

## MONOPOL SHAROITDA NARX BELGILASH VA MONOPOL HOKIMIYAT KO'RSATKICHLARINI PASAYTIRISH

	<p style="text-align: center;"><i>Xudoyberdiyeva Olima Otabekovna</i> <i>QarDu, Iqtisodiyot yo'nalishi 1-bosqich talabasi</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Yaxshiqulova Moxinur</i> <i>Ilmiy rahbar, QarDu Iqtisodiyot Kafedrasi o'qituvchisi</i></p>
--	--

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada hozirgi kundagi monopol sharoitda narx belgilash va monopol hokimiyat ko'rsatkichlarini pasaytirishdagi muammolar va unga takliflar keltirilgan.

**Kalit so'zlar:** Monopoliya, monopol hokimiyat, monopolist, brend, iqtisodiyot, antimonopoliya, narx belgilash.

Monopoliya so'zi Yunoncha so'z "monos polein" degan so'zdan olingan bo'lib, faqat o'zi sotish degan ma'noni anglatadi, yagona sotuvchi monopolist deb ataladi.

Monopoliya bu muayyan tovar yoki xizmatni ishlab chiqaruvchi yoki boshqaruvchi korxonada boshqa barcha potensial raqobatchilarni olib tashlash orqali bozorni nazorat qiladi. Kerakli miqdorlarni yetkazib beradigan narxni monopolistning o'zi belgilaydi. Monopolist talab qilinadigan miqdorlarni ta'minlash uchun narxlarni o'zi belgilaydi. Lekin bu yerda monopoliyaning talab bilan bog'liq xususiyatlarini alohida ta'kidlash lozim: monopoliyaning qondirayotgan talabi - nazariy jihatdan - butun bozor hajmi bilan teng bo'ladi (ya'ni, bunday sharoitlarda talab o'zgarmas bo'ladi va narxga bog'liq ravishda kamayuvchi funksiyani tashkil qiladi). Bu talab aynan o'sha mahsulot uchun mo'ljallangan<sup>1</sup>.

Eng muhim holat shuki narx jihatdan faqatgina monopolist qaror qabul qila oladi va boshqara oladi.

Brend monopoliyasi degan tushuncha ham bor. Bu turdagi monopoliyalar mahsulot monopoliyasidan farq qiladi, chunki bozor mahsulotlaridagi farqni aynan brend belgilab beradi. Monopolistik raqobat nazariyasi raqobat va monopoliyaning haqiqatda bir-biriga chambarchas bog'liq emasligi g'oyasiga asoslanadi. Bu nuqtada, mahsulotlarning o'zaro almashtirish darajasi (substitutsiya darajasi) juda muhim. Buning uchun mahsulotlar yaqin o'rinbosarlarga ega bo'lmasligi kerak, shunda iste'molchilar diqqatini boshqa mahsulotlarga qaratish imkoniga ega bo'lmaydi<sup>2</sup>.

Daromadni maksimal darajada oshirish qoidasi bajariladi, chunki ishlab chiqaruvchi o'z uchun eng foydali ishlab chiqarish hajmini belgilaydi va shu bilan birga narxni ham nazorat qiladi. Ammo ishlab chiqaruvchi shuni anglaydiki, mahsulotni kamroq miqdorda, lekin yuqoriroq narxda sotish unga ko'proq foyda keltirmaydi. Aksincha, monopoliyaning foydani oshirishga qaratilgan harakatlari jamiyatning

<sup>1</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/Monopoly\\_price](https://en.wikipedia.org/wiki/Monopoly_price)

<sup>2</sup> [https://newoeconomica.uab.ro/up/AUASO/articles/the\\_powers\\_mechanism\\_of\\_a\\_monopoly\\_in\\_a\\_market\\_economy-article-663b149fc7364.pdf](https://newoeconomica.uab.ro/up/AUASO/articles/the_powers_mechanism_of_a_monopoly_in_a_market_economy-article-663b149fc7364.pdf)



umumiy farovonligini pasaytiradi. Shuning uchun ham monopoliya mahalliy sotuvchilarga talaygina muammo tug'diradi.

