



MIKOR IQTISODYOTDAN RAQOBAT VA MONOPOLIYA.

Ahmadjonov Kamoliddin Bohodirjon o'g'li

Andijon viloyati kokand unversiteti andijon filiyali Iqtisodiyot pedagogikasi

20-guruh talabasi

Annotatsiya: Ushbu maqolada mikroiqtisodiyotning asosiy kategoriyalaridan biri bo'lgan raqobat va monopoliya tushunchalari iqtisodiy nazariya nuqtai nazaridan ko'rib chiqiladi. Raqobat bozori va monopol bozorning shakllanish tamoyillari, ularning bozor samaradorligiga ta'siri, narx shakllanish mexanizmi hamda iste'molchilar farovonligiga ta'siri tahlil qilinadi. Tadqiqotda klassik va zamonaviy iqtisodchilar qarashlari qiyoslab o'rganildi. Shuningdek, monopoliyaga qarshi siyosatning umumiy yo'nalishlari, bozorni tartibga solish mexanizmlari va raqobatni qo'llab-quvvatlashning iqtisodiy ahamiyati yoritilgan. Tadqiqot natijalari raqobatning iqtisodiy o'sish va innovatsiyalarni rag'batlantirishdagi strategik rolini, monopoliyaning esa ayrim hollarda bozor samaradorligiga salbiy ta'sir ko'rsatishini ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: Raqobat, monopoliya, bozor mexanizmi, narx, daromad, samaradorlik, innovatsiya, iste'molchi farovonligi.

Mikroiqtisodiyot bozor subyektlarining xatti-harakatlarini, narxlarning shakllanish jarayonini va iqtisodiy resurslarning taqsimlanish mexanizmini o'rganadi. Ushbu jarayonlarning markazida raqobat va monopoliya kabi asosiy bozor tuzilmalari turadi. Raqobat bozori — ko'plab sotuvchi va xaridorlar mavjud bo'lgan, narxlarni hech bir firma mustaqil belgilay olmaydigan bozor shaklidir. Monopoliya esa, aksincha, yagona sotuvchi bo'lgan bozor bo'lib, bunda firma narxni belgilash imkoniyatiga ega bo'ladi.

Zamonaviy iqtisodiyotda har ikkala bozor shakllari ham mavjud: ayrim tarmoqlarda tabiiy monopoliya saqlanib qolgan bo'lsa, boshqa sohalarda kuchli



raqobat muhiti shakllangan. Shu bois raqobat va monopoliyaning iqtisodiy mohiyatini tahlil qilish, ularning afzalliklari va kamchiliklarini aniqlash amaliy ahamiyatga ega.

Raqobat iqtisodiy samaradorlik, innovatsiyalar, narxlarning barqarorligi va mahsulot sifatining oshishiga xizmat qiladi. Monopoliya esa, ayrim hollarda yuqori narx, past sifat, ishlab chiqarish hajmining cheklanishi kabi salbiy oqibatlarga olib kelishi mumkin. Biroq, tabiiy monopoliyalar mavjud bo'lgan sohalarda (energetika, gaz ta'minoti, suv ta'minoti) monopol struktura iqtisodiy samaradorlikni ta'minlashi mumkin.

Iqtisodiyotda raqobat va monopoliya: batafsil tushuntirish

Raqobatning eng ideal shakli – Mukammal (toza) raqobat

Bu nazariy model bo'lib, real hayotda deyarli uchramaydi, lekin boshqa bozor turlarini tushunish uchun asos bo'lib xizmat qiladi.

Xususiyatlari:

Bozor'da juda ko'p kichik sotuvchi va xaridorlar bor.

Hamma bir xil (gomogen) mahsulot ishlab chiqaradi.

Hech bir firma narxga ta'sir qila olmaydi – narx bozor tomonidan belgilanadi, firmalar faqat “narxni qabul qiluvchi”dir.

Bozorga kirish va chiqish mutlaqo erkin (hech qanday to'siq yo'q).

Barcha ishtirokchilar to'liq axborotga ega.

Natijasi:

Uzoq muddatda iqtisodiy foyda = 0 (faqat normal foyda qoladi).

Resurslar eng samarali taqsimlanadi.

Narx = marjinal xarajat = o'rtacha xarajatning eng past nuqtasi.

