

Iqtisodiyot nazariyasi

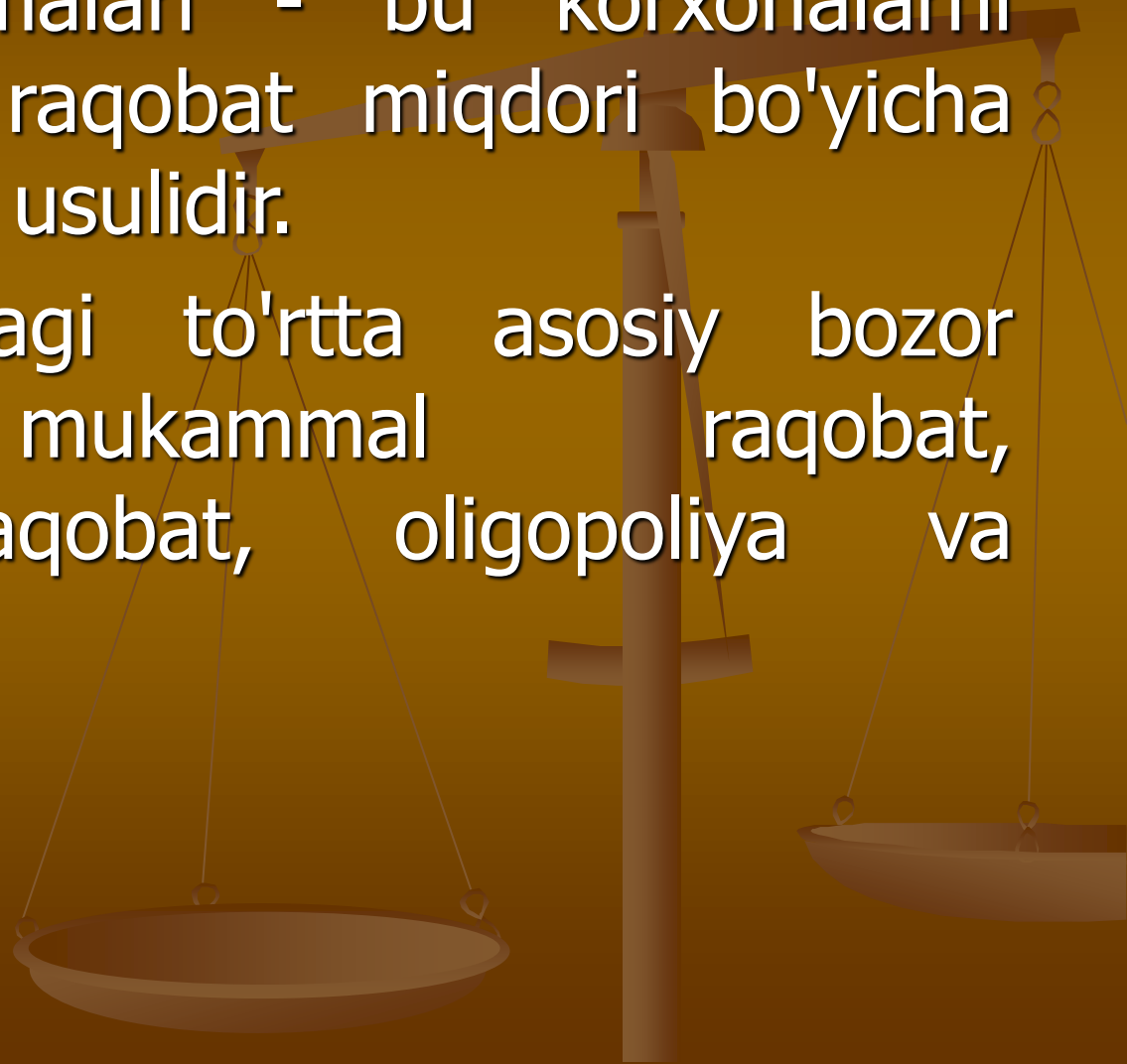
Raqobat va monopoliya



Iqtisodiyotda raqobat - bu turli xil iqtisodiy subyektlarning marketing aralashmasi elementlari: narx, mahsulot yoki xizmatlar shakllari, reklama va joyni o'zgartirish orqali cheklangan tovar ulushini olishga intilish shartidir. Klassik iqtisodiyotda raqobat tijorat firmalariga yangi mahsulotlar, xizmatlar va texnologiyalarni ishlab chiqarishga olib keladi, bu esa iste'molchilarga katta tanlov va yaxshi mahsulotlarni beradi. Kattaroq tanlov odatda raqobat (monopoliya) yoki ozgina raqobat (oligopoliya) bo'lmagan taqdirda narxga nisbatan mahsulotlarning past narxlarini keltirib chiqaradi. Bozor ichida mavjud bo'lgan raqobat darajasi firma / sotuvchi tomonidan ham turli omillarga bog'liq; firmalar soni, kirishdagi to'siqlar, ma'lumotlarning mavjudligi, resurslarning mavjudligi. Bozor ichidagi xaridorlarning soni, shuningdek har bir xaridorning to'lashga tayyorligi bilan raqobatni keltirib chiqaradi va bozordagi mahsulotga bo'lgan umumiy talabga ta'sir qiladi.

Bozor tuzilmalari - bu korxonalarni duch keladigan raqobat miqdori bo'yicha toifalarga ajratish usulidir.

