



EKSTREMAL BOZOR TUZILMASI QIYOSIY TAHLILI

Samiyev Mirkamol Amridin o'g'li

Samarqand iqtisodiyot va Servis instituti

"Iqtisodiyot nazaryasi" kafedrası assistenti

samievmirkamol@gmail.com

Quvondiqov Nurlan Vaxob o'g'li

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

Buxgalteriya hisobi va menejment

fakulteti talabasi

nurlanquvondiqov06@gmail.com

Annotatsiya: Ushbu ilmiy maqolada iqtisodiyot nazariyasidagi ikki ekstremal bozor tuzilmasi – mukammal raqobat va monopoliya – qiyosiy tahlil qilinadi. Tadqiqot doirasida mazkur tuzilmalarning nazariy asoslari, asosiy belgilari, narx va ishlab chiqarish hajmini shakllantirish mexanizmlari o'rganildi. Mukammal raqobat sharoitida firmaning qisqa va uzoq muddatli muvozanati, monopoliyada marjinal daromad va narx o'rtasidagi farq, shuningdek monopol hokimiyatning ijtimoiy yo'qotishlari ilmiy asosda baholandi. Tadqiqot natijalariga ko'ra, mukammal raqobat resurslarning optimal taqsimlanishini ta'minlasa-da, real iqtisodiyotda deyarli uchramaydi; monopoliya esa samarasizlikka olib kelishi bilan birga, miqyos samarasi va innovatsiyalar uchun rag'bat bo'lishi mumkin. Ushbu ikki model iqtisodiy tahlilda muhim etalon vazifasini bajaradi. Tadqiqotda qiyosiy va tizimli tahlil usullari qo'llanilgan bo'lib, natijalar bozor tuzilmalarini o'rganishda nazariy asos sifatida xizmat qiladi.

Kalit so'zlar: mukammal raqobat, monopoliya, ekstremal bozor tuzilmalari, narx belgilash, marjinal daromad, ijtimoiy yo'qotish, iqtisodiy samaradorlik.

Kirish

Zamonaviy iqtisodiyot nazariyasida bozor tuzilmalarini o'rganish markaziy o'rinlardan birini egallaydi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida firmalarning xatti-harakati,



narx shakllanishi va resurslarni taqsimlash samaradorligi bevosita bozor tuzilmasining turiga bogʻliqdir. Iqtisodiyot nazariyasida bozor tuzilmalari mukammal raqobat, monopolistik raqobat, oligopoliya va monopoliya kabi turlarga boʻlinadi. Ushbu turlar ichida mukammal raqobat va monopoliya ikki ekstremal qutbni tashkil etadi – birinchisi maksimal darajadagi raqobatni, ikkinchisi esa raqobatning toʻliq yoʻqligini ifodalaydi. Aynan shu sababli ular "ekstremal bozor tuzilmalari" deb nomlanadi.

Mukammal raqobat va monopoliyani qiyosiy oʻrganishning dolzarbligi shundaki, bu ikki model real iqtisodiyotdagi oraliq bozor tuzilmalarini (monopolistik raqobat va oligopoliyani) tahlil qilish uchun nazariy asos boʻlib xizmat qiladi. Mukammal raqobat resurslarning eng samarali taqsimlanishini koʻrsatsa, monopoliya esa bozor kuchi qanday qilib samarasizlikka olib kelishini namoyish etadi. Ushbu maqolaning maqsadi – ekstremal bozor tuzilmalari sifatida mukammal raqobat va monopoliyani qiyosiy tahlil qilish, ularning narx shakllanishi, ishlab chiqarish hajmi, samaradorlik va jamiyat farovonligiga taʼsirini oʻrganishdan iborat.

Adabiyotlar sharhi

Ilmiy adabiyotlarda mukammal raqobat va monopoliya masalalari iqtisodiyot nazariyasining klassik anʼanalaridan boshlab bugungi kungacha keng oʻrganilgan. Adam Smitning "koʻrinmas qoʻl" tamoyili raqobatli bozorlarning oʻz-oʻzini tartibga solish qobiliyatini asoslagan (Smith, 1776). Alfred Marshall talab va taklifning oʻzaro taʼsirini, qisqa va uzoq muddatli muvozanatni batafsil tahlil qilgan (Marshall, 1890). Antuan Ogyusten Kurno birinchi boʻlib monopoliyaning matematik modelini yaratgan (Cournot, 1838). Joan Robinson va Edvard Chamberlin esa monopolistik raqobat nazariyasini rivojlantirib, ekstremal modellar orasidagi oraliq holatlarni oʻrgangan (Robinson, 1933; Chamberlin, 1933).

