MONOPOLIYA SHAROITIDA NARX VA ISHLAB CHIQARISH HAJMINI BELGILASHNING BOZOR SAMARADORLIGIGA TA’SIRI

Mahsutaliyev Muhammadqodir Shuhratjon o‘g‘li

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, Menejment fakulteti, Jahon iqtisodiyoti va xalqaro iqtisodiy munosabatlar yo‘nalishi talabasi

muhammadqodirmahsutaliyev3@gmail.com

Annotatsiya: Ushbu maqolada monopoliya sharoitida narx belgilash va ishlab chiqarish hajmini aniqlash mexanizmlarining bozor samaradorligiga ta’siri tahlil qilinadi. Monopolistik bozorda yagona ishlab chiqaruvchining bozor narxiga ta’sir ko‘rsatish imkoniyatlari, talab va chegaraviy daromad o‘rtasidagi bog‘liqlik hamda foydani maksimal darajaga yetkazish shartlari yoritiladi. Xususan, monopolistning chegaraviy daromadni chegaraviy xarajatga tenglashtirish (MR = MC) orqali optimal ishlab chiqarish hajmini belgilashi ko‘rib chiqiladi. Shuningdek, monopol narx va ishlab chiqarish hajmining iste’molchilar farovonligi, ishlab chiqaruvchi manfaatlari hamda jamiyatning umumiy iqtisodiy samaradorligiga ta’siri o‘rganiladi. Maqolada monopoliyaning resurslar taqsimotiga ta’siri va yuzaga kelishi mumkin bo‘lgan iqtisodiy yo‘qotishlar nazariy jihatdan asoslanadi.

Kalit so‘zlar: monopoliya, monopolistik bozor, narx belgilash, ishlab chiqarish hajmi, bozor samaradorligi, chegaraviy daromad, chegaraviy xarajat, iste’molchilar farovonligi, resurslar taqsimoti, iqtisodiy yo‘qotishlar.

Abstract: This article analyzes the impact of pricing mechanisms and output determination under monopoly conditions on market efficiency. It examines the ability of a single producer to influence market prices, the relationship between demand and marginal revenue, and the conditions for profit maximization. Particular attention is paid to how a monopolist determines the optimal level of output based on the equality of marginal revenue and marginal cost (MR = MC). Furthermore, the article explores the effects of monopoly pricing and output decisions on consumer welfare, producer interests, and overall economic efficiency. The consequences of monopoly for resource allocation and potential economic losses are theoretically examined.

Keywords: monopoly, monopolistic market, pricing, output level, market efficiency, marginal revenue, marginal cost, consumer welfare, resource allocation, economic losses.

Аннотация: В статье анализируется влияние механизмов ценообразования и определения объёма производства в условиях монополии на эффективность рынка. Рассматриваются возможности единственного производителя влиять на рыночную цену, взаимосвязь между спросом и предельным доходом, а также условия максимизации прибыли. Особое внимание уделяется определению монополистом оптимального объёма производства на основе равенства предельного дохода и предельных издержек (MR = MC). Кроме того, исследуется влияние монопольного ценообразования и объёма выпуска на благосостояние потребителей, интересы производителей и общую экономическую эффективность общества. Теоретически обосновываются последствия монополии для распределения ресурсов и возникновения возможных экономических потерь.

Ключевые слова: монополия, монополистический рынок, ценообразование, объём производства, эффективность рынка, предельный доход, предельные издержки, благосостояние потребителей, распределение ресурсов, экономические потери.

Kirish

Bozor iqtisodiyoti sharoitida narx mexanizmi va ishlab chiqarish hajmini belgilash iqtisodiy resurslardan samarali foydalanish, korxonalar faoliyatini tashkil etish hamda iste’molchilar ehtiyojlarini qondirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Bozordagi raqobat muhiti ishlab chiqaruvchilarni mahsulot sifatini oshirish, xarajatlarni kamaytirish va iste’molchilar talabiga mos narxlarni shakllantirishga undaydi. Biroq ayrim bozorlarda raqobat cheklangan yoki mavjud bo‘lmagan sharoitlarda alohida korxonalar mahsulot taklifi va narx shakllanishiga sezilarli ta’sir ko‘rsatish imkoniyatiga ega bo‘ladi. Bunday bozor tuzilmasining asosiy ko‘rinishlaridan biri monopoliya hisoblanadi.