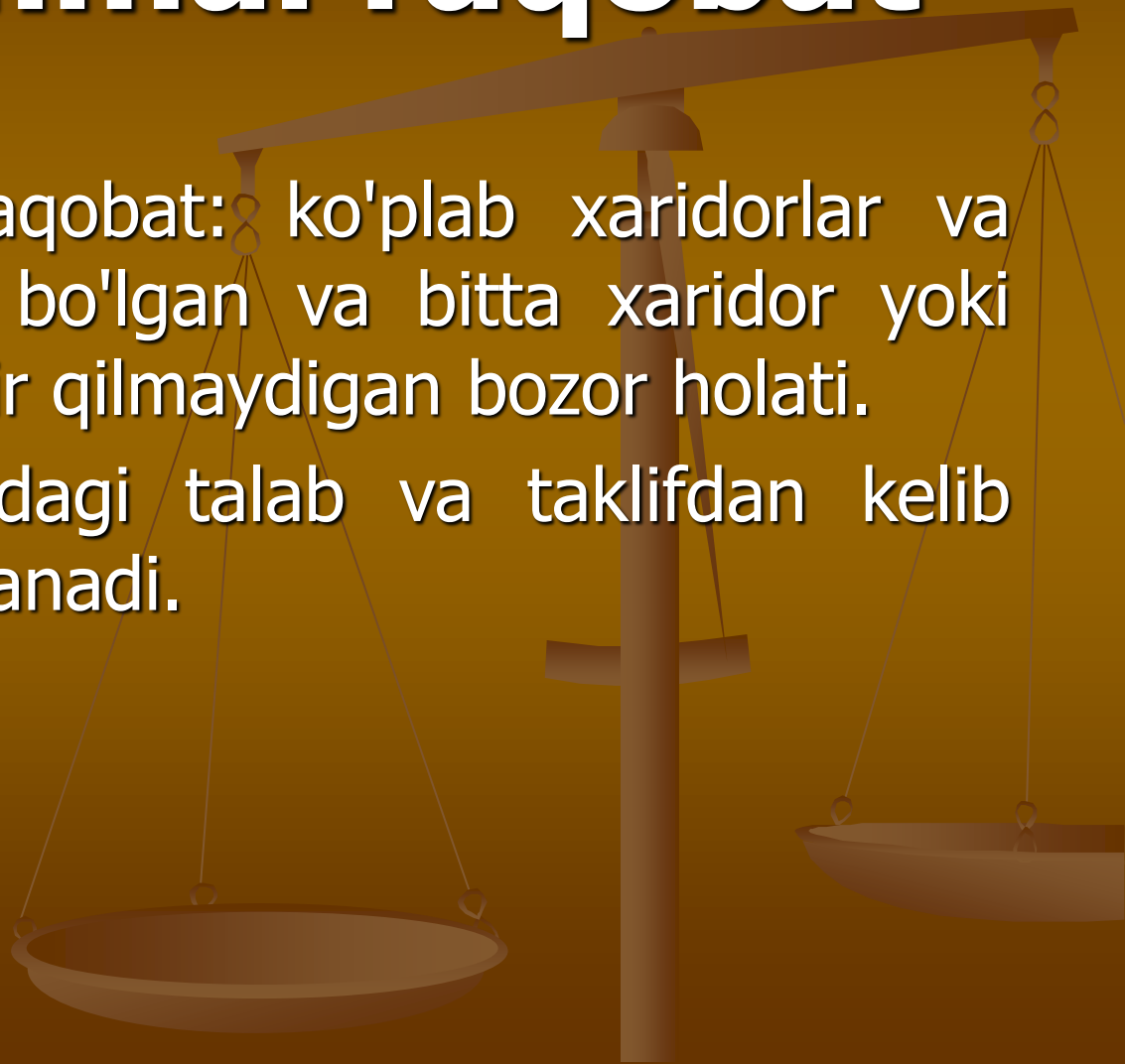
Iqtisodiyotidagi to'rtta asosiy bozor tuzilmalari: mukammal raqobat, monopolistik raqobat, oligopoliya va monopoliya.



Mukammal raqobat

Mukammal Raqobat: ko'plab xaridorlar va sotuvchilar mavjud bo'lgan va bitta xaridor yoki sotuvchi narxga ta'sir qilmaydigan bozor holati.

Narxlar bozordagi talab va taklifdan kelib chiqqan holda belgilanadi.



Mukammal raqobat mavjud bo'lish shartlari

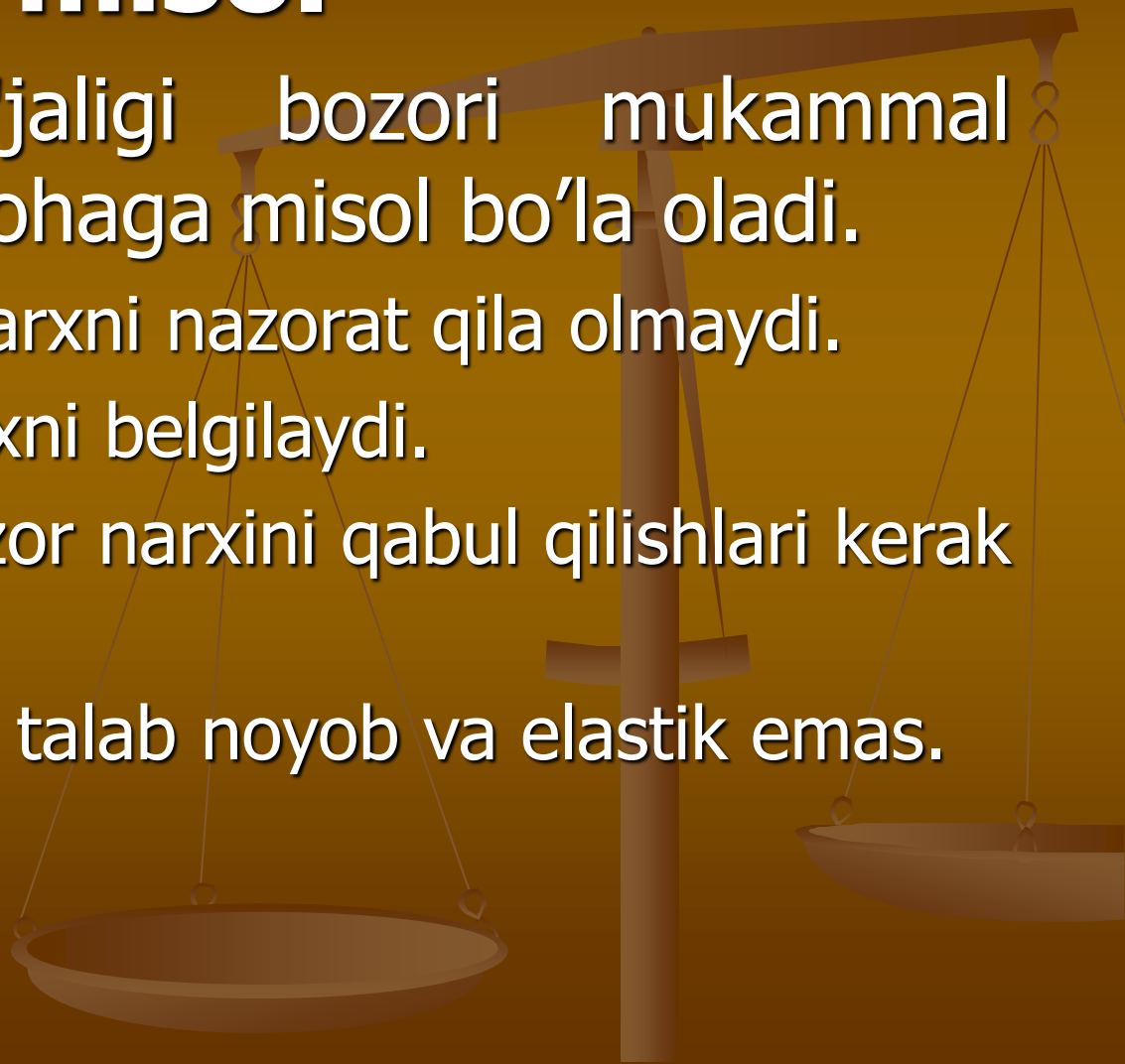
Mukammal yoki sof raqobat uchun beshta shart bajarilishi kerak:

