

ANTIMONOPOL SIYOSAT: SOG'LOM RAQOBAT MUHITINI YARATISHNING IQTISODIY AHAMIYATI.

Ergashova Zebiniso – JDPI, Maktab menejmenti yo'nalishi 1-kurs talabasi
Ilmiy raxbar. Usmonov A. J, Maktab menejmenti kafedrasi katta o'qituvchisi

Annotatsiya: Ushbu maqolada monopoliya haqida va uning salbiy, ijobiy tomonlari, shuningdek dunyoga mashhur monopol kompaniyalari haqida ma'lumotlar keltirib o'tilgan.

Kalit so'zlar: monopoliya, marginal narx, monopol bozor, sindikat, kerosin bozor, mehnat unumdorligi, raqobat, ustama foyda, ishlab chiqarish, tashqi siyosat, ichki siyosat

Monopoliya haqida so'z yuritishdan avval bu so'zning asl ma'nosiga e'tiborimizni qaratsak, Monopoliya yunoncha so'zdan olingan bo'lib, "monos" yakka, tanho "poleos" sotaman degan ma'nolarni anglatadi. Demak, monopoliya bozorda yakka sotaman degan ma'noni berar ekan. Monopoliya bozor tushunchalari bilan bog'liqdir. Monopol bozor bu tanho yoki ozchilik ishlab chiqaruvchilar yoki iste'molchilarning hukmronligi, ya'ni hokimiyati mavjud bozordir. Bu holatda narxni shakllantiruvchi omillar cheklangan holda amal qiladi. Monopoliyaning sof monopoliya, oligopoliya va monosopiya kabi turlarini bozorni qamrab olish darajasiga qarab ajratishimiz mumkin.

Sof monopoliya bozorida yakka hokim birgina firma yoki korxonaga bo'lib, tovar taklifini bozorga faqatgina u beradi. Narxni ham yakka o'zi belgilaydi.

Oligopoliyada esa bozorda bir nechta yirik ishlab chiqaruvchi kompaniya yoki sotuvchining narx va ishlab chiqarish hajmini belgilashdagi hukmronliklari tushuniladi.

Monosopiya-bu tarmoqdagi ishlab chiqaruvchi kompaniya yoki sotuvchilar sonining ko'p bo'lishi, ular tovar yoki xizmatlarining yagona iste'molchisi yoki xaridori mavjud bo'lgan sharoitdagi yakka hukmronlik holatidir.

Monopol taklif etgan tovarning narxi qanchalik yuqori bo'lsa ham xaridor sotib olishga majbur. Sababi, bozorda undan boshqa hech kim bu tovar taklifi bilan chiqmagan. Masalan, aholini gaz, ko'mir, oziq-ovqat, kiyim bilan ta'minlaydigan yagona kompaniya narxni o'zi xohlaganicha belgilaydi. Shu o'rinda aytish joizki, dunyoga mashhur ko'plab monopol kompaniyalar, jumladan Rokfeller (AQSH) va Rotshildlar (Buyuk Britaniya, Fransiya) jahonning kerosin bozorini bo'lib olishgan va monopol bozorda mustahkam o'ringa ega bo'lishgan. 1893-yilda Germaniyada tashkil topgan Reyn-Vestfaliya ko'mir sindikati mamalakatda qazib olinadigan va sotiladigan ko'mirning asosiy qismini o'z qo'lida to'plangan.

1907-yilda esa, g'oyat ulkan monopoliyalar "Umumiy elektr kompaniyasi" (AQSH) bilan "Umumiy elektr jamiyati" (Germaniya) o'rtasida ham jahon elektr bozorini bo'lib olishda shartnoma tuzilgan. XIX asr oxirida Germaniyada

monopoliyalar soni 250 tadan ortiq bo'lgan bo'lgan bo'lsa, AQSH da esa 185 ta monopoliya faoliyat ko'rsatgan.

Monopol kompaniyalar doimo ustama foyda olishga intilishadi. Biror bir tovarning marginal narxi 290 dollar bo'lsa va shu narxda tovar sotilsa kompaniya 10 dollar foyda ko'radi. Chunki tovarning o'rtacha xarajati 280 dollar. Bu hamma qatori olinadigan foydadir.

Ammo monopol kompaniya narxni 300 dollar deb belgilab 10 dollar ustama foyda ko'radi. Buning barchasi bozorda uning raqobatchisi bo'lmagani sabablidir. Agarda raqobat bo'lganda edi, kompaniya narxni oshirmay, balki xaridorni jalb qilish ya'ni pulini olish uchun narxni tushurishga harakat qilar edi.

