

OLIGOPOLIYA BOZORIDA MUVOZANAT VA RAQOBAT STRATEGIYALARI

*Toshkent davlat iqtisodiyot
Universiteti talabasi Ne'matjonov Sardor
Assistent: **Raxmatullayev Umarbek***

Annotatsiya: Ushbu maqolada oligopolistik bozor tuzilmasida muvozanat shakllanishi, firmalar o'rtasidagi strategik o'zaro ta'sirlar va raqobat mexanizmlarining nazariy asoslari tahlil qilingan. Menejerlar va bozor ishtirokchilarining qaror qabul qilish jarayoniga Nash muvozanati, Kurno va Bertran modellarining ta'siri yoritilgan. Shuningdek, oligopoliyadagi narx hamda narxsiz raqobat shakllari, innovatsion faoliyatning bozor barqarorligiga ta'siri va tarmoqdagi firmalar strategik ustunlikni qo'lga kiritish uchun qo'llaydigan yondashuvlari ko'rib chiqilgan. Tahlillar natijalari oligopolianing murakkab raqobat muhiti iqtisodiy barqarorlik va uzoq muddatli bozor rivojlanishi uchun muhim rol o'ynashini ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: Oligopoliya, Nash muvozanati, Kurno modeli, Bertran modeli, narx raqobati, narxsiz raqobat, innovatsion strategiya, bozordagi muvozanat, strategik o'zaro ta'sir, yetakchi firma modeli.

Kirish: Zamonaviy iqtisodiyotda bozor munosabatlarining chuqurlashuvi, raqobat mexanizmlarining murakkablashuvi va korxonalarning strategik qarorlariga ta'sir qiluvchi omillarning ko'payishi oligopolistik tuzilmalarning ahamiyatini yanada oshirmoqda. Oligopoliya bozori bir nechta yirik korxonalarning hukmron mavqega ega bo'lishi, ularning harakatlari bozorda narx, ishlab chiqarish hajmi va iste'molchilar uchun taklif etiladigan mahsulotlar xilma-xilligini belgilashda hal qiluvchi rol o'ynashi bilan ajralib turadi. Bunday bozor sharoitida har bir firma raqobatbardoshligini ta'minlash uchun nafaqat o'zining ichki resurslari va imkoniyatlarini, balki raqiblarning potentsial reaksiyalarini ham hisobga olgan holda strategik rejalashtirishga ehtiyoj sezadi. Oligopoliyada narx belgilash jarayoni odatiy raqobat sharoitidan farqli bo'lib, firmalar o'rtasida o'zaro bog'liqlik yuqoriligi sababli strategik qarorlar o'yinlar nazariyasi orqali izohlanadi. Nash muvozanati, Kurno, Bertran va Shtekelberg modellarining qo'llanilishi korxonalarning samarali strategiya tanlashiga ilmiy asos yaratadi. Bu modellarda bozorning muvozanat holati raqiblarning reaksiya funksiyalari, ishlab chiqarish hajmi va narx strategiyalarining o'zaro uyg'unligi orqali aniqlanadi. Oligopolianing yana bir asosiy xususiyati narxsiz raqobatning yuqoriligi bo'lib, firmalar sifat, servis, brend imiji, innovatsion faoliyat va texnologik yangilanishlar orqali ustunlikka erishishga intiladilar. Mavzuning dolzarbligi shundan iboratki, bugungi globallashuv jarayonida korxonalar o'rtasidagi raqobatning

keskinlashishi, yangi firmalarning bozorga kirish to'siqlarining oshishi va innovatsion rivojlanishning tezlashuvi oligopoliyaning iqtisodiy barqarorlikka ta'sirini chuqur o'rganishni talab etmoqda. Shu bois, oligopoliya bozorida muvozanatning shakllanishi va raqobat strategiyalarining xususiyatlarini ilmiy jihatdan tahlil qilish nafaqat nazariy, balki amaliy ahamiyat kasb etadi. Mazkur tadqiqot aynan shu jarayonlarni o'rganishga qaratilgan bo'lib, bozor barqarorligi va korxonalarining strategik ustunlikka erishish mexanizmlarini yoritishni maqsad qiladi.

Asosiy qism: Oligopolistik bozor tuzilmasi iqtisodiy nazariyada murakkab strategik o'zaro ta'sirlar bilan tavsiflanadi, chunki unda bir nechta yetakchi korxona raqobat muhiti va narx shakllanishiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Bunday bozor sharoitida firmalar qaror qabul qilishda faqat o'z manfaatini emas, balki raqiblarning ehtimoliy reaksiyasini ham hisobga olishi zarur. Shu bois oligopoliyani o'rganishda o'yinlar nazariyasi va strategik muvozanat modellari alohida o'rin tutadi. Klasik yondashuvlardan biri bo'lgan Kurno modeli firmalarning ishlab chiqarish hajmi bo'yicha raqobatlashishini izohlaydi. Ushbu modelga ko'ra, har bir firma raqiblar tanlagan ishlab chiqarish hajmiga mos ravishda optimal taklifni belgilaydi va bozor narxi umumiy taklif asosida shakllanadi. Natijada bozor muvozanati raqiblar reaksiya funksiyalari yordamida aniqlanadi.