- Katta bozor: mahsulot uchun ko'plab xaridorlar va sotuvchilar mavjud bo'lishi kerak.
- Shunga o'xshash mahsulot: sotilayotgan tovar yoki xizmat deyarli bir xil bo'lishi kerak
- Oson kirish va chiqish: bozordagi sotuvchilar raqobat yoki bozorga kirishga to'sqinlik qila olmaydi.
- Osonlik bilan olish mumkin bo'lgan ma'lumotlar: narxlar haqida ma'lumot osongina olinishi kerak.
- Mustaqillik: sotuvchi yoki xaridorlar birgalikda narxni boshqarish uchun ishlash imkoniyati deyarli mavjud emas.

Mukammal raqobatga misol

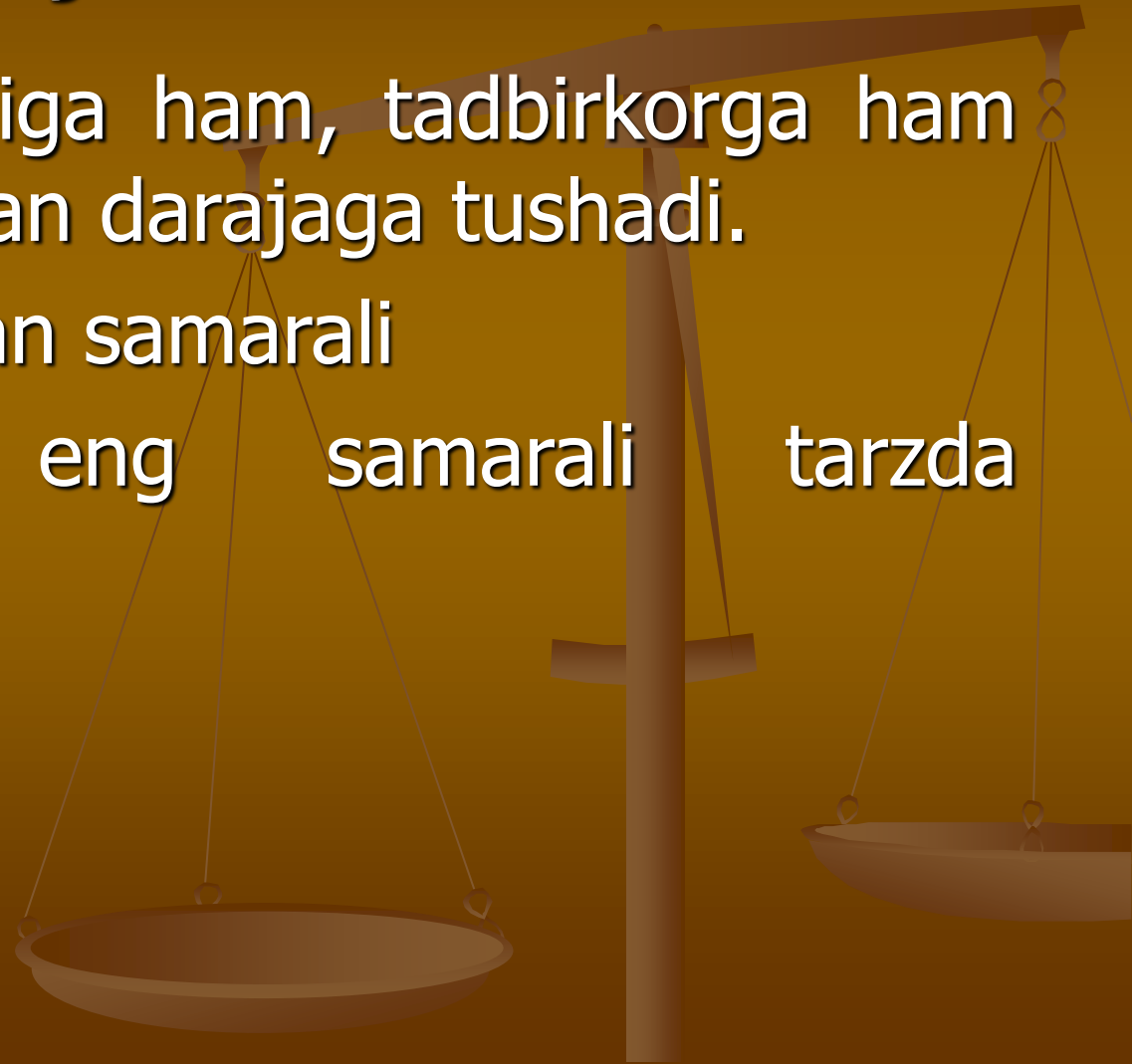
Qishloq xo'jaligi bozori mukammal raqobatbardosh sohaga misol bo'la oladi.

