



AKTUAR MOLIYA VA BUXGALTERIYA HISOBI ILMIY JURNALI

Vol. 5 Issue 03 | pp. 23-27 | ISSN: 2181-1865

Available online <https://finance.tsue.uz/index.php/afa>

HUDUDIY BOZOR TUZILMASI VA UNI ISLOH QILISH XUSUSIYATLARI



D.T.Xudayberganov

Urganch davlat universiteti Iqtisodiyot kafedrası professori v.b.

Annotatsiya. Ushbu maqolada hududiy bozor tuzilmasi, uning o'ziga xos xususiyatlari, mavjud imkoniyatlari, rivojlanish yo'nalishlari va uni isloh qilish xususiyatlari yoritib berilgan.

Аннотация. В статье рассматривается структура регионального рынка, его особенности, существующие возможности, направления развития и особенности его реформирования.

Abstract. This article discusses the structure of the regional market, its specific features, existing opportunities, development directions and features of its reform.

Kalit so'zlar. Bozor, bozor tuzilmasi, tuzilma, raqobat, tadqiqot, korxonalar, tarkib, mintaqalar.

Ключевые слова. Рынок, структура рынка, структура, конкуренция, исследование, предприятие, контент, регион.

Key words. Market, market structure, structure, competition, research, enterprise, structure, region.

Bugungi kunda bozorlar tuzilmasi xizmatlar uchun raqobat darajasi va xususiyatiga qarab alohida ajralib turadi. Bu bozorda ishlaydigan korxonalar xatti-harakatlari va natijalariga ta'sir qiluvchi xususiyatlarga asoslanadi. Shunga asosan, bozor tuzilishi tarkibiga xaridorlar va sotuvchilar soni, muzokaralar olib borish qobiliyati, konsentratsiya darajasi, mahsulotlarni farqlanish darajasi hamda bozorga kirish va chiqish qulayligi yoki murakkabligi kiradi. Shunday ekan, hududiy bozor tuzilmasini isloh qilishga erishish mumkin. Bu borada mamlakatimizda tovar va moliya bozorlarida raqobat muhitini ta'minlash, "kartel" kelishuvlar hamda til birlashtirish holatlarini aniqlash va ularga chek qo'yish maqsadida O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 256-son Qarori [1] qabul qilindi. Shunday ekan, mamlakatimizda bozorlar faoliyatini takomillashtirish mumkin.

Tadqiqotlarda hududiy bozor tuzilmasi va uni isloh qilish yuzasidan turli tadqiqotlar olib borilgan. Xususan, tadqiqotlarda mintaqaviy tarmoqlar o'zaro bog'liqligi bilan bog'liq majburiyatlar asosida ijtimoiy farovonlikni oshirish, tarmoq tuzilmasini optimallashtirish va takomillashtirishga qodir bo'lgan hududda samaradorlik asosida mintaqaviy bozor ko'rinishidagi ehtiyojni keltirib chiqaradi [2]. Shunday ekan, resurslarni taqsimlashda bozorlar yo'qligi, buzilgan narxlar, muvofiqlashtirilmagan rejalashtirish va

foydalanish, ishlab chiqarish mexanizmining nomukammalligi kabi asosiy muammolar hal qilinmaydi.

Yana bir tadqiqotlarda mintaqaning bozor tizimi tadqiq qilingan. Xususan, mintaqaning bozor tizimi o'zaro bog'liq bo'lgan turli bozorlar majmui sifatida ularning asosiy maqsadi mintaqa iqtisodiyotining samarali rivojlanishini ta'minlashdan iborat bo'ladi [3]. Shunga asosan, mintaqaning bozor tizimi turli tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar sifatida harakat qiladigan hududiy xo'jalik subyektlarining o'zaro ta'sirini bog'laydi.