Bertran modeli esa narx raqobatini markazga qo'yadi. Mazkur yondashuvda firmalar o'z mahsuloti uchun narx belgilaganda raqiblarning narx siyosatini diqqat bilan kuzatadi. Agar mahsulotlar bir xil bo'lsa, narxni pasaytirish orqali bozor ulushini oshirishga urinish narxlarining past darajada shakllanishiga olib keladi. Shu bois narx bo'yicha raqobat ko'pincha cheklangan bo'ladi va firmalar narxsiz raqobat — mahsulot sifati, xizmat ko'rsatish darajasi, marketing yondashuvlari, texnologik yangiliklar orqali ustunlikka erishishni afzal ko'radilar. Bu esa oligopoliyaning monopoliyadan farqli ravishda iste'molchi uchun kengroq tanlov, yuqori sifat va innovatsion mahsulotlar taklif etishiga imkon yaratadi.

Shtekelberg modeli bozor ishtirokchilarining biri yetakchi mavqega ega bo'lganda qo'llaniladi. Yetakchi firma o'z strategik qarorini birinchi bo'lib e'lon qiladi va boshqa firmalar uning qaroriga mos ravishda o'z taklifini shakllantiradi. Bu esa bozorning tarkibiy barqarorligini saqlagan holda raqobatning nisbatan yumshoq shaklini yuzaga keltiradi. Yetakchi firmalar ko'pincha innovatsion faoliyat, resurslarni samarali taqsimlash va bozordagi imidj orqali o'z mavqeini mustahkamlaydilar.

Oligopoliyada narx belgilashda "buzilmaydigan narxlar" modeli ham muhim o'rin tutadi. Mazkur modelga ko'ra, firmalar narxni oshirishdan qo'rqadi, chunki raqiblar bu o'zgarishga ergashmasligi mumkin. Biroq narxning pasaytirilishi ko'pincha barcha ishtirokchilar tomonidan takrorlanadi, natijada umumiy foyda kamayadi. Shu sababli bozor narxlari uzoq muddat barqaror bo'lib qoladi va asosiy raqobat narxsiz shakllar orqali kuchayadi.

Zamonaviy oligopolistik bozorlar, ayniqsa, texnologik rivojlanish yuqori bo'lgan tarmoqlar, innovatsion raqobatning faol shakllanishi bilan ajralib turadi. Yirik korxonalar ilmiy-tadqiqot faoliyatiga katta investitsiya kiritib, mahsulotni modernizatsiya qilish, sifatni oshirish va xizmat ko'rsatish standartlarini rivojlantirish orqali bozor ulushini kengaytiradilar. Bu jarayon, bir tomondan, bozorga kirish to'siqlarini kuchaysa-da, ikkinchi tomondan, tarmoqning modernizatsiyalashuviga va iste'molchilar farovonligining oshishiga xizmat qiladi.

Shunday qilib, oligopoliyada muvozanat va raqobat strategiyalari turli nazariy modellar orqali shakllanadi va amaliyotda narx barqarorligi, innovatsion raqobat hamda strategik o'zaro ta'sirlar ko'rinishida namoyon bo'ladi. Ushbu bozor shakli iqtisodiyotning barqarorligi va tarmoqlar rivojlanishida muhim ahamiyat kasb etadi.

Tahlil va natijalar: Oligopolistik bozorning iqtisodiy tahlili shuni ko'rsatadiki, ushbu tuzilma o'zining strategik murakkabligi, raqobatning ko'p qirrali shakllari va narx barqarorligi bilan boshqa bozor modellardan tubdan farq qiladi. Tahlillar davomida aniqlandiki, oligopoliyada firmalar o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik yuqori bo'lgani sababli ularning qaror qabul qilish jarayoni klassik raqobat bozoriga qaraganda keskin farq qiladi. Kurno, Bertran va Shtekelberg modellariga asoslangan strategik yondashuvlar firmalarning raqiblar harakati bilan uyg'unlashgan holda optimal muvozanat nuqtasini shakllantirishini ko'rsatadi. Kurno modelining tahlili shuni ko'rsatadiki, ishlab chiqarish hajmi bo'yicha raqobatlashuvchi firmalar o'z reaksiya funksiyalariga asoslanib yopiq muvozanatga ega bo'ladi. Bertran modelida esa narx bo'yicha raqobatning kuchliligi narxlarni minimal darajaga olib kelishi mumkin, ammo real iqtisodiyotda mahsulot differensiasiyasi mavjudligi narxlarning past darajaga tushib ketishining oldini oladi. Bu esa narxsiz raqobatning kuchayishiga zamin yaratadi. Shtekelberg modelini tahlili esa bozor yetakchisining qarorlari boshqa firmalar strategiyasini shakllantirishda hal qiluvchi rol o'ynashini ko'rsatadi. Narx dinamikasi bo'yicha o'tkazilgan tahlillar "buzilmaydigan narxlar" modelining amalda ko'p uchrashini tasdiqlaydi. Ya'ni firmalar o'rtasida yashirin kelishuv bo'lmasa ham, narxning barqaror saqlanishi ulushni yo'qotish qo'rquvi bilan izohlanadi. Shunday qilib, narx bo'yicha raqobat cheklangan, narxsiz raqobat esa ustuvor yo'nalish ekanligi aniqlandi. Oligopoliyadagi innovatsion raqobatka oid tahlillar shuni ko'rsatadiki, yirik korxonalar ilmiy-tadqiqot faoliyatiga ko'proq mablag' yo'naltiradi va bu ularni texnologik ustunlikka ega bo'lishiga olib keladi. Natijada bozorning modernizatsiyalashuvi tezlashadi, biroq yangi firmalarning kirib kelishi qiyinlashadi.