- Hech bir fermer narxni nazorat qila olmaydi.
- Talab va taklif narxni belgilaydi.
- Har bir fermer bozor narxini qabul qilishlari kerak bo'ladi.
- Qishloq xo'jaligiga talab noyob va elastik emas.



Mukammal raqobatning foydalari

- Narx iste'molchiga ham, tadbirkorga ham foyda keltiradigan darajaga tushadi.
- Iqtisodiy jihatdan samarali
- Resurslardan eng samarali tarzda foydalaniladi.

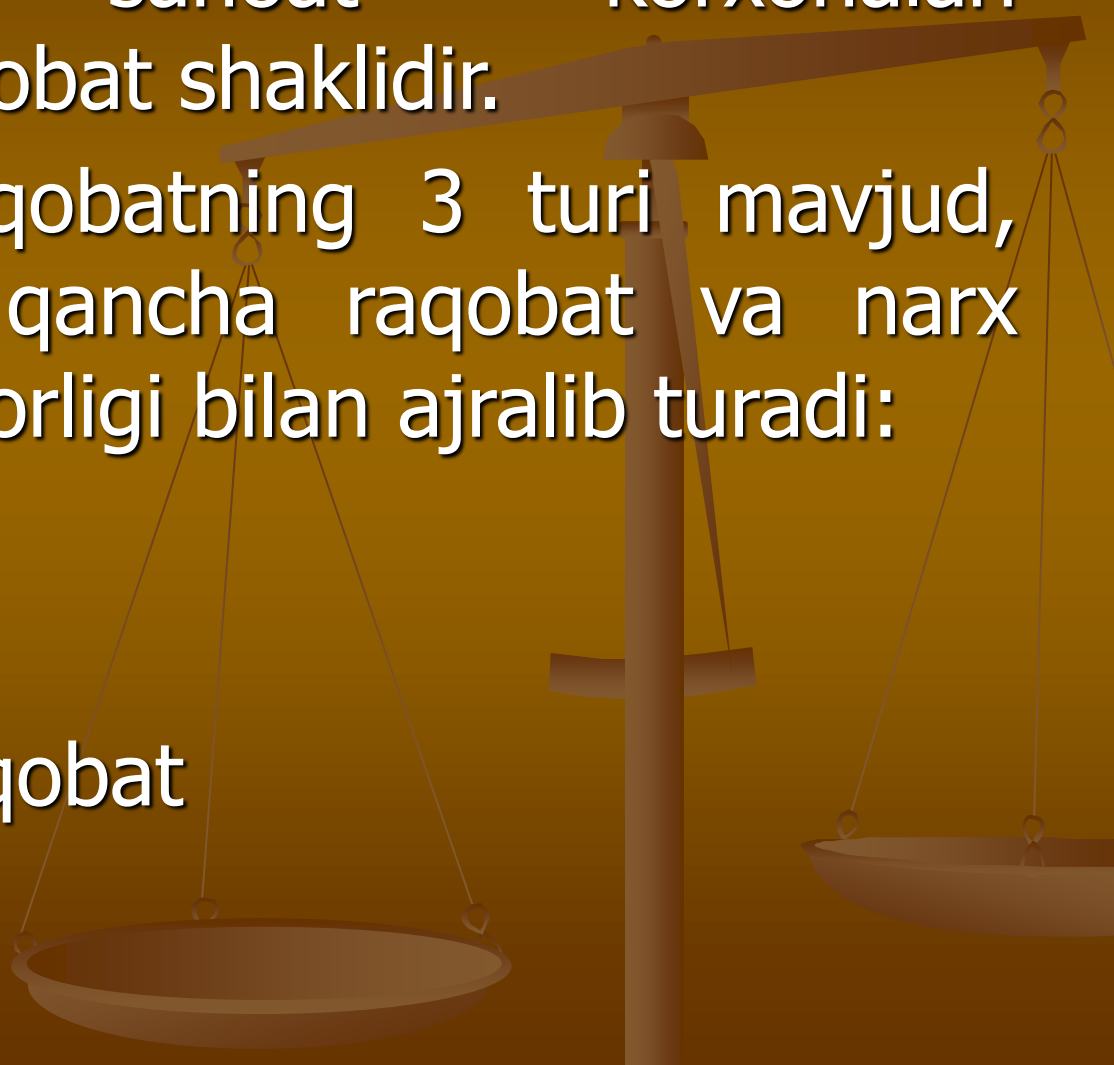


Nomukammal raqobat

Aksariyat sanoat korxonalari nomukammal raqobat shaklidir.