Boshqa tadqiqotlarda jahon bozori murakkab tuzilma bilan tavsiflanadi. Ya'ni, unga asosan alohida tarmoq bozorlari sifatida tovarlar, xizmatlar, mehnat, moliyaviy resurslar va boshqalar bilan ifodalanadi [4]. Shunga asosan, har bir tarmoq bozori alohida turlarga bo'linadi. Demak, tovar bozori tarkibi tayyor mahsulotlar bozori va xomashyo va oziq-ovqat bozoridan iborat bo'lib, global xizmatlar bozor tuzilishiga xos bo'ladi.

Boshqa tadqiqotlarda esa, bozor infratuzilmasi har bir mintaqa uchun xos bo'ladi. Shu bois, mintaqaviy bozor turli jihatlarga ega bo'ladi. Bu borada mintaqaviy bozor tarkibi respublika, iqtisodiy zona va boshqa subyektlar bozorlari kabilardan iborat bo'ladi [5].

Yana bir tadqiqotlarga asosan, yuqori darajada tashkil qilingan bozorda ko'pgina sotuvchilar o'zlarining mahsulotlarini taklif qiladilar [6]. Shunga asosan, mintaqaviy iqtisodiy jarayonlardagi asosiy nisbatlar va ularni amalga oshirish mexanizmlari bozorni tartibga solish vositalaridan iborat bo'ladi. Unga talab va taklif, erkin narx va boshqalar ta'sirida shakllanadi.

Shunday qilib, hududiy mansublik jihatidan qishloq aholi punktlari, shahar bozorlari, mintaqaviy, mintaqalararo, mintaqaviy, mintaqalararo, davlat va hokazo bozorlar ajratib ko'rsatiladi. Chunki, bozor sig'imi - samarali iste'molchi hajmi bilan belgilanadigan va undagi tovarlarni sotishning mumkin bo'lgan talab hajmi bilan belgilanadi. Bu holatda bozordagi tovarlar va xizmatlarga aholining talab darajasi, shuningdek noishlab chiqarish sohasidagi tashkilot va muassasalar hamda viloyatdagi korxonalar talabini hisobga olish zarur bo'ladi. Shunga asosan, mintaqaviy bozorlar tarkibi iste'mol bozori, yer va ko'chmas mulk bozori, mehnat bozori, kredit bozori va qimmatli qog'ozlar bozori, axborot bozori, tabiiy resurslar bozori, san'at bozori, ta'lim xizmatlari bozori, tibbiy xizmatlar bozori va ko'ngilochar bozorlar kabi turlarga ajratiladi.

Shuningdek, iqtisodiyotda bozor tuzilmalarini turli ishtirokchilar tomonidan namoyish etilgan qator omillar yoki xususiyatlarni sinchkovlik bilan o'rganish orqali namoyon bo'ladi.

Ushbu bozorlar tarkibi quyidagi xususiyatlar bo'yicha farqlanadi:

- xaridorlar tarkibi;
- mijozlar aylanmasi;
- mahsulotni farqlash darajasi;
- kirish xarajatlari tabiati;
- bozordagi ishtirokchilar soni;
- vertikal integratsiya darajasi;
- yirik ishtirokchilar ulushi.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, bozorning asosiy tuzilmalari quyidagi tuzilmaga ega bo'ladi (1-jadval).

Mazkur 1-jadvalga asosan, bozor tuzilishi, sotuvchilar uchun kirish to'siqlari, sotuvchilar soni, xaridorlar uchun kirish to'siqlari va qabul qiluvchilar soni mukammal va monopolistik raqobat, oligopoliya, oligopsoniya, monopoliya va monopsoniya raqobat turlari asosida baholanishi lozim.