Monopoliya – muayyan mahsulot yoki xizmat bozorida bitta sotuvchining hukmron mavqega ega bo‘lishi va uning o‘rnini bosuvchi yaqin mahsulotlar mavjudligi cheklangan bozor tuzilmasidir. Monopolist mukammal raqobat sharoitidagi korxonadan farqli ravishda

bozor narxiga ta’sir ko‘rsatish imkoniyatiga ega. Biroq bu uning istalgan narxni belgilashi mumkinligini anglatmaydi, chunki narx va sotish hajmi iste’molchilar talabi bilan bevosita bog‘liq. Shu sababli monopolist ishlab chiqarish hajmi va narx o‘rtasidagi maqbul nisbatni aniqlash orqali o‘z foydasini maksimal darajaga yetkazishga intiladi. Monopolistik bozorda narx va ishlab chiqarish hajmini belgilash jarayoni bozor samaradorligi bilan chambarchas bog‘liq. Iqtisodiyot nazariyasiga ko‘ra, foydasini maksimal darajaga yetkazishga intiluvchi monopolist ishlab chiqarish hajmini chegaraviy daromad chegaraviy xarajatga teng bo‘lgan nuqtada belgilaydi (MR = MC). Shundan so‘ng mahsulotning bozor narxi talab egri chizig‘i asosida aniqlanadi. Natijada, odatiy sharoitlarda monopol narx mukammal raqobat bozoridagi narxdan yuqori, ishlab chiqarish hajmi esa pastroq bo‘lishi mumkin. Bu holat iste’molchilar farovonligining kamayishi va jamiyat uchun sof iqtisodiy yo‘qotishlar yuzaga kelishiga sabab bo‘ladi. Mavzuning dolzarbligi shundaki, monopoliyaning bozor samaradorligiga ta’sirini o‘rganish nafaqat korxonalarning narx siyosatini, balki iqtisodiyotda resurslarning taqsimlanishi, iste’molchilar manfaatlari va raqobat muhitining rivojlanishini ham baholash imkonini beradi. Ayniqsa, tabiiy monopoliya mavjud bo‘lgan tarmoqlarda iqtisodiy samaradorlikni ta’minlash bilan iste’molchilar manfaatlarini himoya qilish o‘rtasidagi muvozanatni topish muhim hisoblanadi.

Maqolaning asosiy maqsadi monopoliya sharoitida narx va ishlab chiqarish hajmini belgilash mexanizmlarini iqtisodiy jihatdan o‘rganish hamda ularning bozor samaradorligi, iste’molchilar farovonligi va resurslar taqsimotiga ta’sirini tahlil qilishdan iborat.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili

Monopoliya sharoitida narx va ishlab chiqarish hajmini belgilashning bozor samaradorligiga ta’siri iqtisodiyot nazariyasida keng o‘rganilgan masalalardan biri hisoblanadi. Mazkur yo‘nalishdagi ilmiy tadqiqotlarda, asosan, monopolistik bozorning shakllanish sabablari, korxonaning narx belgilash imkoniyatlari, foydani maksimallashtirish mexanizmi, iste’molchilar farovonligi hamda resurslar taqsimotidagi samaradorlik masalalariga e’tibor qaratilgan. Monopoliya nazariyasining shakllanishida ingliz iqtisodchisi Alfred Marshall tomonidan ishlab chiqilgan talab va taklif, narx hamda ishlab chiqarish xarajatlari to‘g‘risidagi qarashlar muhim nazariy asos bo‘lib xizmat qilgan. Uning

Principles of Economics asarida bozor narxining shakllanishi talab va taklif omillari bilan izohlanadi. Ushbu yondashuv monopolistik bozorni tahlil qilishda ham muhim ahamiyatga ega, chunki monopolist narxga ta’sir ko‘rsata olsa-da, mahsulotga bo‘lgan talab bilan hisoblashishga majbur.