Monopoliya vaqtinchalik ham bo'lishi mumkin. Bu holat bozorga yangi mahsulotni taklif qilayotgan korxonalar misolida ko'rinadi. Bunday vaziyatda korxonalar vaqtincha monopolistik mavqega ega bo'ladi. Bu mavqe boshqa kompaniyalar ushbu mahsulotga o'xshash yoki uni almashtiruvchi mahsulotlar ishlab chiqarganida ham darhol yo'qolib ketmaydi. Innovatsion kompaniya bozorda monopol kuchga ega bo'ladi, lekin bu kuch imitatsiya mahsulotlari bozorga kirib kelgan sari susayib boradi. Aynan shu sababli, bugungi kunda kompaniyalar ilmiy tadqiqot va rivojlanishni o'z faoliyatining ajralmas qismi sifatida ko'radilar. Ilmiy tadqiqot va rivojlanish — bu innovatsiya, innovatsiya esa kompaniyaga ma'lum vaqt davomida monopol kuch beradi.

Agar o'z mamlakatimiz ya'ni O'zbekiston haqida gap olib borsak O'zbekistonda ham Monopoliya mavjud bo'lgan sohalar talaygina. Misol uchun: Energetika va Yoqilg'I sohasidagi monopoliya. Bu sohada monopoliya juda yirik hisoblanadi chunki O'zbekistonda 2 ta asosiy gaz ta'minoti mavjud bular "O'zbek NefteGaz" va "Hududgaz Ta'minot".

"O'zbekneftgaz"-Bu davlat kompaniyasi gaz qazib olish, qayta ishlash va iste'molchilarga yetkazib berish bo'yicha monopol mavqega ega.

Ichki bozor gaz ta'minoti asosan ushbu korxonalar tomonidan amalga oshiriladi, shu jumladan aholi va sanoat ehtiyojlarini qondirish.

"Hududgaz ta'minot"-Bu korxonalar ichki bozor iste'molchilariga tabiiy gaz yetkazib berish va uning taqsimoti bilan shug'ullanadi.

Monopoliya tufayli kelib chiqqan talaygina muammolar bor . Bular:

Gaz yetishmovchiligi:

Qishda ko'pincha gaz ta'minotida uzilishlar kuzatiladi, bu ayniqsa aholi orasida norozilikka sabab bo'ladi. Ichki iste'molchilar uchun gaz yetkazib berishda uzilishlar ko'pincha eksportga yo'naltirilgan gaz hajmi ortib ketgani bilan bog'liq.

Elektr energiyasi ishlab chiqarish va taqsimoti ham davlatning nazorati ostida bo'lib, bu sohada ham monopolistik elementlar mavjud. "O'zbekenergo". Ilgari elektr energiyasi ishlab chiqarish va taqsimotida to'liq monopol mavqega ega edi.

Hozir ushbu tizim isloh qilinib, ishlab chiqarish va taqsimot bir nechta bo'limlarga ajratilgan: Elektr energiyasi ishlab chiqarish: "Issiqlik elektr stansiyalari" Elektr energiyasi taqsimoti: "Hududiy elektr tarmoqlari"

Elektr Energiya sohasida ham talaygina o'xshash muammolar mavjud. Bular: Qishda elektr energiyasi ta'minotida uzilishlar kuzatiladi, ayniqsa qishloq joylarda. Energiya tarmoqlarining texnik holati va taqsimot tizimining eskirganligi uzilishlarga olib keladi.

Elektr energiyasi narxi davlat tomonidan nazorat qilinadi, bu esa bozorga xususiy investorlarni jalb qilishni qiyinlashtiradi. Ko'pincha subsidiyalar tufayli energiya tannarxidan past narxda sotiladi, bu esa samaradorlikni pasaytiradi. Elektr energiyasini ishlab chiqarish va tarmoqni modernizatsiya qilishga yetarli darajada investitsiyalar kiritilmaydi.