Nomukammal raqobatning 3 turi mavjud, ular sotuvchida qancha raqobat va narx ustidan nazorat borligi bilan ajralib turadi:

- Monopoliya
- Oligopoliya
- Monopolistik raqobat



Monopoliya

Monopoliya: yagona ta'minotchi xizmat ko'rsatish uchun yaxlit o'rnini bosuvchi bo'lmagan holda butun sanoatni tashkil etadigan bozor holati

Monopoliyaning xususiyatlari:

- Yagona sotuvchi
- O'rinbosarlar mavjud emasligi
- Bozorga kirishning taqiqlanganligi
- Bozor narxlarini deyarli to'liq nazorat qilish

Monopoliya

Kirish uchun to'siqlar: boshqalarning bozorga kirishiga to'sqinlik qiladigan raqobat to'siqlari

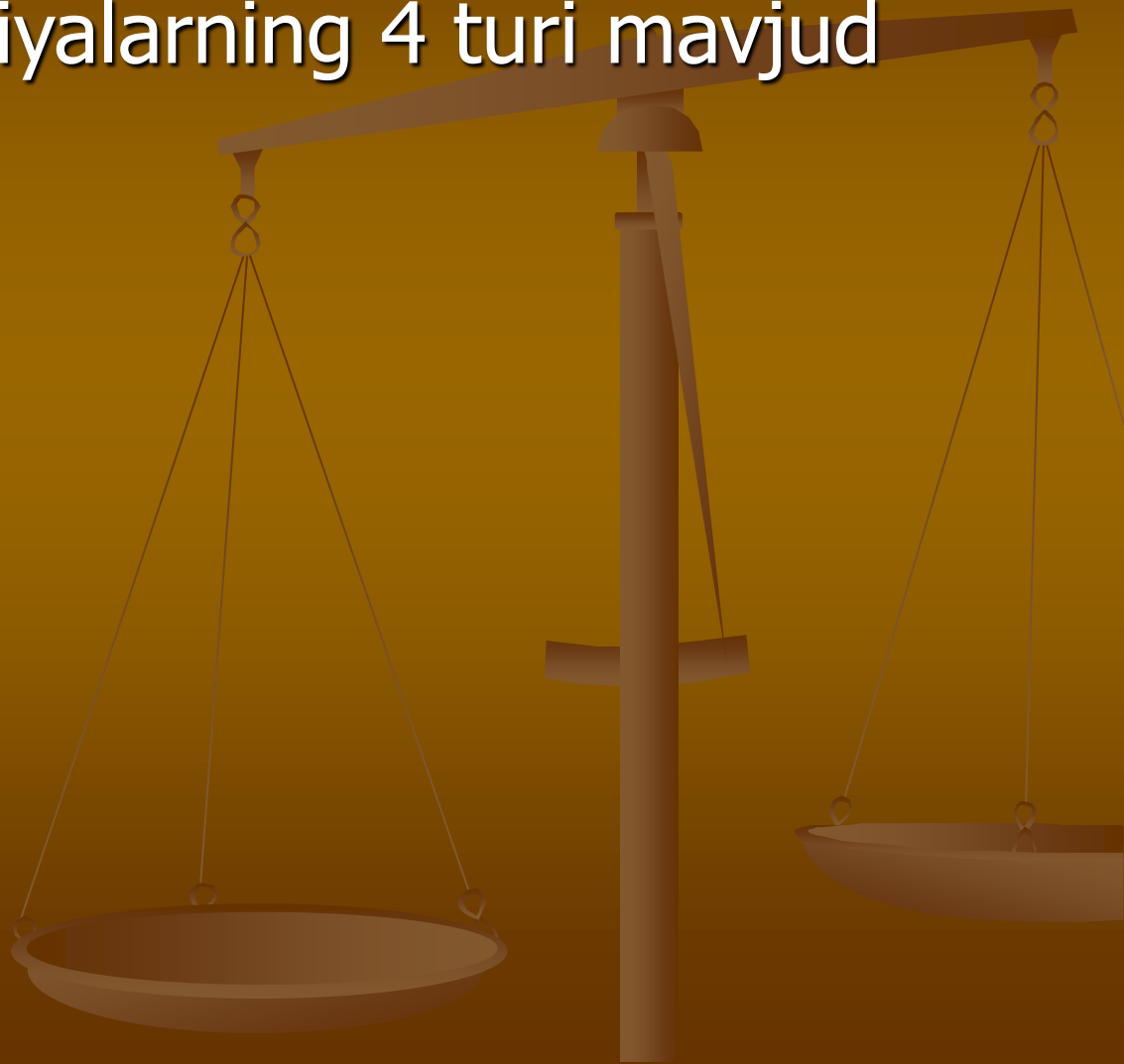
Potentsial to'siqlarga quyidagilar kiradi:

- Raqobatdosh korxonalarni kompaniya allaqachon xizmat ko'rsatadigan joyda ishlashiga to'sqinlik qiluvchi qonunlar.
- Biznesni boshlash qiymati yoki ortiqcha kapital xarajatlari bozorga kirishga xalaqit berishi mumkin.
- Xom ashyoga egalik qilish to'siq bo'lishi mumkin.

Monopoliya turlari

Sof monopoliyalarning 4 turi mavjud

- Tabiiy
- Geografik
- Texnologik
- Hukumat



Tabiiy monopoliya

Tabiiy monopoliyalar kommunal xizmatlar, transport xizmatlari, kabel orqali xizmat ko'rsatuvchi provayderlardir.

Ular eng kam xarajat uchun eng katta miqdorni ishlab chiqaradigan katta masshtabli iqtisodga ega.

Masshtabli iqtisodiyot: mahsulotning katta hajmidan kelib chiqadigan past ishlab chiqarish xarajatlari

Hukumat boshqaruvni tartibga solish va ko'proq raqobatlashish uchun harakatlarni boshladi.

Geografik monopoliya

Geografik monopoliyalar raqobat uchun geografik to'siqlar tufayli yuzaga keladi.

Potentsial foyda juda oz bo'lganligi sababli, boshqa korxonalar bozorga kirmaydilar.

Ushbu turdagi monopoliyalar tobora kamayib borayotganining sababi raqobat pochta yoki Internet kataloglari orqali buyurtma berish va yetkazib berish xizmatlarining rivojlanishi orqali shakllanmoqda.

Texnologik monopoliya

Texnologik monopoliyalar patentlangan va mualliflik huquqi bilan himoyalangan ixtirolarning natijasida yuzaga keladi.

