

MONOPOLIYANING IQTISODIY ASOSLARI VA ULARNING TURLARI

ECONOMIC FOUNDATIONS OF MONOPOLY AND ITS TYPES

Chirchiq davlat pedagogika universiteti
Pedagogika fakulteti
Menejment yoʻnalishi 24/1 guuruh talabasi
Urazbeyava Sevinchoy Toxtaboy qizi
Chirchik State Pedagogical University, Faculty of Pedagogy
Student of group 24/1, Management Direction
Urazbeyava Sevinchoy Tokhtaboy qizi

Annotatsiya: Ushbu ishda monopoliyaning iqtisodiy asosi bozor tizimidagi oʻrni tahlil qilingan. Monopoliya — bu yagona ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchining bozorni toʻliq nazorat qilishi natijasida raqobatning cheklanishi holatidir. Monopoliyalarning asosiy iqtisodiy sabablari sifatida tabiiy resurslarga egalik, texnologik ustunlik, davlat tomonidan berilgan litsenziya yoki patentlar, yirik korxonalarning iqtisodiy ustunliklari keltirilgan. Maqolada tabiiy, huquqiy (yuridik), sunʼiy (kelishilgan) va davlat monopoliya turlari yoritiladi.

Kalit soʻzlar: Monopoliya, bozor strukturalari, oligopoliya, monopsoniya, bozor kuchi, iqtisodiy samaradorlik, antimonopoliya siyosati, bozorni nazorat qilish, isteʼmolchi manfaatlari.

Аннотация: В данной работе проанализирована экономическая основа монополии и её место в рыночной системе. Монополия — это ситуация, при которой единственный производитель или продавец полностью контролирует рынок, что приводит к ограничению конкуренции. К основным экономическим причинам возникновения монополий относятся владение природными ресурсами, технологическое превосходство, лицензии или патенты, выдаваемые государством, а также экономические преимущества крупных компаний. В статье рассматриваются такие виды монополий, как

естественная, правовая (юридическая), искусственная (согласованная) и государственная.

Ключевые слова: монополия, рыночные структуры, олигополия, монопосония, рыночная власть, экономическая эффективность, антимонопольная политика, контроль рынка, интересы потребителей.

Abstract: This paper analyzes the economic basis of monopoly and its role in the market system. A monopoly is a situation in which a single producer or seller completely controls the market, leading to a restriction of competition. The main economic causes of monopolies include ownership of natural resources, technological superiority, government-issued licenses or patents, as well as the economic advantages of large companies. The article discusses the following types of monopolies: natural, legal, artificial (collusive), and state-owned.

Keywords: monopoly, market structures, oligopoly, monopsony, market power, economic efficiency, antitrust policy, market regulation, consumer interests.

Monopoliya atamasining kelib chiqishi bozorga oid tushunchalardan (ya'ni, yunoncha „monoc“ — yagona, bitta va „poleo“ — sotaman) tarkib topsada, uning iqtisodiy asoslari aslida ishlab chiqarishga borib taqaladi.

Monopoliya – монопол yuqori narxlarni o'rnatish hamda monopol yuqori foyda olish maqsadida tarmoqlar, bozorlar va yaxlit makroiqtisodiyot ustidan hukmronlikni amalga oshiruvchi yirik korxonalar (firma, korporatsiyalar)ning birlashmalari bo'lib, monopoliyalarning vujudga kelishining moddiy asosi ishlab chiqarishning to'planishi hisoblanadi.

Ishlab chiqarishning to'planishi ishlab chiqarish vositalari, ishchi kuchi hamda mahsulot ishlab chiqarish hajmining yirik korxonalarda to'planishini namoyon etadi. Asosiy sabab – olinayotgan foyda hajmining ko'payishi hisoblanadi, foydaning (qo'shimcha mahsulot) bir qismi kapitallashtirib boriladi.