Xorijiy iqtisodchilardan Pol Samuelson va Uilyam Nordxaus oʻzlarining darsliklarida mukammal raqobat va monopoliyani batafsil qiyoslagan. Ular monopoliyaning ijtimoiy yoʻqotishlarini grafik va matematik usulda asoslagan (Samuelson, Nordhaus, 2010). Jozef Stiglits esa nomukammal axborot sharoitida bozor mexanizmlarining cheklovlarini koʻrsatgan (Stiglitz, 2006). Oʻzbekistonlik



iqtisodchilardan Sh.Shodmonov, [T.Joʻrayev](#) oʻz darsliklarida ushbu mavzuni yoritgan (Shodmonov, Joʻrayev, 2021). Shu bois ekstremal bozor tuzilmalarini qiyosiy tahlil qilish mavzusi oʻz dolzarbligini saqlab qolmoqda.

Metodologiya

Ushbu tadqiqotda bir qator ilmiy metodlardan foydalanildi. Birinchi bosqichda mukammal raqobat va monopoliyaning nazariy asoslari **konseptual tahlil** metodi orqali izohlandi. Ikkinchi bosqichda **qiyosiy tahlil** metodi yordamida har ikkala ekstremal bozor tuzilmasining asosiy belgilari, narx belgilash mexanizmlari va samaradorlik koʻrsatkichlari solishtirildi. **Tizimli tahlil** metodi orqali bozor tuzilmalarining iqtisodiyotning boshqa elementlari bilan oʻzaro bogʻliqligi oʻrganildi. **Grafik va matematik modellashtirish** elementlaridan foydalanilgan holda firmaning qisqa va uzoq muddatli muvozanati, monopoliyada marjinal daromad va narx oʻrtasidagi farq, ijtimoiy yoʻqotishlar miqdori tahlil qilindi. **Empirik yondashuv** doirasida rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlardagi real monopoliyalar misollarida nazariy xulosalar tekshirildi. Bunday kombinatsiyalashgan metodologiya tadqiqot natijalarining ishonchliligi va asosliligini taʼminlaydi.

Tahlil va natijalar muhokamasi

Mukammal raqobat bozori deganda, iqtisodiyot nazariyasida koʻplab sotuvchi va xaridorlar ishtirok etadigan, mahsulot bir hil boʻlgan, bozorga kirish va chiqish hech qanday toʻsiqlarsiz amalga oshiriladigan hamda barcha ishtirokchilar toʻliq axborotga ega boʻlgan bozor tushuniladi. Bunday bozorda har bir firmaning ulushi shunchalik kichikki, uning individual qarorlari bozor narxiga taʼsir qila olmaydi. Shu sababli mukammal raqobat sharoitidagi firma narxni berilgan deb qabul qiladi va iqtisodiyot nazariyasida bunday firmalar "narx qabul qiluvchi" (price taker) deb ataladi.

Monopoliya bozori esa butunlay boshqacha xususiyatlarga ega. Monopoliyada bozorda faqat bitta sotuvchi faoliyat yuritadi, uning mahsuloti noyob boʻlib, yaqin oʻrnini bosuvchi tovarlar mavjud emas. Bozorga kirishda yuqori toʻsiqlar mavjud boʻlib, ular tabiiy, huquqiy yoki iqtisodiy xarakterga ega boʻlishi



Ko'rsatkichlar	Mukammal raqobat	Monopoliya
Sotuvchilar soni	Ko'plab (juda ko'p)	Bitta
Xaridorlar soni	Ko'plab	Ko'plab
Mahsulot xususiyati	Bir hil (standartlashtirilgan)	Noyob (o'rmini bosuvchisi yo'q)
Bozorga kirish shartlari	Erkin (to'siqlar yo'q)	Qiyin (yuqori to'siqlar mavjud)
Narx ustidan nazorat	Yo'q (price taker)	Bor (price maker)
Talab egri chizig'i	Gorizontal (mutlaq elastik)	Pastga nishabli
Marjinal daromad va narx	$MR = P$	$MR < P$
Qisqa muddatli muvozanat	$P = MC$	$MR = MC$
Uzoq muddatli muvozanat	$P = MC = AC$	$MR = MC, P > AC$
Iqtisodiy foyda (uzoq muddat)	Nolga teng (normal foyda)	Musbat (monopol foyda)
Ishlab chiqarish hajmi	Yuqori (Q_c)	Past (Q_m)
Narx darajasi	Past (P_c)	Yuqori (P_m)
Iqtisodiy samaradorlik	Maksimal	Past (samarasiz)
Iste'molchi ortiqchasi	Maksimal	Minimal
Ijtimoiy yo'qotish	Yo'q	Mavjud (deadweight loss)

mumkin. Monopolist o'z mahsulotiga narxni belgilash qobiliyatiga ega, ya'ni u "narx belgilovchi" (price maker) hisoblanadi.