Monopoliyada narxlar yuqori darajada bo'lib, xaridorlarga qulayliklar yaratilmaydi ammo, monopoliya ham xarid qobiliyatini hisobga olishga majbur. Agarda u narxning ma'lum chegarasidan o'tib ketsa, bozor yuqori narxni ko'tarmaydi va foyda kamayib ketishi kuzatiladi. Monopoliyalarning vujudga kelishining ijobiy tomoni sifatida, ishlab chiqarishga yangi texnika-texnologiyalarni joriy etish hamda mehnat unumdorligining oshishini keltirib o'tsak bo'ladi. Shu o'rinda aytish kerakki, monopoliyada ozchilik guruhning qo'lida katta miqdorda boylik to'planadi va ular bu orqali mamlakatning ichki va tashqi siyosatiga ham o'z ta'sirini o'tkaza oladi. Shuning uchun ham AQSH monopoliyachilarini "Amerikaning tojsiz qirollari" deb atashgan.

Butun dunyo mamlakatlari tajribasiga ko'ra, Monopoliyaga qarshi qonunchilik, bir qancha yo'nalishlar bo'yicha shakllangan. Quyida ushbu yo'nalishlar keltirib o'tilgan:

Birinchidan, ishlab chiqarishni ya'ni tarmoqni boshqaruvchi qonunlar. Bunga ko'ra, hech qaysi korxonaga biron bir turdagi mahsulot ishlab chiqarishning yarmidan ortig'ini nazorat qila olmaydi. Ularga bunday huquq berilmaydi.

Ikkinchidan, barcha yirik korxonaga yoki korporatsiya ishtirokchilari, boshqa bir korxonaga yoki korporatsiya aksiyalariga ma'lum cheklangan miqdorda ega bo'la olishadi. Ma'lum cheklangan miqdoridan ortig'iga ega bo'la olmasliklari belgilab qo'yiladi.

Uchinchidan, narxlarni bozor muvozanatidan belgilangan darajadan yuqori turishini yoki aksincha past turishini, narx ustidan kelishib olishni ta'qiqlovchi kartellarta qarshi qonunlar joriy qilinadi.

Davlatlarning monopoliyalarga qarshi o'tkazayotgan siyosati milliy iqtisodiyotida raqobat oldindan shakllanib bo'lgan davlatlarda raqobatchilik muhitini yaratish va rivojlantirishga qaratilgan. Monopoliyani tartibga solish murakkab jarayon bo'lishiga qaramay, Yurtimizda unga qarshi chora tadbirlar ya'ni monopoliyani cheklash va monopoliyadan chiqarish bir-biri bilan uzviy olib borilmoqda. Bunga misol qilib, O'zbekiston Respublikasi Monopoliyaga qarshi kurashish qo'mitasi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 14-yanvardagi № PF-5630-sonli "Davlat aktivlarini boshqarish, monopoliyaga qarshi kurashishni tartibga solish tizimini va kapital bozorini tubdan takomillashtirish chora – tadbirlari to'g'risida" gi Farmonini keltirib o'tsak o'rinli bo'ladi. Bu farmonga ko'ra belgilangan vazifa, funksiyalar o'z vaqtida bajarilsa ko'zlangan maqsadga albatta yetiladi. Monopoliya raqobatni o'ldiradi, shuning uchun ham

monopoliya cheklangan va uning ustidan qat'iy nazorat o'rnatilgan. Davlat uchun xaridorlar uchun foydalisi bu monopol bozor emas, balki raqobat bilan olib boriladigan bozordir.

Yurtimizda raqobatchilik muhitini shakllantirishga qaratilgan siyosatida asosiy o'rinni xususiylashtirish, davlat mulki hisobidan mulkchilikning turli shakllarini vujudga keltirish egallaydi. Xususiylashtirish orqali birinchidan, mulk o'z egalariga topshiriladi. Ikkinchidan, ko'p ukladli iqtisodiyot va raqobatchilik shakllanadi. Bozor iqtisodiyotiga o'tish davrida raqobatning asosiy usullaridan biri narx bo'ladi va shu sababli narxlarni erkin qo'yib yuborish raqobat muhitini vujudga keltirishning asosiy shartidir. Shu sababli Yurtimizda 1992-yil 3-avgustda "Monopolistik faoliyatni cheklash to'g'risida"gi qonun qabul qilindi va bu qonunga asoslanib raqobatchilikni rivojlantirishga qaratilgan bir qancha normativ hujjatlar ishlab chiqilgan. Unga ko'ra, bozorda ataylab taqchilikni paydo qilish, narxlarni monopollashtirish, raqobatchilarning bozorda o'z o'rniga ega bo'lishiga va bozorga kirib borishi uchun qilayotgan harakatlariga to'sqinlik qilish, raqobatning g'irrom usullaridan foydalanish ta'qiqlandi.

Hozirgi kunda yurtimida agrar korxonada ishlab chiqarilgan muayyan mahsulotlar, bozoridagi shu turdagi mahsulotning 35% dan ortiq bo'lsa, korxonada Davlat reyestriga monopolistik korxonalar sifatida ro'yxatga olinadi. Ro'yxatga olingan korxonalarning bozordagi o'rnini tartibga solishda bir nechta usullardan foydalaniladi. a) monopol mavqeyiga ega bo'lgan mahsulot narxlarning eng yuqori darajasini yoki rentabellik chegarasini belgilash. b) monopolik birlashmalarni bo'lib tashlash yoki maydalashtirish.