Yuqorida keltirilgan muammolarga to'g'ri keladigan yechimlarni keyingi paragraflarda berib o'taman.



Monopoliya muammolarini eng yaxshi hal qilish yo‘llaridan biri bozor raqobatini oshirishdir. Bu, xususan, quyidagilarni o‘z ichiga oladi:

**1.Bozorni ochish va yangi ishtirokchilarni jalb qilish:**

Bozorda monopoliya mavjud bo‘lsa, davlat yangi ishtirokchilarni jalb qilish uchun litsenziyalar va imtiyozlar berishi kerak. Bu esa monopolistning bozordagi hukmronligini pasaytirishga yordam beradi.

**2.Xususiylashtirish va bozorni erkinlashtirish:**

Davlat monopoliyalari bo‘lgan sohalarda xususiylashtirish jarayonlarini kuchaytirish, raqobatni rivojlantirish va bozorni erkinlashtirish kerak. Masalan, davlat korxonalarini xususiy sektorga o‘tkazish va yangi investorlarni jalb qilish monopolistik holatni kamaytiradi.

Keyingi va eng muhim usuli bu antimonopolistik qonunlarni ishlatish.Bu quyidagilarni ichga oladi:

**Monopolistik kelishuvlar va kartellarni taqiqlash:**

Monopolistlarning o‘zaro kelishuvlar va kartellar tuzishini oldini olish uchun qonuniy cheklavlar kuchaytirilishi kerak. Kartellar bozorni manipulyatsiya qilish va narxlarni sun‘iy ravishda oshirishga olib kelishi mumkin, shuning uchun buni taqiqlash kerak.

**Monopolistik kuchni pasaytirish:**

Antimonopoliya organlari monopolistlarni doimiy ravishda nazorat qilishlari va ularning bozordagi hukmronligini pasaytirish uchun chora-tadbirlar ko‘rishlari lozim. Masalan, agar monopolist bozorning ma‘lum qismini egallab olsa, bu kuchni cheklash uchun ta‘sirchan choralar qo‘llanilishi kerak.

Narxlarni tartibga solish ham juda muhim.Monopoliyalar narxlarni sun‘iy ravishda oshirishi yoki o‘z foydasini ko‘paytirish uchun narx siyosatini manipulyatsiya qilishi mumkin. Bunday holatni oldini olish uchun narxlarni tartibga solish zarur.Ba‘zi sohalarda narxlarni davlat tomonidan tartibga solish orqali monopolistik narxlar pasaytirilishi mumkin. Bu, ayniqsa, muhim ijtimoiy mahsulotlar va xizmatlar (masalan, elektr energiyasi, gaz va suv) bo‘yicha qo‘llanilishi lozim.

**Foydalanilgan adabiyotlar:**

1. [https://en.wikipedia.org/wiki/Monopoly\\_price](https://en.wikipedia.org/wiki/Monopoly_price)
2. [https://newoeconomica.uab.ro/up/AUASO/articles/the\\_powers\\_mechanism\\_of\\_a\\_monopoly\\_in\\_a\\_market\\_economy-article-663b149fc7364.pdf](https://newoeconomica.uab.ro/up/AUASO/articles/the_powers_mechanism_of_a_monopoly_in_a_market_economy-article-663b149fc7364.pdf)
3. Джумаева Г. Ж., Яхшикулова М. Т. (2023). АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ ОРГАНИЗАЦИИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА В АКЦИОНЕРНЫХ КОМПАНИЯХ. Образовательные исследования в области универсальных наук, 2(3), 764-769.
4. Хайриддинов, S. (2024). Oliy ta‘lim muassasalarida moliyaviy mablag ‘lardan samarali foydalanishga xizmat qiluvchi zamonaviy va istiqbolga mo ‘ljallangan huquqiy asoslarning yaratilganligi to ‘g ‘risida.

