Emro Science and Education
International open-access scientific journal
Journal homepage: https://journal.emro.uz
OPEN ACCESS

CONFERENCE PAPER OPEN ACCESS

Vol. 1 No. 2 (2024) · “Raqamli iqtisodiyot sharoitida moliyaning dolzarb muammolari, yechimlari va istiq... DOI: 10.5281/zenodo.24317336

Bugungi kunda juda keskin tanqidga uchrayotgan, juda qaynoq munozaralarga sabab bo’layotgan, isloh qilish bo’yicha tahlil ob’ekti va qarama-qarshi g’oyalarga ega bo’layotgan soliqlardan bo’lak islohotlarning boshqa bir yo’nalishi yo’q. Tabiiyki, ideal (benuqson) soliq tizimini jamiyatdagi iqtisodiy munosabatlarning o’ziga xos xususiyatlari, undagi yaratilgan ilmiy va ishlab chiqarish salohiyatini hisobga oluvchi muhim nazariy asos yordamidagina yaratish mumkin.

iqtisodiyotga soliq yukining darajasini kamaytirish, shuningdek, soliq solishning soddalashtirilgan va umumbelgilangan tizimi bo’yicha soliqlarni to’laydigan soliq to’lovchilar o’rtasidagi soliq yuki darajasidagi nomutanosibliklarni bartaraf etish;

soliqlarni unifikasiya qilish orqali ularning sonini optimallashtirish, shuningdek, o’xshash soliq solish bazasiga ega bo’lgan soliqlarni birlashtirish, soliq hisobotlarini qisqartirish va soddalashtirish, operasion xarajatlarni minimallashtirish;

makroiqtisodiy vaziyatning barqarorligini, davlat byudjeti va uning daromadlarini shakllantirishning mustahkamligini ta’minlash;

Foydalanilgan adabiyotlar

7. O’zbekiston Respublikasining 2021 yil 30 dekabr "2022 yil uchun O’zbekiston Respublikasi Davlat byudjeti to’g’risida"gi O’RQ-742-sonli Qonuni. https://www.lex.uz/uz/docs/5801127
8. O’zbekiston Respublikasining Soliq kodeksi. 2020 yil, 01 yanvar. https://lex.uz/docs/-4674902
9. O’zbekiston Respublikasining Budjet kodeksi. 2014 yil, 01 yanvar. https://lex.uz/docs/-2304138
10. O’zbekiston Respublikasining Fuqarolik kodeksi. 1997 yil 01 mart. https://lex.uz/docs/111189
11. Moliya: nazariy asoslar: O’quv qo’llanma / T.S.Malikov; –T.: "Iqtisod-Moliya", 2021.
12. Tilabov N.T. “Moliya” fanidan o’quv uslubiy qo’llanma

RAQOBATLASHGAN MONOPOL BOZOR, USTUN JIHATLARI VA KAMCHILIKLARI

Qurbonov Jasurbek Pozilovich
TDIU, “Mutaxassislik fanlari” kafedrasi mudiri, i.f.f.d.
Rayxona Xasanovna Xusanova
TDIU, Andijan fakulteti talabasi

Annotatsiya: Raqobat – bu ikki kishi yoki guruhning doimiy raqobatbardosh munosabatlardagi holati. Monopolistik raqobat bozori o‘zining ba’zi bir xususiyatlari bilan mukammal raqobatlashgan bozorga o‘xshaydi. Bu yerda ham harakat qiluvchi firmalar ko‘p, yangi firmalarni bozorga kirib kelishi yoki unda harakat qiluvchi

Published: 28.03.2024
Cite this article: Qurbonov Jasurbek Pozilovich, Rayxona Xasanovna Xusanova (2024). Raqobatlashgan monopol bozor, ustun jihatlari va kamchiliklari. Emro Science and Education, 1(2). https://doi.org/10.5281/zenodo.24317336
© 2024 The Author(s). Published by Emro Science and Education. This is an open access article.

firmalarning undan chiqib ketishi cheklanmagan. Shuningdek uning afzal jihatlari va kamchiliklari borasida so‘z yurutilgan.

Abstract: Rivalry is a state of constant competitive relationship between two people or groups. A monopolistically competitive market is similar to a perfectly competitive market in some of its features. There are many companies operating here, and there is no restriction on the entry of new companies into the market or the exit of existing companies. Its advantages and disadvantages are also discussed.

Аннотация: Соперничество – это состояние постоянных конкурентных отношений между двумя людьми или группами. Рынок монополистической конкуренции по некоторым своим характеристикам аналогичен рынку совершенной конкуренции. Здесь работает множество компаний, и нет никаких ограничений на вход новых компаний на рынок или выход существующих компаний. Также обсуждаются его преимущества и недостатки.