Monopoliya va mukammal raqobat o‘rtasidagi farqlarni o‘rganishda Joan Robinsonning *The Economics of Imperfect Competition* (1933) asari alohida o‘rin tutadi. Olim nomukammal raqobat sharoitida ishlab chiqaruvchining bozor narxiga ta’sir ko‘rsatish imkoniyatlarini tahlil qilgan. Uning yondashuvi monopolistik korxonaning talab egri chizig‘i bilan duch kelishi va mahsulot sotish hajmini oshirish uchun narxni pasaytirishga majbur bo‘lishi mumkinligini tushuntirishga yordam beradi. Edward H. Chamberlinning *The Theory of Monopolistic Competition* (1933) asarida esa mahsulot differensiatsiyasi va raqobatning monopolistik xususiyatlari tadqiq etilgan. Muallifning qarashlari bozor kuchi faqat yagona ishlab chiqaruvchining mavjudligi bilan emas, balki mahsulotlarning o‘ziga xosligi va ularning o‘rnini bosuvchi tovarlar darajasi bilan ham bog‘liq ekanini anglash uchun muhimdir. Zamonaviy sanoat iqtisodiyoti nazariyasida Jean Tirolening The Theory of Industrial Organization (1988) asari muhim ilmiy manbalardan biri hisoblanadi. Ushbu asarda monopolistik hokimiyat, narx diskriminatsiyasi, mahsulot sifati, bozorga kirish to‘siqlari va firmalar o‘rtasidagi strategik munosabatlar tizimli ravishda o‘rganilgan. Tirole monopolistik hokimiyatni korxonaning narxni xarajatlardan sezilarli darajada yuqori belgilash yoki mahsulot sifatiga ta’sir ko‘rsatish imkoniyati bilan bog‘laydi. Mazkur yondashuv monopoliyaning bozor samaradorligiga ta’sirini faqat narx va ishlab chiqarish hajmi orqali emas, balki raqobat sharoitlari va bozorga kirish imkoniyatlari orqali ham baholash zarurligini ko‘rsatadi.

Monopolistning narx va ishlab chiqarish hajmini belgilash mexanizmi OpenStax tomonidan chop etilgan Principles of Microeconomics 3e darsligining 9.2-bo‘limida batafsil tushuntirilgan. Unda monopolist foydasini maksimal darajaga yetkazish uchun chegaraviy daromad va chegaraviy xarajat tenglashadigan ishlab chiqarish hajmini tanlashi, keyin esa ushbu hajmga mos narxni talab egri chizig‘i asosida aniqlashi bayon etilgan. Shuningdek, monopolistik bozorda chegaraviy daromadning narxdan past bo‘lishi qo‘shimcha mahsulot

sotish uchun narxni pasaytirish zarurati bilan izohlanadi. Ushbu nazariy yondashuv monopoliyaning narx va ishlab chiqarish hajmiga ta’sirini iqtisodiy jihatdan asoslash imkonini beradi.

Mazkur darslikda monopoliyaning iqtisodiy samaradorlikka ta’siri ham alohida ko‘rib chiqilgan. Xususan, mukammal raqobat sharoitida resurslarni samarali taqsimlashning asosiy mezoni narxning chegaraviy xarajatga tenglashishi (P = MC) bilan izohlanadi. Monopolistik bozorda esa foydani maksimallashtirish sharoitida narx, odatda, chegaraviy xarajatlardan yuqori bo‘ladi (P > MC). Buning natijasida ayrim iste’molchilar mahsulotni uning ijtimoiy qiymati ishlab chiqarishning chegaraviy xarajatidan yuqori bo‘lsa ham, monopol narx sababli xarid qila olmaydi. Natijada jamiyat uchun sof iqtisodiy yo‘qotish yuzaga kelishi mumkin. Jean Tirolening tadqiqotlari monopolistik hokimiyatni tartibga solish masalasiga ham nazariy asos beradi. Uning 2014-yilda taqdim etilgan *Market Failures and Public Policy* nomli Nobel ma’ruzasida bozor hokimiyatini nazorat qilish, raqobatni himoya qilish va davlat siyosatining bozor muvaffaqiyatsizliklarini bartaraf etishdagi o‘rni yoritilgan. Olimning fikricha, raqobat ishlab chiqaruvchilarni iste’molchilar manfaatlarini hisobga olishga va mahsulotlarni xarajatlarga muvofiq taklif etishga undaydi. Shu sababli bozor hokimiyatini nazorat qilish iqtisodiy siyosatning muhim yo‘nalishlaridan biri hisoblanadi.