Kapitalning to'planishi – bu qo'shimcha qiymatning bir qismini jamg'arish (kapitallashtirish) natijasida kapital hajmining oshishidir. Ya'ni, korxonadagi ishchilar soni, korxonaning ishlab chiqarish quvvati, qayta ishlanayotgan xom ashyo miqdori, tovar aylanmasi hajmi, foyda hajmi.

Kapitalning to'planishi kapitalning markazlashuvi jarayoni bilan yanada to'ldiriladi. Kapitalning markazlashuvi – bu bir kapital tomonidan boshqa birining qo'shib olinishi yoki bir qancha mustaqil kapitallarning aktsiyadorlik jamiyati shaklida ixtiyoriy birlashishi orqali kapital hajmining o'sishidir.

Monopoliyalarning quydagi turlari mavjud:

1. Bozorni qamrab olish darajasiga ko'ra 3 turga bo'linadi.

- a) Sof monopoliya
- b) Oligopoliya
- c) Monopsoniya

a) Sof monopoliya – bu tarmoqdagi yagona ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchining narx va ishlab chiqarish hajmini belgilashdagi yakka hukmronlik holati hisoblanadi. Masalan, O'zbekistonda sof monopoliyalar sifatida “O'zbekiston havo yo'llari” DAK, “O'zbekiston temir yo'llari” DAK, toshkent aviatsiya ishlab chiqarish birlashmasi shular jumlasidandir.

b) Oligopoliya - tarmoqdagi bir necha yirik ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchining narx va ishlab chiqarish hajmini belgilashdagi hukmronlik holati hisoblanadi. Oligopolist ishlab chiqaruvchilarga O'zbekistonda sement (asosan; Bekobod, Quvasoy, Ohangaron, Navoiy shaharlarida joylashgan), ko'mir (Angren shahri, Surxondaryo viloyatining Sariosiyo (Sharg'un) va Boysun (To'da) tumanlarida joylashgan) ishlab chiqarishni misol keltirish mumkin.

с) Монополизи — тармоqdagi ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchilar soni juda ko'p bo'lib, ular tovar yoki xizmatlarining yagona iste'molchisi yoki xaridori mavjud bo'lgan sharoitdagi yakka-hukmronlik holati hisoblanadi. Misol tariqasida dehqon va fermer xo'jaliklari tomonidan yetishtirilayotgan paxta tolasi va ularni shartnoma asosida "O'zpaxtasanoateksport" holding kompaniyasi tarkibida paxta homashyosini qabul qilish va qayta ishlashni tashkil qilish bo'yicha "O'zpaxtasanoat" aksiyadorlik jamiyati va uning hududiy filiallariga sotishini keltirishimiz mumkin. Bunda paxta yetishtiruvchilar tarmoqda cheksiz va ular tomonidan yetishtirilgan paxta homashyosini faqatgina "O'zpaxtasanoat" aksiyadorlik jamiyatiga sotishadi.

2. Monopoliyaning vujudga kelishi sababi va tavsifiga ko'ra:

a) tabiiy monopoliya:

b) legal monopoliya:

c) sun'iy monopoliya:

a) Tabiiy monopoliya - korxonaning texnologik xususiyatlari sababli mahsulotga bo'lgan talabni qondirish raqobat mavjud bo'lmagan sharoitda samaraliroq amalga oshiriluvchi tovar bozorining holatidir. Bunday samaradorlik ishlab chiqarish hajmining ko'payib borishi bilan tovar birligiga to'g'ri keluvchi xo'jalik xarajatlarning ahamiyatli darajada pasayib ketishida namoyon bo'ladi. Shu bilan birga, tabiiy monopoliya subyektlari tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlar iste'molini boshqa turdagi mahsulotlar bilan almashtirib bo'lmaydi.

b) Legal (qonuniy) monopoliya – bu qonuniy tarzda tashkil etiluvchi monopolistik holatdan iborat. Ular tarkibiga himoya qiluvchi qo'yidagi monopoliya shakllarini kiritish mumkin:

1) Patent tizimi – bu ixtirochi yoki mualliflar tomonidan yaratilgan ixtirolar, foydali modellar, sanoat namunalarini tasdiqlovchi maxsus guvohnomalar – patentlar orqali amalga oshiriladi.