Quyidagi 1-jadvalda mukammal raqobat va monopoliya bozor tuzilmalarining asosiy belgilari qiyosiy tahlili keltirilgan.

1-jadval

Mukammal raqobat va monopoliya bozor tuzilmalarining qiyosiy tahlili

1-jadvalga manba: Muallif tomonidan Samuelson P., Nordhaus W.

"Economics" (2010), Mankiw N.G. "Principles of Economics" (2020), Shodmonov Sh., Jo'rayev T. "Iqtisodiyot nazariyasi" (2021) kabi iqtisodiy adabiyotlar asosida tuzilgan.



1-jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, mukammal raqobat va monopoliya o'rtasida deyarli barcha ko'rsatkichlar bo'yicha tub farqlar mavjud. Mukammal raqobatda sotuvchilar soni ko'plab bo'lib, ularning hech biri narxga ta'sir o'tkaza olmaydi, monopoliyada esa faqat bitta sotuvchi mavjud. Mukammal raqobatda mahsulot bir hil, monopoliyada esa noyobdir. Mukammal raqobatda bozorga kirish va chiqish erkin, monopoliyada esa jiddiy to'siqlar mavjud. Mukammal raqobatda marjinal daromad narxga teng, monopoliyada esa marjinal daromad narxdan past. Mukammal raqobatda uzoq muddatli muvozanatda iqtisodiy foyda nolga teng bo'lsa, monopoliyada monopol foyda musbat bo'lib, uzoq muddat davomida saqlanib qolishi mumkin.

Mukammal raqobat sharoitida firmaning qisqa muddatli muvozanati marjinal xarajatning narxga tengligi sharti bilan belgilanadi. Qisqa muddatli davrda firma o'z foydasini maksimallashtirish uchun marjinal xarajat narxga teng bo'lgan hajmda ishlab chiqaradi. Agar narx marjinal xarajatsdan yuqori bo'lsa, firma ishlab chiqarishni ko'paytiradi, agar past bo'lsa, qisqartiradi. Uzoq muddatli davrda esa bozorga erkin kirish va chiqish natijasida iqtisodiy foyda nolga tenglashadi va firma faqat normal foyda oladi. Bu holatda narx marjinal xarajatga ham, o'rtacha xarajatga ham teng bo'ladi.

Monopoliyada firma o'z foydasini maksimallashtirish sharti $MR = MC$ (marjinal daromad marjinal xarajatga teng). Monopolistning marjinal daromadi har doim narxdan past bo'ladi, chunki sotish hajmini oshirish uchun u barcha birliklar bo'yicha narxni pasaytirishi kerak. Natijada monopolist tomonidan belgilanadigan narx raqobat narxidan yuqori bo'ladi, ishlab chiqarish hajmi esa raqobat bozorida past bo'ladi. Quyidagi 2-jadvalda mukammal raqobat va monopoliya sharoitida firma faoliyatining asosiy ko'rsatkichlari qiyosiy tahlili keltirilgan.

2-jadval



Mukammal raqobat va monopoliya sharoitida firma faoliyatining asosiy

Ko'rsatkichlar	Mukammal raqobat	Monopoliya
Foydani maksimallashtirish sharti	$P = MC$	$MR = MC$
Narx va marjinal xarajat nisbati	$P = MC$	$P > MC$
Ishlab chiqarish hajmi	Q_c (yuqori)	Q_m (past, $Q_m < Q_c$)
Narx darajasi	P_c (past)	P_m (yuqori, $P_m > P_c$)
O'rtacha xarajat	Minimal darajada	Minimaldan yuqori
Iqtisodiy foyda (uzoq muddat)	0 (normal foyda)	Musbat
Iste'molchi ortiqchasi	Maksimal	Minimal
Ishlab chiqaruvchi ortiqchasi	Minimal	Maksimal
Ijtimoiy farovonlik	Maksimal	Past (yo'qotishlar bor)

ko'rsatkichlari

2-jadvalga manba: Muallif tomonidan Varian H.R. "Intermediate Microeconomics" (2014) va Stiglitz J.E. "Principles of Microeconomics" (2006) kabi iqtisodiy adabiyotlar asosida tuzilgan.