Yuqorida ko‘rib chiqilgan ilmiy manbalar monopoliya sharoitida narx belgilash va ishlab chiqarish hajmini aniqlash masalasi bir nechta iqtisodiy yo‘nalishlar bilan uzviy bog‘liqligini ko‘rsatadi. Xususan, A. Marshallning qarashlari talab va taklif orqali narx shakllanishini tushuntirsa, J. Robinson va E. Chamberlin tadqiqotlari nomukammal raqobat hamda mahsulot differensiatsiyasini yoritadi. J. Tirole monopolistik hokimiyat, narx diskriminatsiyasi va bozorni tartibga solish masalalarini chuqur tahlil qilgan. OpenStax darsligida esa monopolistning optimal ishlab chiqarish hajmi va narxni belgilash mexanizmi hamda uning iqtisodiy samaradorlikka ta’siri nazariy jihatdan izohlangan. Shu bilan birga, mazkur tadqiqotlar asosida monopoliyaning bozor samaradorligiga ta’sirini uchta asosiy yo‘nalishda o‘rganish maqsadga muvofiq: birinchidan, monopolistning narx belgilash imkoniyatlari va ishlab chiqarish hajmini tanlash mexanizmi; ikkinchidan, monopol

narxlarning iste’molchilar farovonligi va jamiyatning umumiy iqtisodiy manfaatlariga ta’siri; uchinchidan, raqobatni rivojlantirish va monopolistik hokimiyatni tartibga solish orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirish imkoniyatlari.

Tadqiqot metodologiyasi

Mazkur tadqiqotda monopoliya sharoitida narx va ishlab chiqarish hajmini belgilashning bozor samaradorligiga ta’sirini o‘rganishda iqtisodiy nazariyaning fundamental tamoyillari va ilmiy tahlil usullaridan foydalanildi. Tadqiqotning metodologik asosini mikroiqtisodiy nazariya, bozor tuzilmalari, monopolistik hokimiyat va iqtisodiy samaradorlikka oid ilmiy qarashlar tashkil etadi. Tadqiqot jarayonida, avvalo, monopoliya sharoitida korxonaning narx va ishlab chiqarish hajmini belgilash mexanizmlari nazariy jihatdan o‘rganildi. Bunda monopolistning asosiy iqtisodiy maqsadi bo‘lgan foydani maksimal darajaga yetkazish tamoyiliga alohida e’tibor qaratildi. Iqtisodiy nazariyaga ko‘ra, monopolist ishlab chiqarish hajmini chegaraviy daromad (MR) chegaraviy xarajatga (MC) tenglashadigan nuqtada belgilaydi:

$$MR=MC$$

Bu yerda: MR – chegaraviy daromad; MC – chegaraviy xarajat.

Monopolist ushbu shart asosida foydani maksimal darajaga yetkazuvchi ishlab chiqarish hajmini aniqlaydi. Keyinchalik mazkur ishlab chiqarish hajmiga mos bozor narxi talab egri chizig‘i orqali belgilanadi. Tadqiqotda monopolistik bozor bilan mukammal raqobat bozorini taqqoslash usulidan ham foydalanildi. Mukammal raqobat sharoitida samaradorlikning asosiy mezonlaridan biri narxning chegaraviy xarajatga tenglashishi hisoblanadi:

$$P=MC$$

Monopolistik bozorda esa foydani maksimal darajaga yetkazish sharoitida, odatda, quyidagi holat kuzatiladi:

$$P>MC$$

Shuningdek, tadqiqotda iqtisodiy tahlil, ilmiy abstraksiyalash, taqqoslash, umumlashtirish va mantiqiy xulosa chiqarish usullaridan foydalanildi. Iqtisodiy tahlil yordamida monopoliyaning narx shakllanishiga ta’siri o‘rganildi, taqqoslash usuli orqali

monopolistik va raqobatli bozorlarning asosiy xususiyatlari solishtirildi. Monopoliyaning bozor samaradorligiga ta’sirini baholashda iste’molchi va ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi, shuningdek, jamiyatning umumiy farovonligi tushunchalariga tayanildi. Bunda monopol narxning oshishi iste’molchi ortiqchaligining qisqarishiga, ishlab chiqaruvchi ortiqchaligining esa ayrim sharoitlarda ortishiga olib kelishi mumkinligi hisobga olindi. Shu bilan birga, ishlab chiqarish hajmining iqtisodiy jihatdan samarali darajadan past bo‘lishi natijasida yuzaga keladigan sof farovonlik yo‘qotishlari ham nazariy jihatdan baholandi. Shunday qilib, tadqiqot metodologiyasi monopoliya sharoitida narx va ishlab chiqarish hajmini belgilash jarayonini mikroiqtisodiy nazariya asosida o‘rganish, bozor tuzilmalarini o‘zaro taqqoslash hamda iqtisodiy samaradorlikka ta’sir etuvchi omillarni tizimli tahlil qilishga yo‘naltirilgan.

Tahlil va natijalar

Monopolistik bozor sharoitida narx shakllanishi mukammal raqobat bozoridan sezilarli darajada farq qiladi. Mukammal raqobat sharoitida alohida korxona bozor narxiga ta’sir ko‘rsata olmaydi va mavjud narxni qabul qiluvchi subyekt sifatida faoliyat yuritadi. Monopolistik bozorda esa yagona ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchi mahsulotning asosiy taklifini nazorat qilgani sababli narx shakllanishiga muayyan darajada ta’sir ko‘rsatish imkoniyatiga ega bo‘ladi.

Biroq monopolist istalgan narxni mustaqil ravishda belgilay olmaydi. Chunki mahsulotga bo‘lgan talab, iste’molchilarning xarid qobiliyati va o‘rinbosar tovarlarning mavjudligi uning narx siyosatini cheklaydi. Mahsulot narxi oshirilganda talab qilinadigan miqdor kamayishi, narx pasaytirilganda esa sotish hajmi ortishi mumkin. Shu sababli monopolist narx va ishlab chiqarish hajmi o‘rtasidagi iqtisodiy bog‘liqlikni hisobga olishi zarur.

Monopolistning umumiy daromadi mahsulot narxi va sotilgan mahsulot miqdorining ko‘paytmasi orqali aniqlanadi:

$$TR=P \times Q$$

Bu yerda: TR – umumiy daromad; P – mahsulot narxi; Q – sotilgan mahsulot miqdori.

Monopolist uchun muhim jihatlardan biri shundaki, qo‘shimcha mahsulot sotish

ko‘pincha uning narxini pasaytirishni talab qiladi. Natijada chegaraviy daromad (MR) mahsulot narxidan past bo‘ladi. Bu xususiyat monopolistik bozorning asosiy iqtisodiy belgilaridan biridir.

Monopolistning asosiy iqtisodiy maqsadi mavjud bozor sharoitida foydani maksimal darajaga yetkazishdan iborat. Buning uchun korxona mahsulot ishlab chiqarish va sotishdan olinadigan umumiy daromad bilan umumiy xarajatlar o‘rtasidagi farqni hisobga oladi. Korxonaning foydasi quyidagi formula orqali aniqlanadi:

$$\pi = TR - TC$$

Bu yerda: π – korxona foydasi; TR – umumiy daromad; TC – umumiy xarajatlar.

