



AKTUAR MOLIYA VA BUXGALTERIYA HISOBI ILMIY JURNALI

Vol. 5 Issue 01 | pp. 319-324 | ISSN: 2181-1865

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

RAQOBAT VA MONOPOLIYA : BOZOR TUZILMALARINING TURLARI



Xurshidbek Abdullayevich Mo'ydinov

Tarmoqlar iqtisodiyoti kafedrası dotsent v. b.

Andijon iqtisodiyot va qurilish instituti Kengash kotibi

Annotatsiya. Maqolada raqobat va monopoliya, shuningdek bozor tuzilmalarining turlari ko'rib chiqildi. Bozor mexanizmi faoliyatining asosi raqobat ekanligini aniqladik. Bozor muvozanatining o'rnatilishi ko'p jihatdan raqobat munosabatlarning rivojlanish darajasi bilan belgilanadi, ya'ni bozor tuzilishining turiga bog'liq.

Kalit so'zlar: bozor tuzilishi, raqobat, monopoliya, bozor mexanizmi, zamonaviy iqtisodiy jarayon, siyosatning mohiyati, munosabatlar

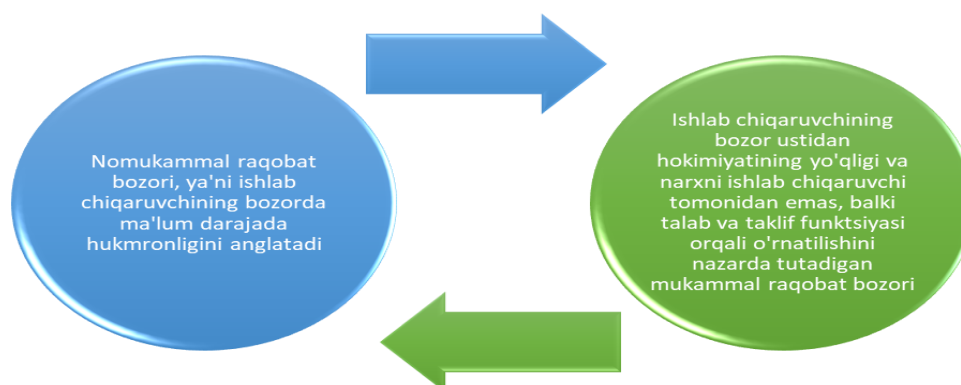
Abstract. The article considered competition and monopoly, as well as types of market structures. We found that the basis of the functioning of the market mechanism is competition. The establishment of market equilibrium is largely determined by the level of development of competitive relations, that is, it depends on the type of market structure.

Keywords: market structure, competition, monopoly, market mechanism, modern economic process, the essence of politics, relations.

Аннотация. В статье рассмотрены конкуренция и монополия, а также типы рыночных структур. Мы установили, что основой функционирования рыночного механизма является конкуренция. Установление рыночного равновесия во многом определяется уровнем развития конкурентных отношений, то есть зависит от типа рыночной структуры.

Ключевые слова: рыночная структура, конкуренция, монополия, рыночный механизм, современный экономический процесс, сущность политики, отношения.

Bozor munosabatlarning tabiati (bozor tuzilishi) narxning shakllanishi,



mahsulotning tabiati (belgilari), sub'ektlarning xulq-atvor xususiyatlari va ularning o'zaro

ta'siri nuqtai nazaridan ko'rib chiqiladi [2]. Bozor tuzilishi turini aniqlashning asosiy mezonini raqobat erkinligi darajasi hisoblanadi. Shu nuqtai nazardan, quyidagilar ajralib turadi:

Ishlab chiqarish va taklif hajmini, narxlarni, fan-texnika taraqqiyotining rivojlanishini, pirovardida ishlab chiqarish samaradorligini belgilashda ishlab chiqaruvchilarning xatti-harakati raqobat munosabatlarining xususiyatiga bog'liq [1]. Ilgari siyosiy iqtisod ikki davrni ajratdi: erkin raqobat davri va monopol kapitalizm davri. Ajratish mezonini tartibga solish rolining bozorga yoki yirik korxonalar va davlatga tegishli ekanligi omili edi [3]. Bugungi kunda iqtisodiy fan bozor tuzilmalarining to'rt turini ajratib ko'rsatadi:



Mukammal raqobat quyidagi xususiyatlar bilan tavsiflanadi:

- ko'plab sotuvchilarning mavjudligi;
- talab va taklif ta'sirida narxning erkin harakatlanishi;
- iqtisodiy munosabatlar sub'ektlarining tengligi (hech narsa yuklanmaydi);
- sotuvchi firmalar soni shunchalik ko'pki, har birining bozordagi ulushi arziyas va ularning hech biri ishlab chiqarish hajmini o'zgartirib, narxlarga ta'sir o'tkaza olmaydi);
- sanoatga yangi firmalarning erkin kirishi va undan erkin chiqishi;
- mahsulotlarni standartlashtirish [4].