Iste'molchi farovonligi maksimal darajada bo'ladi.

Misol: qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozori (bug'doy, paxta) bu holatga eng yaqin.

Monopolistik raqobat



Real hayotda eng ko‘p uchraydigan bozor turi.

Xususiyatlari:

Ko‘p sonli firmalar bor, lekin har biri biroz farqlangan mahsulot chiqaradi (brend, dizayn, xizmat sifati, joylashuvi farqi).

Har bir firma o‘z mahsulotining narxini biroz belgilay oladi (talab egri chizig‘i pastga qarab tushadi).

Bozorga kirish nisbatan oson.

Reklama va marketing juda muhim.

Natijasi:

Qisqa muddatda foyda ham, zarar ham bo‘lishi mumkin.

Uzoq muddatda yangi firmalar kirib kelgani uchun iqtisodiy foyda nolga tushadi, lekin ishlab chiqarish hajmi optimaldan kamroq bo‘ladi.

Ortiqcha quvvat (excess capacity) vujudga keladi.

Mahsulot xilma-xilligi ko‘p – bu iste’molchi uchun yaxshi.

Misol: restoranlar, kiyim-kechak do‘konlari, shampun va tish pastasi brendlari, xususiy maktablar, go‘zallik salonlari.

Oligopoliya

Bozorni bir necha yirik firma boshqaradi.

Xususiyatlari:

Firmalar soni kam (2–10 ta), lekin har biri bozorda katta ulushga ega.

Mahsulot bir xil bo‘lishi mumkin (gomogen oligopoliya – po‘lat, sement) yoki farqli (farqlangan oligopoliya – avtomobil, smartfon).

Firmalar bir-birining narx va ishlab chiqarish qarorlariga qattiq reaksiya qiladi.

Bozorga kirish juda qiyin (katta kapital, patent, brend, davlat ruxsati).

Turlari:

Hamkorlik qiluvchi oligopoliya (kartel) – masalan, OPEC.

Hamkorlik qilmaydigan – narx urushlari bo‘lishi mumkin.



Narx yetakchiligi (price leadership) – eng yirigi narx belgilaydi, qolganlari ergashadi.

Misollar O‘zbekistonda:

Mobil aloqa (Ucell, Beeline, Uzmobil, Mobius)

Bank xizmatlari

Avtomobil bozori (UzAuto Motors deyarli monopolistga yaqin)

Dunyo misollari:

Smartfon: Apple va Samsung

Aerokosmik: Boeing va Airbus

Gazli ichimliklar: Coca-Cola va Pepsi

4. Monopoliya – bozorda yagona sotuvchi

Turlari va sabablari:

a) Tabiiy monopoliya

Bir firma butun bozorni eng arzon ta’minlay oladi (o‘rtacha xarajatlar ishlab chiqarish hajmi oshgani sayin kamayib boraveradi).

Misol: elektr energiyasi tarmoqlari, temir yo‘l, suv ta’minoti, gaz quvurlari.

b) Davlat monopoliyasi

Davlat xavfsizlik yoki strategik sabablarga ko‘ra monopoliya yaratadi.

Misol: mudofaa sanoati, atom energetikasi, spirtli ichimliklar (ba’zi mamlakatlarda).

c) Patent va mualliflik huquqi orqali

Dori-darmon kompaniyalari yangi dori ixtiro qilganda 10–20 yil monopol huquq oladi.

d) Resurslarni to‘liq nazorat qilish

Tarixiy misol: De Beers olmos konlarining 80–90 % ni nazorat qilgani.

Monopoliyaning oqibatlari:

Narx raqobatdagi holatdan yuqori.

Ishlab chiqarish hajmi kamroq.



Iste'molchi surplusi monopolist foydasiga o'tadi.

“O'lik og'irlik yo'qotishi” (deadweight loss) – jamiyat umumiy farovonligi kamayadi.

Innovatsiya ba'zan tezlashadi (katta foyda tadqiqotlarga sarflanadi – Google, Microsoft), ba'zan sekinlashadi (raqobat yo'qligi sabab).