Foydani maksimal darajaga yetkazish uchun monopolist chegaraviy daromadni chegaraviy xarajatga tenglashtiradigan ishlab chiqarish hajmini tanlaydi:

$$MR = MC$$

Agar MR MC dan yuqori bo‘lsa, qo‘shimcha mahsulot ishlab chiqarish foydani oshirishi mumkin. Aksincha, MC MR dan yuqori bo‘lsa, ishlab chiqarish hajmini kengaytirish foydani kamaytiradi. Shu sababli MR = MC sharti monopolistning optimal ishlab chiqarish hajmini aniqlashda muhim mezon hisoblanadi. Monopolist avval foydani maksimal darajaga yetkazuvchi ishlab chiqarish hajmini aniqlaydi, so‘ngra shu hajmga mos narxni bozor talab egri chizig‘i asosida belgilaydi. Demak, narx va ishlab chiqarish hajmi bir-biridan mustaqil qarorlar emas, balki o‘zaro bog‘liq iqtisodiy ko‘rsatkichlardir.

Monopoliyaning bozor samaradorligiga ta’sirini aniqlash uchun uni mukammal raqobat bozori bilan taqqoslash muhim hisoblanadi. Mukammal raqobat sharoitida uzoq muddatli muvozanatning asosiy samaradorlik shartlaridan biri narxning chegaraviy xarajatga tenglashishidir:

$$P = MC$$

Monopolistning foydani maksimal darajaga yetkazish sharoitida esa, odatiy bir narxli monopolistik modelda, narx chegaraviy xarajatdan yuqori bo‘ladi:

$$P > MC$$

Bu farq monopolist tomonidan mahsulot narxining nisbatan yuqori, ishlab chiqarish hajmining esa raqobatli bozorga nisbatan pastroq belgilanishi mumkinligini anglatadi.

Natijada ayrim iste’molchilar mahsulotni xarid qilish imkoniyatidan mahrum bo‘ladi va jamiyatning umumiy iqtisodiy farovonligida yo‘qotish yuzaga keladi.

Monopoliyaning bozor samaradorligiga ta’sirini aniqroq tushuntirish uchun quyida shartli iqtisodiy modeldan foydalaniladi. Ushbu model haqiqiy korxona yoki mamlakat statistikasi emas, balki monopolistik va mukammal raqobat sharoitlarini taqqoslash uchun tuzilgan nazariy misoldir. Faraz qilaylik, bozorda mahsulotga bo‘lgan talab quyidagi tenglama bilan ifodalanadi:

$$P=100-2Q$$

Bunda mahsulot ishlab chiqarishning chegaraviy xarajati o‘zgarmas bo‘lib, 20 birlikka teng deb olinadi:

$$MC=20$$

Birinchi navbatda, umumiy daromad aniqlanadi:

$$TR=P \times Q$$

$$TR=(100-2Q)Q$$

$$TR=100Q-2Q^2$$

Ushbu tenglamadan chegaraviy daromad aniqlanadi:

$$MR=100-4Q$$

Monopolistning optimal ishlab chiqarish hajmini topish uchun MR = MC shartidan foydalanamiz:

$$100-4Q=20 \quad 4Q=80 \quad Q_m=20$$

Aniqlangan ishlab chiqarish hajmini talab tenglamasiga qo‘yish orqali monopol narx hisoblanadi:

$$P_m=100-2(20)=60$$

Demak, mazkur shartli modelda monopolist 20 birlik mahsulot ishlab chiqarib, har bir birlikni 60 narx birligidan sotadi.

Endi mukammal raqobat sharoitidagi ishlab chiqarish hajmini aniqlaymiz. Bunda narx chegaraviy xarajatga teng bo‘ladi:

$$P=MC$$

$$100-2Q=20$$

$$2Q=80$$

$$Q_c=40$$

Natijada mukammal raqobat sharoitida narx 20 birlik, ishlab chiqarish hajmi esa 40 birlikni tashkil etadi.