Mukammal raqobat bozoriga yaqin bo'lgan sanoatga misol qilib qishloq xo'jaligini keltirish mumkin. Raqobat ijtimoiy ishlab chiqarish nisbatlarini stixiyali tartibga solishning juda samarali mexanizmidir. Biroq, aynan raqobat ishlab chiqaruvchilarni raqobatbardoshlik uchun kurashda bozordagi o'z mavqeini va kuchini mustahkamlashga majbur qiladi, ya'ni u o'zi bilan monopoliyaga moyillikni keltirib chiqaradi.

Sof raqobatning aksi sof monopoliyadir. Odatda monopoliyalar yirik kompaniyalar (firmalar, korporatsiyalar) yoki ularning uyushmalari (kartellar, trestlar, kontsernlar, konsorsiumlar, konglomeratlar) hisoblanadi. Monopoliya o'z qo'lida tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqarish va sotishning muhim qismini to'playdi, bu unga bozorda ustun mavqega erishishga imkon beradi va iste'molchiga monopoliya narxini o'rnatishgacha bo'lgan bitimlar shartlarini monopoliya foydasining asosi sifatida aytib beradi [5]. Sof monopoliya quyidagilar bilan tavsiflanadi:

- yengib bo'lmaydigan to'siqlar (patent monopoliyasi, xom ashyo manbalariga monopoliya va boshqalar) tufayli sanoatga yangi ishlab chiqaruvchilarning kirib kelishi istisno qilinadi. Olimlarning ta'kidlashicha, iqtisodiyotning ma'lum bir sohasida bozorga kirish uchun firma ko'tarishi kerak bo'lgan ishlab chiqarish xarajatlari bu firma uchun juda yuqori, lekin u erda faoliyat yuritayotgan firma uchun emas - bu xarajatlar to'siqdir;

- narx faqat monopolist tomonidan belgilanadi;
- monopoliya va autsayderlar o'rtasidagi munosabatlar kuchli va kuchsizlar o'rtasidagi munosabatlarga o'xshaydi, ya'ni monopolist shartnomalar shartlarini aytib beradi;

- mahsulot noyobdir [2].

Monopoliya yirik, yuqori konsentratsiyalangan, markazlashgan ishlab chiqarishdir. Monopolist firma ishlab chiqarish va bozor ustidan to'liq nazoratga ega. Biroq, sof monopoliya hayotda juda kam uchraydi. Asosiy sabab - bozorda raqobat sharoitlarini ta'minlashga qaratilgan monopoliyaga qarshi qonunchilik.

Bozorning keng tarqalgan tuzilishi oligopoliya deb ataladi ("oligo" so'zidan - bir nechta) [1]. Oligopoliya degani:

- ❖ sanoatda bir-biri bilan raqobatlashuvchi ikki yoki undan ortiq yirik firmalar mavjud bo'lib, bu soha endi monopoliya emas;

- ❖ sanoat kamida bitta yirik firmaga ega bo'lib, ularning har qanday harakati raqobatchilarning javobini keltirib chiqaradi (monopolistik raqobatdan farqli o'laroq);

- ❖ erkin raqobat va erkin narx belgilash qoidalari qo'llanilmaydi;

- ❖ sanoatga kirish boshqa firmalar uchun juda qiyin;

- ❖ mahsulotlar bir hil yoki tabaqalashtirilgan (ya'ni turli va hatto bir-biriga bog'liq bo'lmagan) bo'lishi mumkin.