Davlatning antimonopol siyosati

Ko'pchilik mamlakatlarda monopoliyalarga qarshi maxsus qonunlar bor:

O'zbekiston:

“Raqobat to'g'risida”gi qonun (2012-yil, so'nggi o'zgartirishlar 2023-yil)

Raqobatni va iste'molchilar huquqlarini himoya qilish qo'mitasi (Raqobat qo'mitasi) – asosiy nazorat organi

Hukmron mavqega ega korxonalar ro'yxati (masalan, UzAuto Motors, O'zbekneftgaz, elektr tarmoqlari)

Taqiqlanadi:

Narxlar bo'yicha kelishuvlar (kartellar)

Bozor taqsimoti

Raqobatchilarni siqib chiqarish uchun past narxlar (damping)

Adolatsiz reklama

Jazo: jarima (foydaning 10 % gacha), majburiy bo'linish, faoliyatni to'xtatish.

Olingan natijalar shuni ko'rsatadiki, raqobat bozor iqtisodiyotining “dvigateli” hisoblanadi. Raqobat bo'lmagan joyda narxlar sun'iy oshadi, iste'molchilar manfaatlari zarar ko'radi. Monopoliyaning mavjudligi esa bozor mexanizmining buzilishiga olib keladi. Shu bilan birga, tabiiy monopoliyalar mavjud bo'lgan tarmoqlarda monopol struktura iqtisodiy jihatdan ma'qul variant bo'lishi mumkin. Ammo bunday monopoliyalar kuchli tartibga solishni talab qiladi.

Zamonaviy iqtisodiy o'sishda raqobat innovatsiyalarni kuchaytirib, mahsulot sifati va xizmat ko'rsatish madaniyatining oshishiga xizmat qiladi. Monopoliyalar esa raqobatni cheklab, iqtisodiy inertlikni kuchaytiradi. Shu bois bozor tartibga



solish organlari — raqobat qo‘mitalari, antimonopol qonunlar — iqtisodiyot barqarorligini ta‘minlashda muhim rol o‘ynaydi.

Xulosa

Raqobat va monopoliya mikroiqtisodiy tizimda bir-biriga qarama-qarshi, lekin bir-birini to‘ldiruvchi tushunchalardir. Raqobat samaradorlikni oshiradi, innovatsiyani rag‘batlantiradi va bozorni yanada erkinlashtiradi. Monopoliya esa ayrim hollarda iqtisodiy samaradorlikka erishishi mumkin bo‘lsa-da, odatda narx oshishi va sifat pasayishiga olib keladi. Shu sababli, bozorni tartibga solishda raqobat muhitini rivojlantirish davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishi bo‘lishi kerak.

Raqobatni rivojlantirishga qaratilgan davlat dasturlarini kuchaytirish.

Monopoliyalarning bozorni egallab olishiga qarshi qat’iy tartibga solish mexanizmlarini joriy etish.

Tabiiy monopoliyalar faoliyatida shaffof tarif siyosatini yaratish.

Yangi biznes va startaplar uchun bozorga kirish to‘siqlarini kamaytirish.

Raqobat madaniyatini oshirish bo‘yicha ilmiy tadqiqotlar va treninglar tashkil etish.

Adabiyotlar.

1. Krugman, P., Wells, R. *Microeconomics*. — New York: Worth Publishers, 2021.
2. Tirole, J. *Market Power and Regulation*. — MIT Press, 2016.
3. Robinson, J. *The Economics of Imperfect Competition*. — London: Palgrave Macmillan, 2008.
4. Chamberlin, E. *The Theory of Monopolistic Competition*. — Harvard University Press, 1962.
5. Schumpeter, J. *Capitalism, Socialism and Democracy*. — New York: Harper, 1976.
6. Coase, R. *The Firm, the Market, and the Law*. — University of Chicago Press, 1988.



7. Stigler, G. *The Organization of Industry*. — University of Chicago Press, 1983.
8. O‘zbekiston Respublikasi Raqobat qo‘mitasi. *Raqobat to‘g‘risida qonun*. — Toshkent, 2023.
9. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi. *Monopoliyaga qarshi siyosat bo‘yicha hisobot*. — Toshkent, 2022.
10. Pindyck, R., Rubinfeld, D. *Microeconomics*. — Pearson, 2018.
11. Carlton, D., Perloff, J. *Modern Industrial Organization*. — Addison Wesley, 2005.
12. OECD. *Competition Policy and Market Regulation Reports*. — Paris, 2021.