1-jadval. Monopolistik va mukammal raqobat bozorlarining shartli iqtisodiy ko‘rsatkichlari

Ko‘rsatkichlar	Monopoliya	Mukammal raqobat
Mahsulot narxi (P)	60	20
Ishlab chiqarish hajmi (Q)	20	40
Chegaraviy xarajat (MC)	20	20
Umumiy daromad (TR)	1 200	800
Umumiy xarajat (TC)	400	800
Iqtisodiy foyda (π)	800	0

Jadval ma’lumotlaridan ko‘rinadiki, mazkur shartli modelda monopolist mahsulot narxini raqobatli bozorga nisbatan uch baravar yuqori belgilaydi, ishlab chiqarish hajmi esa ikki baravar kam bo‘ladi. Monopolistning iqtisodiy foydasi 800 birlikni tashkil etadi. Mukammal raqobat sharoitida esa narx chegaraviy xarajatga tenglashgani sababli, mazkur soddalashtirilgan modelda iqtisodiy foyda nolga teng bo‘ladi. Ushbu natijalar monopolistik bozor sharoitida korxona yuqoriroq foyda olishi mumkinligini, biroq bu holat jamiyat uchun har doim ham yuqori iqtisodiy samaradorlikni anglatmasligini ko‘rsatadi.

Monopoliyaning salbiy iqtisodiy oqibatlaridan biri iste’molchilar ortiqchaligining kamayishi hisoblanadi. Iste’molchi ortiqchaligi – xaridorning mahsulot uchun to‘lashga tayyor bo‘lgan eng yuqori narxi bilan amalda to‘lagan narxi o‘rtasidagi farqdir. Yuqoridagi shartli model asosida monopolistik va mukammal raqobat sharoitidagi iste’molchi ortiqchaligini hisoblash mumkin. Talab egri chizig‘ining narx o‘qidagi kesishish nuqtasi 100 birlikni tashkil etadi.

Monopoliya sharoitida:

$$CS_m=\frac{(100-60)\cdot 20}{2}=400$$

Mukammal raqobat sharoitida:

$$CS_c=\frac{(100-20)\cdot 40}{2}=1600$$

Hisob-kitoblardan ko‘rinadiki, shartli modelda monopolistik bozor sharoitidagi

iste’molchi ortiqchaligi 400 birlikni, mukammal raqobat sharoitida esa 1 600 birlikni tashkil etadi. Bu monopol narxning yuqoriligi va ishlab chiqarish hajmining cheklanishi iste’molchilar farovonligiga salbiy ta’sir ko‘rsatishi mumkinligini ko‘rsatadi. Bundan tashqari, monopolistik bozorda jamiyat uchun sof farovonlik yo‘qotishi ham yuzaga keladi. Ushbu yo‘qotish monopol narx tufayli amalga oshmay qolgan, biroq ularni ishlab chiqarishning chegaraviy xarajati iste’molchilar uchun qiymatidan past bo‘lgan mahsulot birliklari bilan bog‘liq.

Yuqoridagi modelda sof farovonlik yo‘qotishi quyidagicha aniqlanadi:

$$DWL=\frac{(40-20)\cdot(60-20)}{2} \quad DWL=400$$

Demak, shartli model bo‘yicha monopoliyaning sof iqtisodiy yo‘qotishi 400 birlikni tashkil etadi. Bu miqdor iste’molchilar va ishlab chiqaruvchilar o‘rtasida qayta taqsimlangan daromad emas, balki bozor bitimlarining amalga oshmay qolishi natijasida jamiyat yo‘qotgan umumiy farovonlikni ifodalaydi.