2) Mualliflik huquqi – ilmiy, badiiy va san‘at asarlari, ijro san‘ati fonogrammalari, ko‘rsatuvlar, efir to‘lqini yoki kabel orqali tasvir uzatish kabilari yaratish va ulardan foydalanish munosabatlarini qonuniy tarzda tartibga solish shakli.

3) Tovar belgilari – bu savdo belgilari, nishonlari, maxsus ramzlari nomi va haqozo.

c) Sun‘iy monopoliya – monopol foyda olish maqsadida tashkil etiluvchi birlashmalarining shartli nomi. Sun‘iy monopoliyalar sindikat, kartel, trest, kontsern, konsortsium kabi aniq shakllarda namoyon bo‘ladi.

Sindikat - bir turdagi mahsulot ishlab chiqaruvchi bir necha korxonalarning birlashmasi. ishlab chiqarish vositalariga mulkchilik birlashma ishtirokchilarning o‘zida saqlanib qolgan holda, ular tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulot tashkil etilgan yagona sotish tashkiloti orqali amalga oshiriladi.

Kartel - bitta sanoat tarmoqdagi bir necha korxonalarning uyushmasi bo‘lib, uning ishtirokchilari ishlab chiqarish vositalari va mahsulotlariga o‘z mulkiy egaligini saqlab qoladi, yaratilgan mahsulotlarni sotish esa kvota, ya‘ni mahsulot ishlab chiqarish umumiy hajmidagi har bir ishtirokchining ulushi, sotish narxlari, bozorlarning bo‘lib olinishi va h.q. bo‘yicha kelishuv asosida amalga oshiriladi.

Trest – ishlab chiqarish vositalari va tayyor mahsulotga birgalikdagi mulkiy egalikni ta‘minlovchi ishlab chiqaruvchilarning yuridik shaxs ko‘rinishdagi birlashmasi.

Kontsern – rasmiy jihatdan mustaqil bo'lgan, ko'p tarmoqli korxonalar (sanoat, savdo, transport va bank turli soha korxonalari)ning majmuisi o'z ichiga oluvchi birlashma. Bunda bosh tashkilotqolgan ishtirokchilar faoliyati ustidan moliyaviy nazorat olib boradi. Hozir kontsernlar keng tarqalgan tashkilotdir.

Konsortsium – tadbirkorlarning yirik moliyaviy operatsiyalarini birgalikda amalga oshirish maqsadida birlashuvi (masalan, yirik miqyosi loyihalarga juda katta miqdorda va uzoq muddatli kredit berish yoki investitsiyalar qo'yish).

Monopoliyaning iqtisodiy taraqqiyotga ta'sir qiluvchi ijobiy va salbiy tomoni mavjud. Uning ijobiy tomoni asosan, quyidagi ikki jihat orqali namoyon bo'ladi. Birinchidan, yuqorida ta'kidlab o'tilganidek, u ma'lum tarmoqlarda nisbatan samarali amal qiladi va xarajatlar-ning tejalishiga olib keladi. Ikkinchidan, monopolist bo'lmagan, mayda, raqobatlashuvchi soha korxonalariga nisbatan monopolistik korxonalarda ishlab chiqarishga ilmiy-texnika taraqqiyoti yutuqlarini joriy etish uchun ko'proq rag'bat va imkoniyat mavjud bo'ladi. Chunki uncha yirik bo'lmagan raqobatlashuvchi korxonalarning odatda, moliyaviy jihatdan imkoniyatlari cheklangan bo'lib, ular ishlab chiqarishga yangiliklarni tatbiq etish orqali kelgusidagi daromadlarni oshirishdan ko'ra, ko'proq joriy daromadga e'tibor qaratadilar. Bundan tashqari, yangi g'oyalar raqiblar tomonidan juda tez o'zlashtirib olinadi va buning oqibatida, mazkur g'oyalarni amalga oshirish xarajatlarini bir tomon qilgani holda, uning samarasidan barcha foydalanadi. Yirik monopolistik firmalarda moliyaviy imkoniyatlar keng bo'lib, innovatsiyadan olingan foyda ularning mualliflariga tegishi aniq kafolatlanadi. Monopoliyaning salbiy tomoni sifatida quyidagi jihatlarni ko'rsatish mumkin:

1. Resurslarning oqilona taqsimlanmasligi. Bu holat monopoliyalarning yuqori foyda ketidan quvib, sun'iy ravishda ishlab chiqarishni cheklash vositasida narxlarni ko'tarishi, mahsulotlarning u qadar yaxshi bo'lmagan turlarini, past texnikaviy darajasini va sifatini hamda sotishning yomon sharoitlarini vujudga keltirishi orqali

namoyon bo'ladi. Natijada, raqobat sharoitida amal qiluvchi iqtisodiyot samaradorligini bozor vositasida tartibga solish mexanizmi ishdan chiqadi. Monopoliyalar bilan bog'liq bo'lgan iqtisodiy faoliyatlar erkin hamda oqilona tanlov imkoniyatidan mahrum bo'ladi, monopoliyalarning iqtisodiy jihatdan asoslanmagan shart-sharoit va narxlari tazyiqiga chiday olmaydi, ish faolligini pasaytirib, ba'zi hollarda xonavayron bo'ladilar. Oqibatda ishlab chiqarish qisqarib, ishsizlik va inflyatsiya o'sadi, xo'jalikning izdan chiqishi kuchayadi. Jamiyat boyligi resurslarning oqilona raqobatli-bozor taqsimoti sharoitida qo'lga kiritilishi mumkin bo'lgan miqdoriga qaraganda kamayib ketadi.

2.Daromadlardagi tengsizlikning kuchayishi. Bu holat ham narxlarning monopol tarzda oshirilishi (pasaytirilishi) hamda yuqori foyda olinishi bilan bog'liq bo'lib, bu aholining qolgan qismi daromadlarining nisbatan kamayishiga olib keladi.

3.Iqtisodiy turg'unlik va fan-texnika taraqqiyotining sekinlashuvi. Bunday holatning vujudga kelishi monopolistlarning raqobatchilar bosimini sezmasliklari hamda aksariyat hollarda yuqori foydani qo'shimcha urinishlarsiz o'zlarining bozordagi hukmronliklari hisobiga olishlari mumkin. Bu esa, ularni ishlab chiqarishni ratsionallashtirish, uning samaradorligini oshirish imkoniyatlarini qidirish, mahsulot sifatini oshirish, uning assortimentini kengaytirish, FTTni rivojlantirish va xaridorlar manfaatlari to'g'risida qayg'urish kabi xatti-harakatlardan qaytaradi.

4.Iqtisodiyotda demokratik harakatlarning to'sib qo'yilishi. Monopolistlar iqtisodiyotdagi erkin va halol raqobatga to'sqinlik qilib, nisbatan kuchsiz bo'lgan korxonalarni o'zlariga bo'ysundirishlari, jamiyatga o'z ishchilarining mehnatiga pasaytirilgan miqdorda haq to'lash, sifati past tovarlarni ishlab chiqarish, o'ta darajada oshirib yuborilgan sotish narxlari (yoki pasaytirilgan xarid narxlari), o'z mahsulotini iste'mol qilishga bilvosita usul orqali majburlash kabi o'zlarining kamsituvchi shartlarini ko'ndalang qo'yishlari mumkin. Bundan ko'rinadiki, monopolistik faoliyat iqtisodiy rivojlanishga ancha jiddiy ta'sir