Kalit so‘zlar: bozor, monopolistik raqobat bozori, raqobat, raqobatlashgan monopol bozor, firmalar, samaradorlik, innovatsiyalar, yuqori foyda, barqarorlik, Suiste’mol qilish potentsiali, tanlovning yetishmasligi, yuqori narxlar.

Raqobat so‘zi ilmiy yo‘nalishda raqobatlashgan bozor, o‘zaro raqobatlashuvchi firmalar kabi so‘z birikmalari ko‘rinishada ko‘p duch kelganmiz. Raqobat – bu ikki kishi yoki guruhning doimiy raqobatbardosh munosabatlardagi holati. Raqobat – bu raqobatlashayotgan ikki tomon o‘rtasidagi „bir-biriga qarshi“ munosabati.

Monopolistik raqobat bozori o‘zining ba’zi bir xususiyatlari bilan mukammal raqobatlashgan bozorga o‘xshaydi. Bu yerda ham harakat qiluvchi firmalar ko‘p, yangi firmalarni bozorga kirib kelishi yoki unda harakat qiluvchi firmalarning undan chiqib ketishi cheklanmagan. Lekin bu mukammal raqobatlashgan bozordan farq qiladi. Farq shundan iboratki, monopol raqobatlashgan bozordagi mahsulot differensiallashgan, ya’ni bir xil ehtiyojni qondiruvchi tovarni har bir firma o‘ziga xos ravishda ishlab chiqarib sotadi va uning mahsuloti boshqa firmalarning mahsulotidan sifati, bezagi, tarkibi va sotuv markasi obro‘yi bilan farq qilishi mumkin. Tovarning differensiallashuvi deganda bozorda sotiladigan tovarni standartlashtirilmaganligi tushuniladi. Har bir firma o‘zining tovar markasini ishlab chiqarish bo‘yicha monopol hisoblanadi va u bozorda ma’lum darajada monopol hokimiyatga ega bo‘ladi. Firmaning monopol hokimiyati uning mahsulotining boshqa firmalar mahsulotidan qanchalik farq qilishga bog‘liq. Masalan, tish yuvish pastalari monopol raqobat bozorida sotiladigan «Kolgeyt», «Pepsodend» va «Lesnoy balzam» pastalari bir-biridan qadoqlanishi, bezagi, davolash xususiyatlari bilan bir-biridan ajralib turadi. Monopol raqobat bozorga misol sifatida tish yuvish pastasi, kir yuvish paroshogi, xar-xil chanqov bosdi ichimliklari bozorlarini, kiyim-kechak bozorini keltirish mumkin. Raqobatlashgan monopol bozor quyidagi xususiyatlari bilan xarakterlanadi: Birinchidan, firmalar differensiallashgan, bir-birini o‘rnini bosish normasi yuqori bo‘lgan, mahsulotlarini sotadi va bir-biri bilan raqobatlashadi. (Boshqacha aytganda bunday tovarlarning narxga ko‘ra elastikligi yuqori, lekin

cheksiz emas). Ikkinchidan, bozorga yangi firmalarni o‘z markasi bilan kirishi va undan faoliyat ko‘rsatayotgan firmalarni chiqishi cheklanmagan. Agar firmalarning mahsulotiga talab yetarli darajada bo‘lmay qolsa ular bozordan to‘siqsiz chiqishi mumkin. Raqobatlashgan monopol bozorning o‘ziga xos xususiyatini poyafzal va avtomobil bozorini taqqoslaganda ko‘rish mumkin. Poyafzal bozori raqobatlashgan monopol bo‘lsa yengil avtomobil bozori oligopolik bozor sifatida xarakterlanadi. Agar, poyafzal bozorida foyda yuqori bo‘lsa, boshqa firmalar yangi poyafzal ishlab chiqarish o‘z markasi bilan bozorga kirish uchun kerakli bo‘lgan mablag‘ni sarflashi ular uchun katta qiyinchilik tug‘dirmaydi. Avtomobil bozoridagi avtomobillar ham differensiyallashgan (ya’ni uning turlari ko‘p). Lekin, bu bozorga yangi firmalarning kirib kelishiga masshtab samarasi katta qiyinchilik tug‘diradi. Nima uchun deganda samarali miqdordagi avtomobillarni ishlab chiqarish uchun juda katta mablag‘ talab qilinadi. Uchinchidan, bozorda nisbatan katta miqdordagi firmalar faoliyat ko‘rsatadi va ularning har biri sotiladigan umumiy turdagi tovarga bo‘lgan bozor talabining ma’lum darajadagi ulushini qanoatlantiradi. To‘rtinchidan, firmalar o‘z mahsulotlariga narx belgilashda va sotish hajmini aniqlashda raqiblarining aks harakatlarini e’tiborga olmaydilar. Masalan, biror sotuvchi o‘z mahsuloti narxini 20 % ga tushursa uning mahsulot sotish hajmi oshadi va oshish alohida bir firma hisobidan emas, balki ko‘p firma hisobidan sotiladi, lekin bu siyosatning boshqa bir raqib firmaning bozordagi ulushini keskin qisqartirib yuborishi ehtimoli nihoyatda kichikdir. Shuning uchun ham raqobatchi firmalar birinchi firmaning narx siyosatiga nisbatan biror chora ko‘rmaydi va bu siyosat kuchli ta’sir qilmaydi.