Hozirgi bozor iqtisodiyotida raqobatning asosiy vasifalari sifatida quyidagilarni keltirib o'tishimiz mumkin:

- 1 Tartibga solish vazifasi
- 2 Resurslarni joylashtirish vazifasi
- 3 Innovatsion vazifasi
- 4 Moslashtirish vazifasi
- 5 Taqsimlash vazifasi
- 6 Nazorat qilish vazifasi

Vatanimiz mustaqilligining dastlabki kunlaridanoq Respublikamiz iqtisodiyotida raqobat muhitini yaratish, shakllantirish, rivojlantirish va uni himoya qilishga davlat siyosati darajasidagi ustuvor yo'nalishlar qatorida qaraldi. Shuningdek, iqtisodiy raqobatni rivojlantirish uchun zarur shart – sharoitlar yaratildi. Raqobat bor joyda iqtisodiy jihatdan o'sish bo'ladi, yangi korxonalar, tadbirkorlikning turli xildagi sub'ektlari paydo bo'lishi natijasida, yangi innovatsiyalar yaratiladi. Ko'plab ishsizlar ish bilan ta'minlanadi. Har kim o'zining shaxsiy tadbirkorlik faoliyatini yuritmoqda. Bu orqali xalq boy bo'ladi. Birinchi Prezidentimiz aytganlaridek "Xalq boy bo'lsa, davlat ham boy bo'ladi".

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Botirov Bakhtiyor Fayzullaevich, & Usmanov Azamat Juraboevich. (2020). MELON IN UZBEKISTAN - ECONOMIC EFFECTIVENESS OF INTRODUCTION OF "MELON, WATERMELON SYRUP", "WATERMELON HONEY", "MANGO" BEVERAGE FROM WATERMELONS.

- INTERNATIONAL JOURNAL OF DISCOURSE ON INNOVATION, INTEGRATION AND EDUCATION, 1(4), 136-138. Retrieved from <http://summusjournals.uz/index.php/ijdiie/article/view/325>
2. Usmanov, A. (2020). ЎЗБЕКИСТОН БЕТАКРОП ТУРИСТИК МАМЛАКАТ: ТАРИХИЙ ДАЛИЛЛАР, ИМКОНИЯТ ВА ИСТИҚБОЛ 27-32 bet. Архив Научных Публикаций JSPI, 1(13), 1–143. извлечено от https://science.i-edu.uz/index.php/archive_jspi/article/view/3415
3. B. F. Botirov, J. Usmonov, & R. I. Ablyakimova. (2021). Organization Of Tourism Services In Uzbekistan Based On The Combination Of National Styles And Modern Innovations . INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND CURRENT RESEARCH CONFERENCES, 53–57. Retrieved from <https://usajournalshub.com/conferences/index.php/isrcr/article/view/66>
4. Usmonov, AJ (2021). Iqtisodiy ta'limning tarbiyaviy ahamiyati. American Journal of Social Science and Education Innovations , 3 (01), 105-109. <https://doi.org/10.37547/tajssei/Volume03Issue01-20>
5. Ablyakimova, R. (2020). VIEW AND THEORIES ON FACTORS INFLUENCING MANAGEMENT DECISION-MAKING. Архив Научных Публикаций JSPI, 11(1). извлечено от https://science.i-edu.uz/index.php/archive_jspi/article/view/1052
6. Alimova, Q. (2021). ZAMONAVIY MENEJER FAOLIYATI. Журнал Педагогики и психологии в современном образовании, 1(1). извлечено от <https://ppmedu.jspi.uz/index.php/ppmedu/article/view/920>
7. Alimova Kunduz Oybek qizi, & Toshboyeva Hulkar Mirzaboy qizi. (2021). ISSUES OF ETHICS AND ETHICS IN THE CHILDHOOD OF HAZRAT SHAIKH MUHAMMAD SADIQ MUHAMMAD YUSUF. JournalNX - A Multidisciplinary Peer Reviewed Journal, 93–95. Retrieved from <https://repo.journalnx.com/index.php/nx/article/view/1227>
8. Alimova, Q. (2021). TA'LIM TIZIMIDA INNOVATSIYA JARAYONLARINI BOSHQARISH. Jizzax innovatsion ta'limi , 1 (1). <https://ruslit.jspi.uz/index.php/education/article/view/564>
9. Alimova, Q. (2021). УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ. Джизакское инновационное образование, 1(1). извлечено от <https://education.jspi.uz/index.php/education/article/view/564>
10. Alimova, Q. (2020). Farzand tarbiyalashda ota-onalarning asosiy xatolari. Журнал Педагогики и психологии в современном образовании, 1(1). извлечено от <https://ppmedu.jspi.uz/index.php/ppmedu/article/view/436>
11. Alimova Kunduz Oybek qizi, & Nazarov Toshpolat Boshbek ogli. (2020). WAYS TO ACHIEVE SUCCESS IN EDUCATION. INTERNATIONAL JOURNAL OF DISCOURSE ON INNOVATION, INTEGRATION AND EDUCATION, 1(4), 204-205. Retrieved from