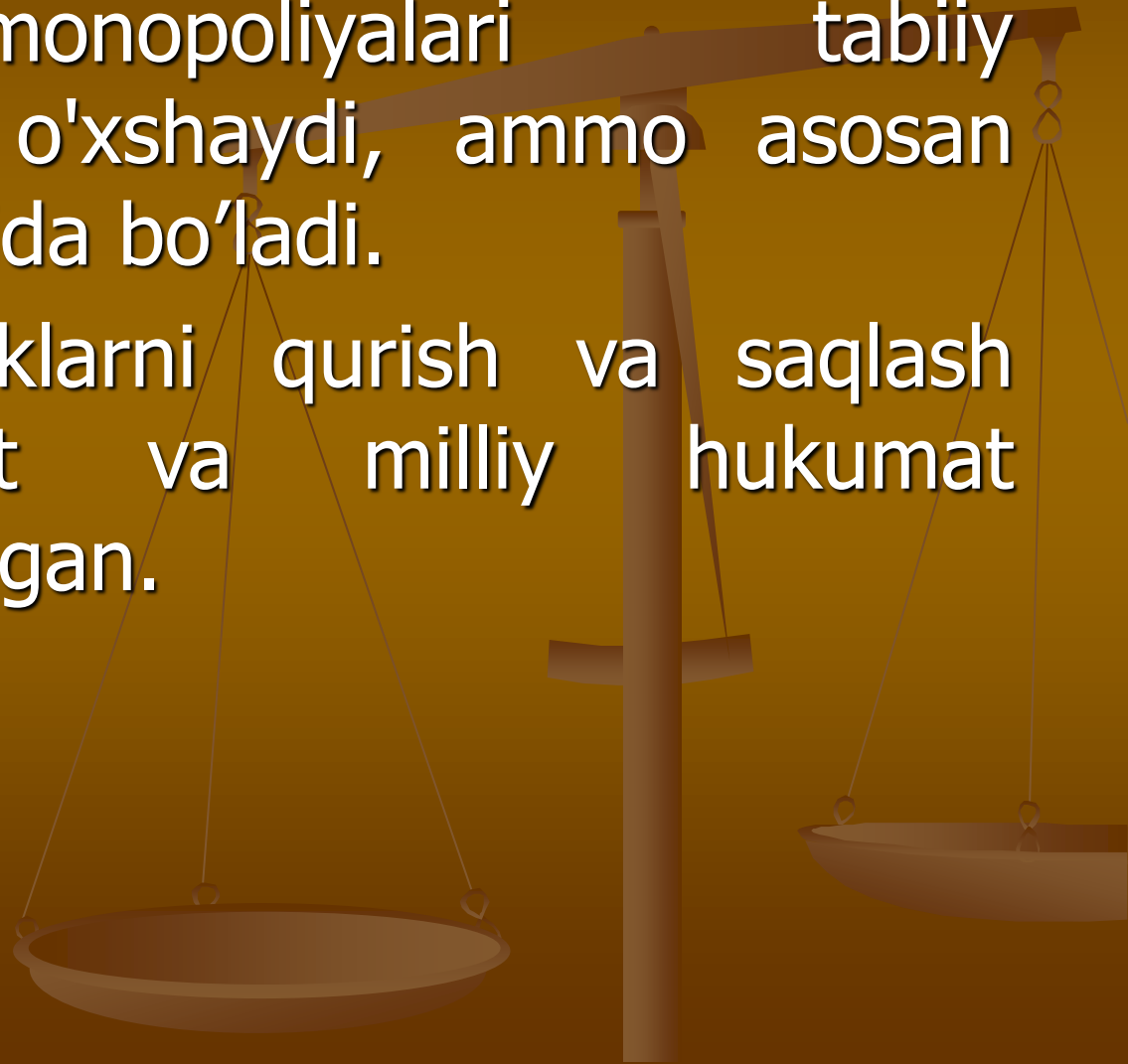
Patent: ma'lum yillar davomida ixtiro qilish, foydalanish yoki sotish uchun eksklyuziv huquqdir.

Mualliflik huquqi: ma'lum yillar davomida ijodiy asarlarni sotish, nashr etish yoki ko'paytirishning mutlaq huquqi.