O‘tkazilgan nazariy tahlil va shartli iqtisodiy hisob-kitoblar monopoliyaning bozor samaradorligiga ta’sirini bir nechta yo‘nalishda namoyon bo‘lishini ko‘rsatadi. Birinchidan, monopolist bozor talabini hisobga olgan holda narxni belgilash imkoniyatiga ega bo‘ladi. Ikkinchidan, foydani maksimal darajaga yetkazish maqsadida ishlab chiqarish hajmini chegaralaydi. Uchinchidan, narxning chegaraviy xarajatdan yuqori bo‘lishi iste’molchilar ortiqchaligining qisqarishi va sof farovonlik yo‘qotishlariga sabab bo‘lishi mumkin. Shu bilan birga, monopoliyaning iqtisodiy ta’sirini barcha tarmoqlar uchun bir xil deb baholash to‘g‘ri emas. Ayrim tarmoqlarda ishlab chiqarishning katta miqyosda tashkil etilishi o‘rtacha xarajatlarni kamaytirishi mumkin. Bunday holat tabiiy monopoliya shakllanishiga olib keladi. Shu sababli monopolistik bozorni tartibga solishda raqobatni rivojlantirish bilan bir qatorda, iqtisodiy xarajatlar, ishlab chiqarish samaradorligi va iste’molchilar manfaatlarini ham hisobga olish zarur. Umuman olganda, tahlil natijalari monopolistik hokimiyatning narx va ishlab chiqarish hajmiga ta’siri bozor resurslarining samarali taqsimlanishiga to‘sqinlik qilishi mumkinligini ko‘rsatadi. Shu sababli monopolistik faoliyatni iqtisodiy jihatdan asoslangan tartibga solish, bozorga kirish to‘siqlarini kamaytirish va sog‘lom raqobat muhitini shakllantirish bozor samaradorligini oshirishning

muhim yo‘nalishlari hisoblanadi.

Xulosa

Tadqiqot natijalaridan kelib chiqib, bozor samaradorligini oshirish uchun, avvalo, monopoliyalashuv darajasi yuqori bo‘lgan tarmoqlarda sog‘lom raqobat muhitini rivojlantirish, yangi tadbirkorlik subyektlarining bozorga kirib kelishidagi ortiqcha ma’muriy va iqtisodiy to‘siqlarni kamaytirish zarur. Shuningdek, ustun mavqega ega korxonalarning narx belgilash amaliyotini iqtisodiy jihatdan asoslangan xarajatlar va iste’molchilar manfaatlari asosida nazorat qilish, tabiiy monopoliyalar faoliyatini tartibga solish mexanizmlarini takomillashtirish hamda bozor axborotlarining ochiqligini ta’minlash maqsadga muvofiq. Korxonalar o‘rtasida innovatsion faoliyatni rag‘batlantirish, zamonaviy texnologiyalarni joriy etish, mahsulot sifatini oshirish va ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishga yo‘naltirilgan raqobatni kuchaytirish ham muhim vazifalardan hisoblanadi. Umuman olganda, monopoliya sharoitida narx va ishlab chiqarish hajmini belgilash faqat korxonaning foydasini maksimal darajaga yetkazish bilan cheklanmaydi, balki iste’molchilar farovonligi, resurslarning samarali taqsimlanishi va umumiy iqtisodiy samaradorlikka ham ta’sir ko‘rsatadi. Shu bois raqobat siyosatini izchil amalga oshirish, monopolistik faoliyatni iqtisodiy asoslangan tartibga solish va bozor shaffofligini oshirish monopoliyaning salbiy oqibatlarini kamaytirish hamda bozor samaradorligini ta’minlashning muhim shartlari hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Marshall A. Principles of Economics: An Introductory Volume. 8th ed. – London: Macmillan, 1920.

2. Robinson J. The Economics of Imperfect Competition. – London: Macmillan and Co., 1933.

3. Chamberlin E. H. The Theory of Monopolistic Competition. – Cambridge, MA: Harvard University Press, 1933.

4. Tirole J. The Theory of Industrial Organization. – Cambridge, MA: The MIT Press, 1988.

5. Tirole J. Market Failures and Public Policy. Nobel Prize Lecture, December 8, 2014.

6. Greenlaw S. A., Shapiro D., MacDonald D. Principles of Microeconomics 3e. – Houston, Texas: OpenStax, 2022. 9-bob: Monopoly, xususan 9.2-bo‘lim: How a Profit-Maximizing Monopoly Chooses Output and Price.

7. Varian H. R. Intermediate Microeconomics: A Modern Approach. 8th ed. – New York: W. W. Norton & Company, 2010.

8. Carlton D. W., Perloff J. M. Modern Industrial Organization. 4th ed. – Boston: Pearson Addison-Wesley, 2005.

9. Motta M. Competition Policy: Theory and Practice. – Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

10. Mas-Colell A., Whinston M. D., Green J. R. Microeconomic Theory. – New York: Oxford University Press, 1995.