1-jadval

Bozor tarkibi va uning asosiy tuzilmalari

Bozor tuzilishi	Sotuvchilar uchun kirish to'siqlari	Sotuvchilar soni	Xaridorlar uchun kirish to'siqlari	Qabul qiluvchilar soni
Mukammal raqobat	Yo'q	Ko'p	Yo'q	Ko'p
Monopolistik raqobat	Yo'q	Ko'p	Yo'q	Ko'p
Oligopoliya	Bor	Kam	Yo'q	Ko'p
Oligopsoniya	Yo'q	Ko'p	Bor	Kam
Monopoliya	Bor	Yagona	Yo'q	Ko'p
Monopsoniya	Yo'q	Ko'p	Bor	Yagona

Yuqoridagi xususiyatlarni hisobga olish orqali o'xshash jihatlarini aniqlash mumkin. Shu bois, korxonalar tarmoqlar bo'yicha tasniflanadi va farqlanadi. Ularga asosan, ushbu ma'lumotlardan bozor tuzilmalarini shakllantirishda foydalanish mumkin. Ular tarkibiga mukammal raqobat, oligopoliya bozori, monopol bozor va monopolistik raqobat kiradi. Shulardan kelib chiqib, bozor tuzilmalari quyidagi turlarga ajratiladi [7]:

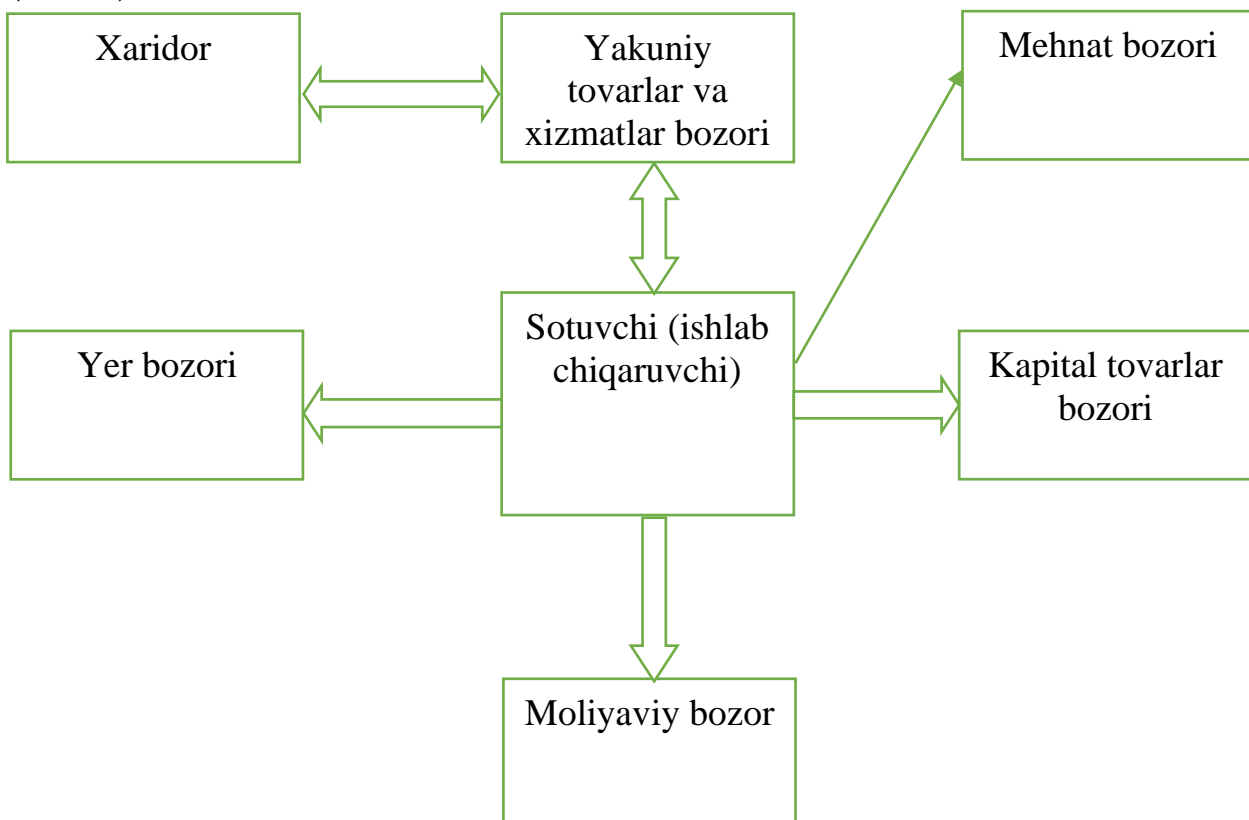
- mukammal raqobat. Mukammal raqobat bir-biriga qarshi raqobatlashadigan ko'pchilik korxonalar mavjud bo'lganda yuzaga keladi. Ushbu turdagi bozordagi iste'molchilar sotilayotgan tovarlar to'g'risida to'liq ma'lumotga ega bo'ladilar. Ushbu bozorda innovatsiya uchun rag'bat mavjud bo'lmaydi. Agar raqobat mavjud bo'lsa va korxonalar hukmron bozor ulushiga ega bo'lsa-da, raqobatchilarni saqlab qolish uchun innovatsiyalarni oshirish tendensiyasi mavjud bo'ladi. Biroq, mukammal raqobatbardosh bozorda foyda marjasi belgilanadi va sotuvchilar narxlarni oshira olmaydi. Aks holda, ular o'z mijozlarini yo'qotadilar. Unda kirish uchun to'siqlar kam bo'ladi. Ya'ni, har qanday korxonalar bozorga kirib, mahsulotni sotishni boshlaydi.