Raqobatbardosh monopoliya bozorining afzalliklari:

- Samaradorlik: Monopoliya bozorlari miqyosda iqtisodga olib kelishi mumkin, bu esa ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishga va iste’molchilar uchun narxlarni pasaytirishga olib keladi.
- Innovatsiyalar: Raqobatchilarsiz monopoliyalar ilmiy-tadqiqot va ishlanmalarga ko‘proq sarmoya kiritish imkoniyatiga ega bo‘lib, texnologik taraqqiyot va innovatsiyalarga olib keladi.
- Yuqori foyda: Monopoliyalar bozordagi qudrati va raqobatning yo‘qligi tufayli yuqori daromad olish imkoniyatiga ega.
- Barqarorlik: Monopoliyalar bozorda barqarorlikni bashorat qilinadigan narxlar va tovarlar yoki xizmatlarning doimiy mavjudligi bilan ta’minlashi mumkin.

Raqobatbardosh monopoliya bozorining kamchiliklari:

- Yuqori narxlar: raqobatsiz monopoliyalar iste’molchilarga yuqori narxlarni qo‘yishi mumkin, bu esa sotib olish imkoniyati va iste’molchilar farovonligini pasayishiga olib keladi.

- Tanlovning etishmasligi: monopoliyalar iste’molchilarning tanlovini cheklaydi, chunki ular ma’lum bir mahsulot yoki xizmatning yagona provayderi bo‘lib, iste’molchilar uchun imkoniyatlarni kamaytiradi.
- Suiste’mol qilish potentsiali: Monopoliyalar iste’molchilar va boshqa bizneslarga zarar etkazadigan narxlarni belgilash yoki taklifni cheklash kabi raqobatga qarshi amaliyotlarni qo‘llash orqali o‘z bozor hokimiyatini suiiste’mol qilish imkoniyatiga ega.
- Innovatsiyalar uchun rag‘batning kamayishi: raqobatning kamligi yoki umuman bo‘lmaganligi sababli monopoliyalar innovatsiyalar kiritish va o‘z takliflarini yaxshilash uchun bosimning pasayishiga duch kelishi mumkin, bu esa taraqqiyotni bo‘g‘ib, iste’molchi manfaatlarini cheklashi mumkin.

Ushbu afzalliklar va kamchiliklar monopoliya bozorining o‘ziga xos sharoitlariga qarab farq qilishi mumkinligini ta’kidlash muhimdir.

Xulosa qilib aytadigan bo‘lsak, raqobatbardosh monopoliya bozorining afzalliklari ham, kamchiliklari ham bo‘lishi mumkin. Ijobiy tomoni shundaki, monopoliyalar samaradorlik va miqyosda tejamkorlikka erishishi, innovatsiyalarga sarmoya kiritishi, barqaror narxlarni saqlab turishi, patentlar va intellektual mulkni himoya qilishi mumkin. Biroq, iste’molchilarning cheklangan tanlovi, yuqori narxlar, potentsial pasaygan sifat va yangi korxonalarga kirish uchun to‘siqlar kabi kamchiliklar ham mavjud. Raqobatbardosh monopoliya bozorining umumiy ta’sirini baholashda ushbu omillarni tortish va muayyan soha va kontekstni hisobga olish muhim belgi hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Pindayk Robert. Mikroiqtisod: Inglizchadan qisqartirib tarjima qilingan/ Pindayk Robert, Rubinfeld Daniel. – T.; 2002.
2. E.Egamberdiev. Mikroiqtisodiyot. O‘quv qo‘llanma. T.: 2005 y.
3. Bakieva I, Nazarova G. “Makroiqtisodiyot” fanidan seminar darslari uchun uslubiy qo‘llanma. T: "IQTISOD - MOLIYA", 2015 -225 b
4.Vikipediya.uz
5. www. http://el.tfi.uz/pdf/mddj22.uzk.pdf - Toshkent moliya instituti elektron kutubxonasi.

ISHLAB CHIQARISH HAJMI SAMARASIGA KO’RA FIRMANING OPTIMAL O’LCHAMINI ANIQLASH

Qurbonov Jasurbek Pozilovich
TDIU, Andijon fakulteti, “Mutaxasislik fanlari” kafedrasi dotsenti, PhD
Qodirova Gulnoza
TDIU, Andijon fakulteti “Axborot tizimlari va