojlantirishning falsafiy jihatlari // FarDU ilmiy xabarlari. – 2025. – T. 31, № 2. – B. 48.

18. Mirziyoyev Sh.M. Yangi O‘zbekiston strategiyasi. – Toshkent: O‘zbekiston, 2021.

19. Tolipov B. Yangi O‘zbekistonda yoshlar iqtisodiy faolligini sog‘lom raqobat madaniyati asosida rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalari // FarDU ilmiy xabarlari. – 2025. – T. 31, № 6. – B. 96.

20. Chudy-Laskowska K., Czyżewska M., Jezierska K., Piecuch T. Entrepreneurial Competencies in Research Based on EntreComp Among Student Youth in Poland // European Research Studies Journal. – 2021. – Vol. XXIV, Issue 3, Part 1. – P. 509–522. – DOI: 10.35808/ersj/2368

21. Maniyozov U.M. Inson–jamiyat–innovatsiya dialektikasining ijtimoiy-falsafiy tahlili // FarDU ilmiy xabarlari. – 2025. – T. 31, № 4. – B. 206–211. – DOI: 10.56292/SJFSU/vol31_iss4/a69