- monopolistik raqobat. Monopolistik raqobat monopoliya va raqobatbardosh bozor xususiyatlariga ega bo'lgan nomukammal raqobatbardosh bozorni anglatadi. Sotuvchilar raqobatlashib, o'z tovarlarini sifatini oshirish va brendlashga asoslanadi. Ushbu turdagi raqobatda sotuvchilar raqobatchilari tomonidan olinadigan narxni hisobga oladilar. Bunda o'z narxlarining raqobatga ta'sirini e'tiborsiz qoldiradilar. Qisqa va uzoq muddatli istiqbolda monopolistik raqobatni taqqoslash jarayoni rejalashtiriladi. Qisqa muddatda monopolistik korxonalar o'z foydasini oshiradi va monopoliya sifatida imtiyozlardan foydalanadi.

- oligopoliya. Oligopoliya bozori tabaqalashtirilgan yoki bir xil mahsulotlarni sotadigan oz sonli yirik korxonalar iborat bo'ladi. Bozorda ishtirokchilar soni kam bo'lgani uchun ularning raqobatbardosh strategiyalari bir-biriga bog'liq bo'ladi. Masalan, agar ishtirokchilar mahsulotlari narxini pasaytirishga qaror qilsa-da, bu harakat o'z mahsulotlari narxlarini pasaytiradi.

Boshqa tomondan, narxlarni oshishi iste'molchilar o'z mahsulotlarini tanlashga ta'sir qiladi. Shu bois, ushbu ishtirokchilar tomonidan strategik rejalashtirish amalga oshiriladi. Natijada, korxonalar o'zaro raqobatlashadigan vaziyatda ular ishlab chiqarishni cheklash orqali bozorni baham ko'rish uchun shartnomalar tuzishlari mumkin. Bunday kelishuvda ular monopoliyalarga asoslanadi.

- monopoliya. Monopol bozorda bitta korxonalar butun ishlab chiqarish jarayonini ifodalaydi. Uning raqobatchisi mavjud bo'lmaydi. Bu esa butun bozorda yagona mahsulot sotuvchisi bo'lib hisoblanadi. Ushbu turdagi bozor resurslariga egalik qilish bo'yicha patent va mualliflik huquqi, davlat tomonidan berilgan litsenziyalar yoki dastlabki o'rnatish xarajatlari kabilar bilan tavsiflanadi. Monopoliya bilan bog'liq yuqoridagi barcha xususiyatlar boshqa korxonalarning bozorga kirishini cheklaydi. Shu bois, korxonalar yagona sotuvchi bo'lib qoladi. Chunki, u bozorni boshqarish va o'z tovarlariga narxlarni belgilash huquqiga ega bo'ladi. Shunga asosan, bozor tuzilishi o'z harakatiga ega bo'ladi (1-rasm).