ko'rsatishi, taraqqiyot yo'liga g'ov bo'lishi ham mumkin. Shunga ko'ra, bugungi kunda deyarli barcha mamlakatlar iqtisodiyotida monopoliyalarni davlat tomonidan tartibga solish chora-tadbirlari qo'llanilib, bu monopoliyaga qarshi siyosat deb ataladi. Davlatning monopoliyaga qarshi siyosati asosini monopoliyaga qarshi qonunchilik tashkil etib, u turli mamlakatlarda turli darajada rivojlangan bo'ladi.

Odatda, AQShdagi monopoliyaga qarshi qonunchilik nisbatan ilgariroq va mukammalroq ishlab chiqilgan, deb hisoblanadi. U quyidagi uch qonunchilik hujjatlariga asoslanadi:

1. Sherman qonuni (1890 yilda qabul qilingan). Bu qonun savdoni yashirin monopollashtirish, u yoki bu tarmoqdagi yakka nazoratni qo'lga olish, narxlar bo'yicha kelishuvlarni taqiqlaydi.

2. Kleyton qonuni (1914 yilda qabul qilingan). Bu qonun mahsulot sotish sohasidagi cheklovchi faoliyatlarni, narx bo'yicha kamsitish, ma'lum ko'rinishdagi birlashib ketishlar, o'zaro bog'lanib ketuvchi direktoratlar va boshqalarni taqiqlaydi.

3. Robinson-Petmen qonuni (1936 yilda qabul qilingan). Bu qonun savdo sohasidagi cheklovchi faoliyatlar, «narxlar qaychisi», narx bo'yicha kamsitishlar va boshqalarni taqiqlaydi. 1950 yilda Kleyton qonuniga Seller-Kefover tuzatishi kiritildi. Unda noqonuniy birlashib ketishlar tushunchasiga aniqlik kiritilib, aktivlarni sotib olish orqali birlashib ketish taqiqlandi. Agar Kleyton qonuni yirik firmalarning gorizontal ravishdagi birlashib ketishlariga to'siq qo'ygan bo'lsa, Seller-Kefover tuzatishi vertikal ravishdagi birlashib ketishlarga cheklov kiritdi. Iqtisodiyotda monopoliyaning o'rni iqtisodchilar va siyosatchilar o'rtasida davom etayotgan munozarali mavzudir.

Monopoliyaning afzalliklari:

1. Masshtab iqtisodlari: Monopoliyalar bozorning muhim qismini yoki butun bozorni nazorat qilish orqali katta miqyosda iqtisodiy nazoratga erishishlari mumkin. Bu shuni anglatadiki, ular mahsulot yoki xizmatlarni har bir birlik

uchun arzonroq narxda ishlab chiqarishi mumkin, bu esa kompaniya va iste'molchilar uchun potentsial xarajatlarni tejashga olib keladi.

2. Tadqiqot va ishlanmalar: yuqori daromad va bozor hukmronligi bilan monopoliyalar tadqiqot va ishlanmalarga (R&D) sarmoya kiritish uchun ko'proq resurslarga ega bo'lishi mumkin. Bu texnologik taraqqiyotga, innovatsiyalarga va jamiyatga foyda keltiradigan yangi mahsulot yoki xizmatlarning rivojlanishiga olib kelishi mumkin.

3. Bozor samaradorligi: Ba'zi hollarda monopoliyalar takrorlashini bartaraf etish va isrofgar raqobatni kamaytirish orqali bozor samaradorligiga olib kelishi mumkin. Bu operatsiyalarni soddalashtirishga, narxlarni pasaytirishga va resurslarni taqsimlashni yaxshilashga olib kelishi mumkin.