Monopoliyaning asosiy salbiy oqibati – bu ijtimoiy yo'qotishlarning yuzaga kelishidir. Ijtimoiy yo'qotish (deadweight loss) deganda, raqobat bozorida amalga oshishi mumkin bo'lgan, ammo monopol tufayli amalga oshmay qolgan savdo hajmi natijasida iste'molchi va ishlab chiqaruvchi ortiqchalarining bir qismining yo'qolishi tushuniladi. Bu yo'qotishni hech kim – na iste'molchi, na ishlab chiqaruvchi, na davlat – olmaydi; u jamiyat farovonligining sof pasayishidir. Shu sababli aksariyat



mamlakatlarda monopoliyaga qarshi qonunchilik mavjud va raqobatni himoya qilish siyosati olib boriladi.

Shu bilan birga, ayrim hollarda monopoliya iqtisodiy jihatdan asosli bo'lishi mumkin. Quyidagi 3-jadvalda monopoliyaning iqtisodiy jihatdan asosli bo'lgan holatlari tahlil qilingan.

Tabiiy monopoliyalarda bir firma butun bozor talabini ikki yoki undan ortiq firmaga qaraganda arzonroq qondirish imkoniyatiga ega. Bunday hollarda raqobatni sun'iy ravishda yaratish resurslarning ortiqcha sarflanishiga olib keladi. Shuning uchun davlat bunday tarmoqlarda monopoliya mavjudligiga ruxsat beradi, lekin ularning faoliyatini narx cheklash, sifat standartlarini belgilash va subsidiyalar berish orqali tartibga soladi. Innovatsion monopoliya esa patent va mualliflik huquqi orqali vaqtincha monopoliya berilishi yangi mahsulot va texnologiyalarni yaratishga kuchli rag'bat bo'lib xizmat qiladi.

Real iqtisodiyotda mukammal raqobatga yaqin bo'lgan tarmoqlar qatoriga qishloq xo'jaligi (bug'doy, paxta, sholi bozorlari), birjada sotiladigan tovarlar (neft, gaz, metallar) hamda forex valyuta bozorini misol qilib keltirish mumkin. Monopoliyaga esa O'zbekiston temir yo'llari AJ, elektr energiyasi tarmoqlari, suv ta'minoti tizimlari, shuningdek patentlangan dori vositalarini ishlab chiqaruvchi farmatsevtika kompaniyalarini misol qilib keltirish mumkin.

Xulosa

Xulosa qilib aytganda, mukammal raqobat va monopoliya iqtisodiyot nazariyasidagi ikki ekstremal bozor tuzilmasi sifatida muhim nazariy ahamiyatga ega. Mukammal raqobat resurslarning eng samarali taqsimlanishini, ishlab chiqarish samaradorligini va iste'molchi farovonligining maksimallashtirilishini ta'minlaydi. Biroq uning barcha belgilari real iqtisodiyotda deyarli uchramaydi. Monopoliya, aksincha, bozor kuchidan kelib chiqib, narxlarni yuqori va ishlab chiqarish hajmini past darajada belgilaydi, bu esa ijtimoiy yo'qotishlarga olib keladi. Shunga qaramay, ayrim hollarda (tabiiy monopoliya, innovatsion monopoliya) monopol tuzilma samaraliroq yoki zaruriy bo'lishi mumkin.



FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Shodmonov Sh., Jo'rayev T. Iqtisodiyot nazariyasi: Darslik. – Toshkent: "Iqtisod-Moliya", 2021. – 480 b.
2. Samuelson P., Nordhaus W. Economics. 19th Edition. – McGraw-Hill, 2010. – 744 b.
3. Mankiw N.G. Principles of Economics. 9th Edition. – Cengage Learning, 2020. – 864 b.
4. Stiglitz J.E., Walsh C.E. Economics. 4th Edition. – W.W. Norton & Company, 2006. – 960 b.
5. Varian H.R. Intermediate Microeconomics: A Modern Approach. 9th Edition. – W.W. Norton & Company, 2014. – 832 p.
6. Robinson J. The Economics of Imperfect Competition. – London: Macmillan, 1933. – 352 b.
7. Tirole J. The Theory of Industrial Organization. – MIT Press, 1988. – 492 b.
8. Chamberlin E.H. The Theory of Monopolistic Competition. – Harvard University Press, 1933. – 396 b.
9. Smith A. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. – London, 1776.
10. O‘zbekiston Respublikasining "Raqobat to‘g‘risida"gi Qonuni. – 2012.