1-rasm. Bozor tuzilishi va ularning harakatlari

Mazkur 1-rasmga asosan, bozor tuzilishi va ularning hatti-harakatlari asosida rivojlanib boradi.

Bozor tuzilishini aniqlash va to'g'ri strategiyani tanlash turli vositalar va ko'rsatkichlar to'plamiga asoslanadi. Moliyaviy vaziyatni aniqlash bozorga sotib olish yoki sotish pozitsiyasi bilan kirishdan oldin birinchi va eng muhim qadam bo'lib xizmat

qiladi. Bozor tuzilishi va tendensiyalarni aniqlash savdogar yoki investor uchun muhim o'rinni egallaydi. Bu bozorni tahlil qilish usullarini yaratadi. Bu esa aniqroq savdo qilish imkonini beradi. Bozor tuzilishi bozorda narxlar o'zgarishini tashkil etish usulini anglatadi. U bozor ishtirokchilar jamoaviy xatti-harakatlarini aks ettiradi va ularni qo'llab-quvvatlash va narx tendensiyalari orqali kuzatish mumkin.

Xulosa shuki, bozor tuzilishi xizmatlar va tovarlar uchun raqobat darajasi va xususiyatiga qarab ajralib turadi. Bu esa turli sohalarning tasniflanishi va farqlanishini belgilaydi. Natijada, bozor tuzilmalari tarkibida mukammal raqobat, oligopoliya bozori, monopol bozor va monopolistik raqobat taraqqiy qilib boradi. Shunga asosan, bozor tuzilmalari sotuvchilar va boshqa sotuvchilar, sotuvchilar xaridorlar yoki boshqalar o'rtasidagi ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarga egaligini ko'rsatadi. Bozor tuzilishi tushunchasi va uning ta'rifini tushunish texnik tahlilga tayanadigan investorlar va savdogarlar uchun muhim ahamiyat kasb etadi. Biroq, bu narx harakati qaraladi. Bozor tuzilishi ta'rifi narx harakatini farq qiladi. Bozor holati sifatida ham tanilgan bozor tuzilmasi muddat bilan narx-navo rivojlanishini namoyish etadi. Shunga asosan, narx doimo tebranish darajasini ko'rsatadigan yuqori yoki pastga siljiydi. Ushbu tebranishlar bilan bir qatorda bozor o'z tuzilishini shakllantiradi. Uni kunlik, haftalik, oylik yoki hatto yillik davrlarda tuzilgan narxlar jadvalarida ko'rib chiqiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2024-yil 1-maydagi "Tovar va moliya bozorlarida monopoliyaga qarshi tartibga solishga doir normativ-huquqiy hujjatlarni tasdiqlash to'g'risida"gi 256-son Qarori. Manba: <https://www.lex.uz/docs/6907023>

2. Shuangquan Liu, Qiang Yang, Huaxiang Cai, Minghui Yan, Maolin Zhang, Dianning Wu, Mengfei Xie. Market reform of Yunnan electricity in southwestern China: Practice, challenges and implications. // Renewable and Sustainable Energy Reviews, 113, 2019. - p. 1-24.

3. Екимова К.В., Буравова С.В., Савельева И.П. Локальные рынки в структуре региональной экономики. // Вестник ЮУрГУ, №41, 2011. - с. 14.

4. Калабкина И.М., Кицис В.М. Мировой рынок услуг: структура и тенденции развития. // Сервис в России и за рубежом, 2024, Т.18, №2. - с. 85.

5. Xudayberganov D.T. Mintaqada tovarlar va xizmatlar bozori samaradorligini baholash modellari. // "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" (Economics and Innovative Technologies) ilmiy-elektron jurnali, 2/2022, mart-aprel (№00058). - 225 b.

6. Yaxshiyeva M.T. Hozirgi zamon raqobat nazariyasi: O'quv qo'llanma. - T.: TDIU, 2019. - 18 b.

7. <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/economics/market-structure/>

Copyright: © 2025 by the authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution- 4.0 International License (CC - BY 4.0)