Oligopoliyaning boshqa tuzilmalardan asosiy farqi narxlash mexanizmidadir. Oligopolistik narxlash nazariyasining asoschisi fransuz iqtisodchisi Ogustin Kurno hisoblanadi [3]. U sotish hajmi va mahsulot narxi o'rtasida ma'lum va barqaror muvozanat mavjudligini aniqladi va shuning uchun qisqa muddatda oligopolistik firma talabning o'zgarishiga narxlarni o'zgartirish orqali emas, balki sotish hajmini kamaytirish yoki oshirish orqali javob beradi. Amerikalik iqtisodchi Edvard Chamberlin ishlab chiqaruvchilarning o'zaro bog'liqligi haqidagi tezisni ilgari surdi [4] va oligopoliyalar bir-biridan mustaqil bo'lib harakat qiladigan, lekin bir-biri bilan raqobatlashmaydigan vaziyatni ongli parallelizm ta'limoti deb atadi. Oligopolistik tuzilma doirasida faoliyat yurituvchi firmalar umumiy manfaatlar uchun har birining xatti-harakatlarini muvofiqlashtirish imkonini beradigan aloqalar tizimini yaratishga intiladi [5]. Shunday qilib, ko'rinib turibdiki, oligopoliya, garchi u raqobatni nazarda tutsa ham, uni sezilarli darajada cheklaydi, lekin ishlab chiqarish va ilmiy-texnika taraqqiyotini rag'batlantirishni to'liq bartaraf etmaydi. Oligopolistik sanoatdagi firmalar soni bir necha o'nlab bilan o'lchanishi mumkin (masalan, neft sanoati, alyuminiy, avtomobil va boshqalar).

Va nihoyat, monopolistik raqobat raqobatchilarning reaksiyasidan qat'i nazar, tabaqalashtirilgan mahsulotlarni ishlab chiqaradigan va o'z narx siyosatini olib boruvchi juda ko'p sonli sotuvchilarning mavjudligini anglatadi. Bundan tashqari, u quyidagilarni taklif qiladi:

- raqobatchilar sanoatga etarlicha erkin kirishlari mumkin (ba'zi cheklovlar bilan);

- narxdan tashqari raqobat (tovar belgilari, tovar nomlaridan foydalanish, sifat raqobati va boshqalar) alohida ahamiyat kasb etadi;
- talabning egiluvchanligi yuqoriroq, chunki bozorda asosan boshqa firmalar tomonidan ishlab chiqarilgan o'rnini bosuvchi tovarlar sotiladi.

Xulosa qilish mumkinki, monopolistik raqobat sharoitida kengroq assortimentdagi tovarlar ishlab chiqariladi, lekin mukammal raqobatga qaraganda tovar birligiga nisbatan yuqori xarajatlar (masalan, kiyim-kechak, poyabzal va boshqalar ishlab chiqarish). Ingliz iqtisodchisi Joan Robinson o'z asarlarini monopolizatsiya sharoitida raqobat tahliliga bag'ishlagan [2]. Agar ilgari asosiy raqobat narx raqobati bo'lsa, ya'ni raqobatchilardan pastroq narxni taklif qilish orqali narxlarni tushirish, demping narxlarigacha (narxdan past narxlar), bugungi kunda narxdan tashqari usullar (reklama, tovar belgisi, sotishni rag'batlantirish va boshqalar) tobora ko'proq foydalanilmoqda va hokazo), birinchi navbatda mahsulot sifatidagi farqlarga asoslangan. Biroq, adolatsiz (adolatsiz, kamsituvchi) raqobat tez-tez sodir bo'ladi. Bu narxlarni belgilash, boykot qilish, qo'shilish, poraxo'rlik, sanoat va iqtisodiy josuslik, raqobatchilar to'g'risida yolg'on ma'lumotlar tarqatish, patentlar orqali raqobatni cheklash, xodimlarni brakonerlik va hokazolarni o'z ichiga oladi. Monopoliyaga qarshi siyosat va monopoliyaga qarshi qonunchilik bu choralarga qarshi qaratilgan.