Monopoliyaning kamchiliklari:

1. Raqobatning yetishmasligi: monopoliyalar bozorning katta qismini yoki butun qismini nazorat qilish orqali raqobatni cheklaydi. Bu iste'molchilar uchun tanlovning qisqarishiga, yuqori narxlarga va past sifatli tovarlar yoki xizmatlarga olib kelishi mumkin. Monopoliyalar o'zlarining bozordagi hukmronligidan foydalanish va narxlarni belgilash yoki juda yuqori [past] narx belgilash kabi raqobatga qarshi amaliyotlar bilan shug'ullanish huquqiga ega.

2. Bozorning buzilishi: monopoliyalar bozor dinamikasini buzishi va erkin bozorning ishlashiga to'sqinlik qilishi mumkin. Ular yangi ishtirokchilarni to'xtatib qo'yishi va innovatsiyalarni bo'g'ib qo'yishi mumkin, chunki kichikroq raqobatchilar dominant o'yinchi bilan raqobatlashayapti. Bu bozorning umumiy samaradorligini pasayishiga va iqtisodiy o'sishning sekinlashishiga olib kelishi mumkin.

3. Taqsimlash samarasizligi: Monopoliyalar raqobatning yo'qligi sababli resurslarni samarali taqsimlay olmasligi mumkin. Ular ijtimoiy ehtiyojlarni qondirishdan ko'ra o'z daromadlarini maksimal darajada oshirishni birinchi

o'ringa qo'yishlari mumkin, bu esa resurslarning optimal taqsimlanishiga va bozordagi potentsial muvaffaqiyatsizlikka olib keladi.

Xulosa qilib aytganda monopoliya – bu bozorda bitta ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchining ustun mavqega ega bo‘lishi natijasida raqobatning cheklanishidir. Monopoliyaning iqtisodiy asosi – ishlab chiqarish vositalarining jamlanishi, texnologik ustunlik, tabiiy resurslarga egalik yoki davlat himoyasidir. Ular tovar narxini mustaqil belgilash va foydani maksimal darajada oshirish imkonini beradi. Monopoliyalar turlari asosan tabiiy, sun’iy (yoki ma’muriy) va huquqiy shakllarda namoyon bo‘ladi. Natijada, monopoliya iqtisodiy samaradorlikni kamaytirishi, narxlarining oshishiga va iste’molchilar tanlovining qisqarishiga olib keladi. Shu bois, davlat tomonidan monopoliyaga qarshi siyosat yuritish muhim hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

- 1.Shodmonov Sh. Iqtisodiyot nazariyasi; Darslik – “Lesson Press” nashriyoti, 2021. 768 bet. Toshkent-2021.
2. Абель Э., Бернаке Б. Макроэкономика. 5-е изд.-СПб.:Питер, 2009- 544 с.
- 3.E.Dj. Dollan, Lindsey. Makroekonomika/ [per. s angl.]-SPb.1994.
- 4.A.Razzoqov, Sh.Toshmatov .N O‘rmatov. Iqtisodiy ta’limotlar tarixi, T..”Moliya”.2002
5. Djumaev Z.A. “Makroiqtisodiyot” fanidan O‘quv-uslubiy majmua.- Toshkent: Iqtisodiyot.-2010 y. – 598 bet.
6. D.Tojiboeva. Iqtisodiyot nazariyasi; Oliy o‘quv yurtlari talabalari uchun o‘quv qo‘llanma./ Akad. M.Sharifxo‘jayevning ilmiy tahriri ostida, -T.. “O‘qituvchi” , 2002.
7. Kurs ekonomicheskoy teorii; Obshie osnovi ekonomicheskoy teorii, Mikroekonomika. Makroekonomika. Osnovi natsionalnoy ekonomiki; Uchebnoy posobie/Pod red. d.e.n., prof. A.V.Sidorovicha. –M; “Delo i Servis”,2001

8. R.Ziyodova Content, Function and types of price “Journal of science-innovative research in Uzbekistan”2024.March