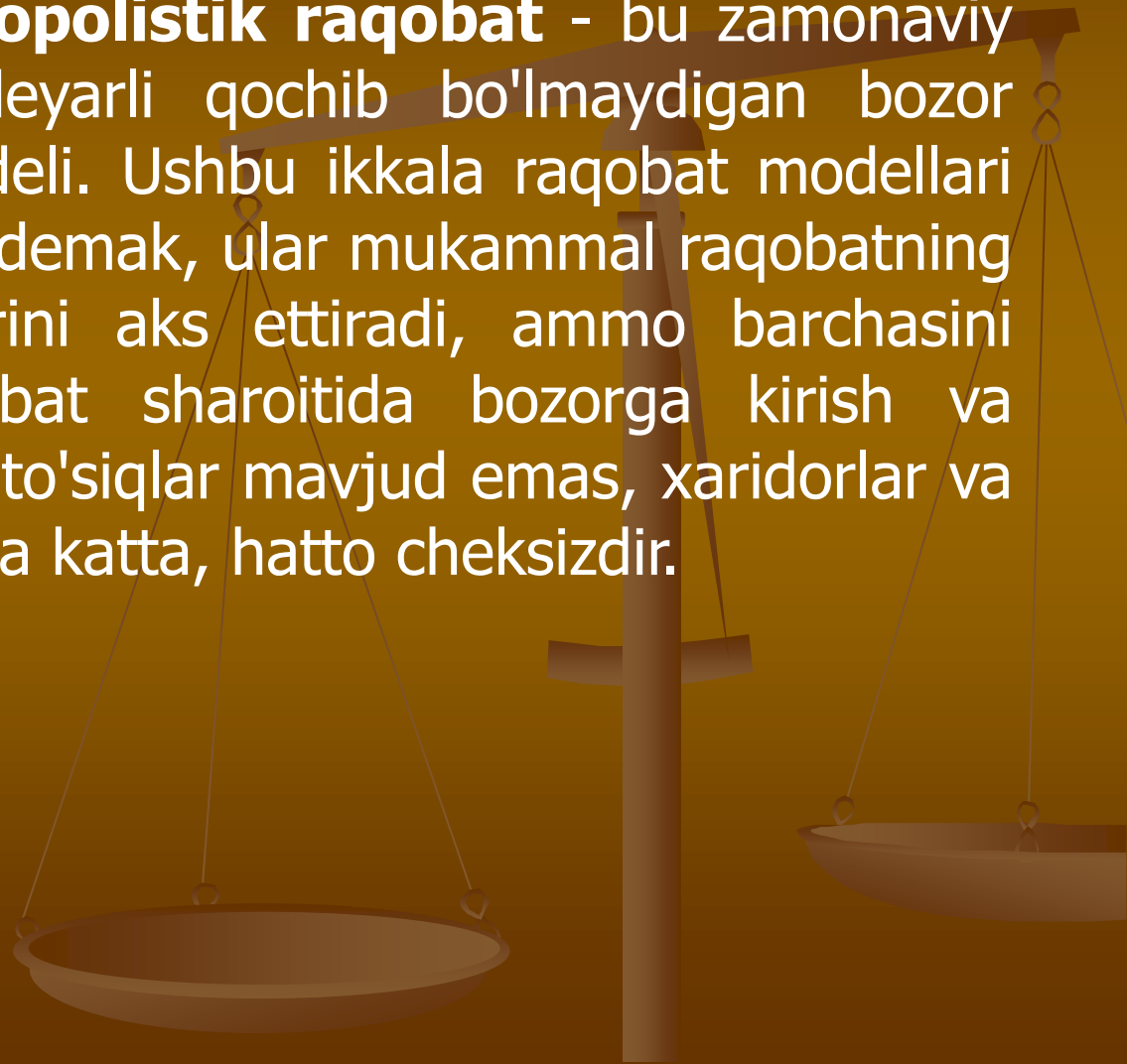
Hukumat monopoliyasi

Hukumat monopoliyalari tabiiy monopoliyalarga o'xshaydi, ammo asosan hukumat tasarrufida bo'ladi.

Yo'llar va ko'priklarni qurish va saqlash mahalliy, davlat va milliy hukumat zimmasiga yuklangan.



Monopolistik va oligopolistik raqobat - bu zamonaviy iste'molchilar uchun deyarli qochib bo'lmaydigan bozor raqobatining ikkita modeli. Ushbu ikkala raqobat modellari ham nomukammaldir - demak, ular mukammal raqobatning o'ziga xos xususiyatlarini aks ettiradi, ammo barchasini emas. Barkamol raqobat sharoitida bozorga kirish va chiqishda hech qanday to'siqlar mavjud emas, xaridorlar va sotuvchilarning soni juda katta, hatto cheksizdir.



Oligapoliya

Oligopoliya: narxlar ustidan nazoratni amalga oshiradigan bir nechta yetkazib beruvchilar tomonidan boshqariladigan bozor.