Aytish mumkinki, monopollashtirish resurslarning noratsional taqsimlanishiga olib keladi, fan-texnika taraqqiyoti sur'atlarini sekinlashtiradi, daromadlar tengsizligiga yordam beradi, shuningdek, siyosiy demokratiyaga tahdid soladi. Biroq, barcha turdagi monopoliyalar tugatilishi shart emas. Jahon iqtisodiy nazariyasi va amaliyoti zamonaviy monopolistik birlashmalarning kamida oltita asosiy turini biladi:

1. Ishlab chiqaruvchi kuchlarning rivojlanishi bilan bilvosita bog'liq bo'lgan monopoliya, faqat kapitalning o'z-o'zini kengaytirishi natijasida foydani ko'paytirish, raqobatni bostirish va bozorni egallash. Bunday monopoliya texnologik taraqqiyotning sekinlashishiga va umumiy iqtisodiy turg'unlikka yordam beradi va bozor mexanizmining normal ishlashini buzadi.

2. Ikkinchi tur texnologik oligopoliyalar bilan ifodalanadi. Bu ma'lum mahsulotlarni ishlab chiqarish va tarqatishni nazorat qiluvchi bir nechta yirik kompaniyalarga tegishli. Ularning bozordagi kuchi faqat ma'lum tarmoqlar (metallurgiya, elektroenergetika, temir yo'l transporti va boshqalar) texnologiyasining o'ziga xos xususiyatlari bilan belgilanadi, bu erda texnologiyaning o'zi faqat katta hajmdagi moddiy, moliyaviy va insoniy mahsulotlarni jamlagan yirik, markazlashtirilgan ishlab chiqarish birlashmalarini tashkil qiladi. resurslar iqtisodiy jihatdan samarali. Bunday monopoliyalar tabiiy deb ataladi.

3. Uchinchi tur, kompaniya o'z mahsulotlarini tovar belgisi, maxsus qadoqlash yoki sotish shartlari bilan belgilaganda, masalan, doimiy mijozlar uchun chegirmalarni joriy qilganda, mahsulotni farqlash bilan belgilanadi. Bu tur kapitalning kontsentratsiyasi va markazlashuvi bilan bog'liq emas, balki birinchi navbatda mahsulot sifati va mijozlarga xizmat ko'rsatish bilan bog'liq, shuning uchun u davlat tomonidan ta'qib qilinmaydi.

4. To'rtinchi turga fan-texnika taraqqiyotining ma'lum sohalarida yetakchi bo'lgan korxonalar kiradi. Ushbu turdagi monopoliyalar vaqtinchalik bo'lib, ilmiy tadqiqotlar natijalari va texnologik ishlanmalar tarqatilishi va tijorat maqsadlarida foydalanish

natijasida yo'qoladi. Bu tabiiy monopoliyaning ma'lum bir shakli, shuning uchun davlat aralashuvi minimal bo'lishi kerak.

5. Beshinchi guruhga tabiiy davlat monopoliyalari kiradi (masalan, pul muomalasini tashkil etish va tartibga solish, jamoat tovarlarini ishlab chiqarish, talab egiluvchan bo'lmagan tovarlar, harbiy texnika va texnologiya va boshqalar). Davlat monopol iste'molchi, ya'ni yagona xaridor (masalan, strategik tovarlar) sifatida harakat qilishi mumkin. Bu davlat monopsoniyasi ("bitta xaridor") deb ataladi.

6. Monopoliyaning oxirgi turi ma'muriy buyruqbozlik boshqaruviga ega bo'lgan iqtisodiyotga xosdir. U ba'zi xususiyatlarga ega:

- umumiy xarakter, takror ishlab chiqarishning barcha sohalariga kirib borishi: ishlab chiqarish, taqsimlash, ayirboshlash va iste'mol qilish;
- bozor monopollashuvining nihoyatda yuqori darajasi (bir korxonada mahsulotning 80–90 foizini ishlab chiqaradi);
- davlat mulkiga asoslangan uch pog'onali maxsus tuzilma, undan keyin esa takror ishlab chiqarishning alohida sohalarini nazorat qiluvchi idoraviy gigantlar, ularning har biri monopolist korxonalar o'rtasida taqsimlanadi.