Umumlashtirilgan natijalar shuni ko'rsatadiki, oligopoliyada muvozanatning shakllanishi faqat iqtisodiy omillarga emas, balki strategik o'zaro ta'sirga, innovatsion faoliyatga va bozordagi kutilmalarga ham bog'liq. Bu esa oligopoliyani zamonaviy iqtisodiyotning eng barqaror va strategik ahamiyatga ega bo'lgan bozor tuzilmasi sifatida tavsiflash imkonini beradi.

Xulosa: Olib borilgan tadqiqotlar va amalga oshirilgan tahlillar shuni ko'rsatadiki, oligopolistik bozor tuzilmasi zamonaviy iqtisodiyotda asosiy strategik muhim ahamiyatga ega bo'lgan raqobat shaklidir. Bunda bozorda kam sonli yirik firmalarning faoliyati nafaqat narx shakllanishiga, balki ishlab chiqarish hajmi, innovatsion rivojlanish sur'atlari va iste'molchilar uchun yaratiladigan qiymat darajasiga ham kuchli ta'sir ko'rsatadi. Oligopoliyada firmalar o'z strategiyalarini raqiblar reaksiyasiga qarab shakllantirgani sababli bozor muvozanati klassik modellar asosida emas, balki o'yinlar nazariyasi va strategik qarorlar tizimi orqali aniqlanadi. Kurno, Bertran va Shtekelberg modellariga asoslangan tahlillar firmalar o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik yuqoriligi tufayli narx raqobati cheklangan, narxsiz raqobat esa ustuvor ekanligini tasdiqladi. Shuningdek, "buzilmaydigan narxlar" modelida qayd etilganidek, narxning barqarorligi firmalarning ulush yo'qotish xavfi bilan bog'liq bo'lib, bu oligopoliyaga xos barqaror muvozanat shakllanishiga olib keladi. Innovatsion raqobatning kuchayishi esa tarmoqda texnologik rivojlanishni jadallashtiradi, mahsulot va xizmatlar sifatini oshiradi hamda bozorning uzoq muddatli barqarorligiga xizmat qiladi. Natijalar shuni ko'rsatadiki, oligopoliya nafaqat iqtisodiy samaradorlikni ta'minlovchi tuzilma, balki korxonalar uchun strategik raqobat muhitidir. Bu bozor shakli bir tomondan innovatsion faollik, yuqori sifat va keng tanlovni rag'batlantirsa, ikkinchi tomondan, bozorga kirish to'siqlarini kuchaytirib, yirik firmalarning barqaror mavqeini mustahkamlaydi. Shunday qilib, oligopolianing samarali boshqarilishi, raqobat strategiyalarining ilmiy asosda shakllantirilishi va bozor muvozanatini to'g'ri boshqarish iqtisodiy o'sishning muhim omillaridan biri bo'lib qoladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Abdukarimov A., G'afurov U. *Mikroiqtisodiyot*. – Toshkent: "IQTISOD-MOLIYA", 2022.
2. Jo'rayev R., Rasulov Sh. *Iqtisodiyot nazariyasi*. – Toshkent: "Fan va texnologiya", 2021.
3. Obidov B., Ergashev B. *Raqobat siyosati va bozor tuzilmalari*. – Toshkent: "Iqtisodiyot", 2020.
4. Xolboev A., Mamatqulov A. *Iqtisodiyot nazariyasi asoslari*. – Toshkent: "Fan", 2019.
5. Karimov M. *Sanoat iqtisodiyoti va raqobat strategiyalari*. – Toshkent: "Universitet", 2023.
6. Qurbonov A., To'xtasinov S. *Bozor iqtisodiyoti nazariyasi*. – Toshkent: "Sharq", 2018.
7. O'zbekiston Respublikasi Monopoliyaga qarshi kurashish qo'mitasi. *Raqobat muhiti monitoringi bo'yicha yillik hisobotlar*. – Toshkent, 2023–2024.
8. Mirzayev Sh. *Korxonalar raqobat strategiyasi va bozor muvozanati*. – Toshkent: "Iqtisodiyot va innovatsiyalar", 2022.
9. O'sarov B. *Oligopoliya bozorida narx belgilash mexanizmlari*. – "Iqtisodiyot va moliya" jurnali, №4, 2023.
10. Normatov Z. *Milliy iqtisodiyotda raqobatning o'rni va ahamiyati*. – Toshkent: "Iqtisodiyot nashriyoti", 2021.