O'zbekistonda ma'muriy-buyruqbozlik tizimi davlatning o'ta monopoliya va o'ta monopoliyasi mavjudligini nazarda tutgan. Davlatning monopsonligi davlat xaridlarining yuqori darajasida namoyon bo'ldi. Zero, uni tashkil etish va sotishni kafolatlash orqali davlat o'ziga minglab iste'molchilarning monopoliya vakili vazifasini o'zlashtirib oldi. Iqtisodiyotimiz azaldan markaziy rejalashtirish va monopoliya sharoitida edi. Mustaqillikdan oldin ma'muriy buyruqbozlik tizimi quyidagi xususiyatlarni o'z ichiga olardi:

- boshqaruv yagona markazdan amalga oshirildi;
- rejalashtirilgan tadbirlar asosida resurslarni markazlashtirilgan taqsimlash amalga oshirildi;
- korxonalar resurslarning sifat va miqdoriy tarkibiga va shunga mos ravishda xarajatlar va foyda miqdoriga faqat qisman ta'sir ko'rsatishi mumkin edi;
- ishlab chiqarishning rivojlanishi faqat ishlab chiqarish tuzilmasi o'zgarmagan holda alohida resurslarning o'zgarishi bilan tavsiflangan;
- qisqa muddatli davr, qoida tariqasida, uzaytirildi, ya'ni korxonalar eskirgan uskunalarda ishladi;
- yangi investitsiyalar o'zini oqlamadi;
- doimiy xarajatlarning ustunligi va xarajatlarning oshishi;
- foyda narxga xarajatlarning foizi sifatida kiritilgan, shuning uchun narx asossiz ravishda oshgan;
- korxonalar o'rtasidagi aloqalar moslashuvchan emas edi;
- korxonalar ilmiy-texnika taraqqiyotidagi o'zgarishlarga javob bermadilar, o'lchamlarning samaradorligini hisobga olmadilar va xarajatlarni kamaytirishga intilmadilar, chunki ko'pincha korxonada ko'plab mablag'lar, masalan, moddiy rag'batlantirish fondi tashkil etilgan. asosiy vositalarning ulushi, ya'ni xarajatlar qanchalik yuqori bo'lsa, kompaniya xodimlari uchun shunchalik foydali bo'lgan [5].

Aynan shuning uchun ham davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish jarayoni muqarrar edi. Ko'rinib turibdiki, texnologik monopoliya, davlat tabiiy

monopoliyasi kabi shakllanishlar, ilmiy-texnikaviy taraqqiyotda yetakchilik bilan bog'liq afzalliklar zamonaviy bozor iqtisodiyoti tuzilishiga zid emas va unga to'liq mos keladi. Ammo tabiiy monopoliya sohalari ham doimiy emas. Monopoliya rejimi o'zining avvalgi afzalliklarini asta-sekin yo'qotmoqda, bu esa monopoliyaga qarshi siyosatni amalga oshirish va monopoliyaga qarshi qonunchilikni rivojlantirish zarurligini tasdiqlaydi. Shu tariqa monopoliyaga qarshi qonunchilik firmalarning jamiyat uchun xavfli bo'lgan monopol hokimiyatni to'plashiga yo'l qo'ymaslik uchun ishlab chiqilgan qonunchilikdir. Tor ma'noda sof monopoliyalarga va yirik oligopolistik birlashmalarga qarshi, shuningdek, ishbilarmonlik aloqalari me'yorlarini buzuvchi noinsof xatti-harakatlarning oldini olishga qaratilgan. Shunday qilib, davlat aralashuvi faqat bozordagi sub'ekt faoliyatining salbiy oqibatlarini aniq aniqlash mumkin bo'lganda amalga oshirilishi kerak. Zamonaviy iqtisodiy sharoitda monopoliyaga qarshi siyosatning mohiyatiga oid qarashlarning sezilarli qayta ko'rib chiqilishi axborot nazariyasi, o'yin nazariyasi va tranzaksiya xarajatlari ta'siri ostida sodir bo'ldi.

Adabiyotlar

1. Левина, Е. А., Микроэкономика / Е. В. Покатович, Т. П. Балакина, Е.В. Попова. Изд-2.– М.: ГУ ВШЭ, 2023.
2. Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент: Учебное пособие / Л. А. Дробышева. – 3-е изд. – М.: Дашков и Ко, 2024.
3. Urinboyeva Y. (2024) Raqobat va monopoliya//Лучшие интеллектуальные исследования. 19/2 С.109-114.
4. Tuychieva N., Egamberdiyeva M. Raqobat va monopoliya//Международный научный журнал № 5 (100), часть 1 «Новости образования: исследование в XXI веке» С.188-191.
5. Сидоров В. А. Общая экономическая теория / В. А. Сидоров, Е. Л. Кузнецова, А. В. Болик. Изд-2. – М: МИР, 2024.

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