Oligopoliyaning shartlari

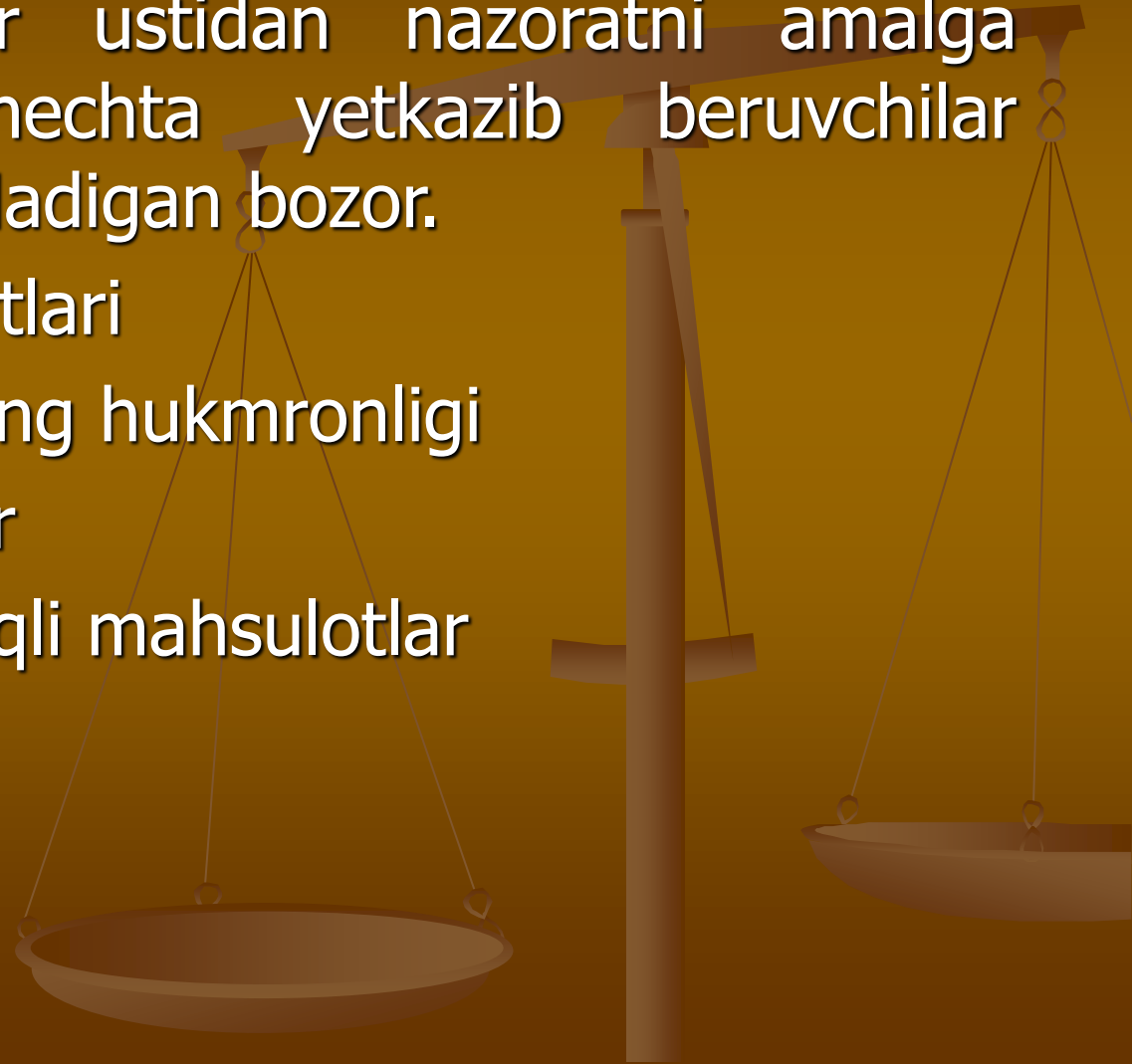
Bir necha sotuvchining hukmronligi

Kirish uchun to'siqlar

Bir xil yoki bir oz farqli mahsulotlar

Narxsiz tanlov

O'zaro bog'liqlik



Oligapoliya

Mahsulotni farqlash: ishlab chiqaruvchilarning o'xshash tovar va xizmatlari o'rtasida farqni aniqlashga urinish uchun sifat va xususiyatlaridagi kichik farqlardan foydalanish

Raqobat narxga bog'liq bo'lmaydi, ammo mahsulotni farqlash iste'molchilarning bir mahsulotning ikkinchi mahsulotga nisbatan qiymatini anglashiga asoslanadi.

Oligapoliya

O'zaro bog'liq xatti-harakatlar:

Oligopoliyada kam sonli firma bo'lganligi sababli, boshqasi nima qilsa ham qolganlar amal qilishi aniq.

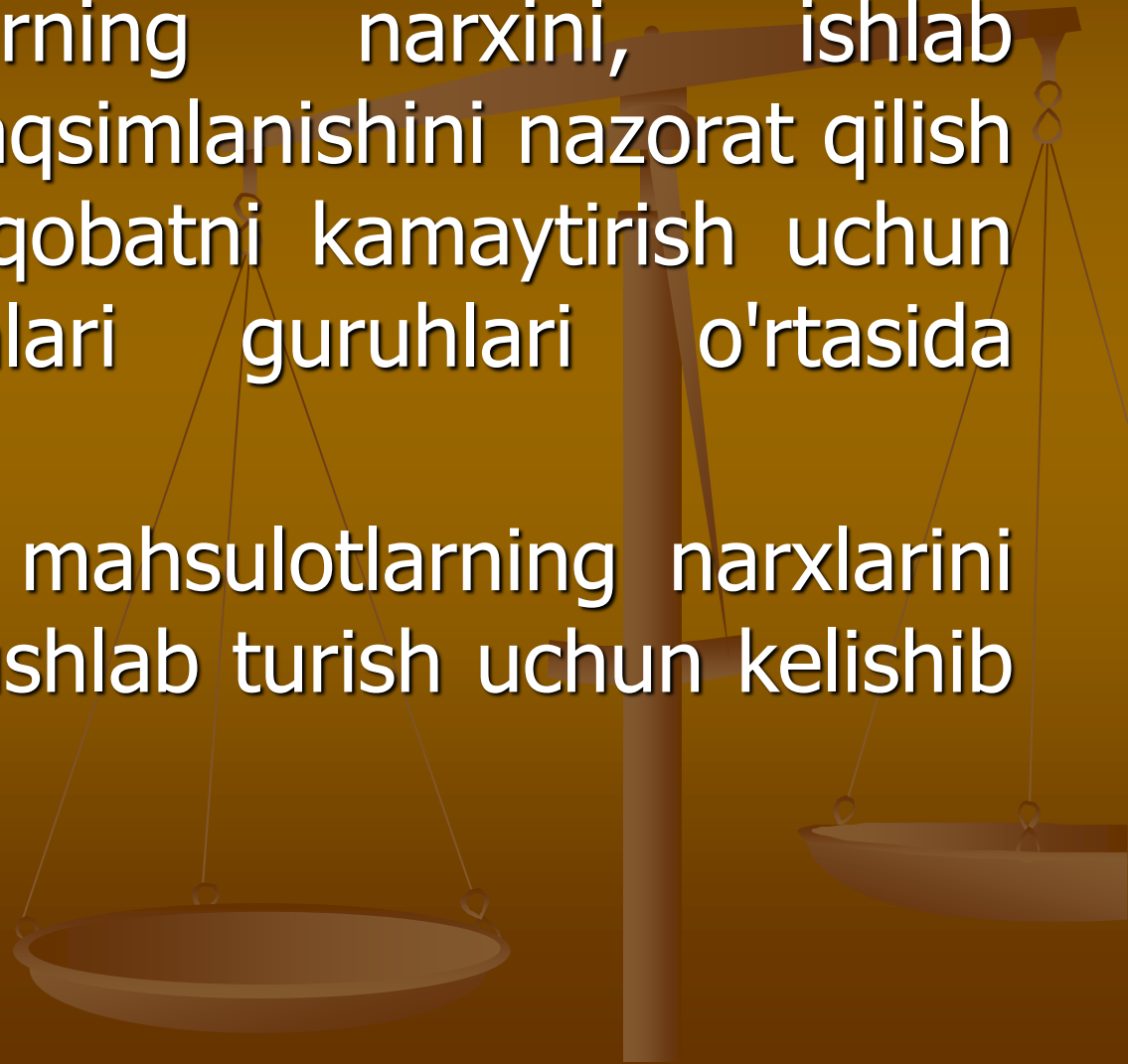
Agar bir aviakompaniya aviachiptalar narxini tushirganda, boshqalari ham shu ishni qilishadi va narxlar urushi boshlanadi.

Ushbu narxlar urushi iste'molchilar uchun aviakompaniya ishdan chiqmaguncha va raqobatning pasayishi narxlarni ko'tarishga majbur qilmaguncha foydalidir.

Oligapoliya

Kartel: tovarlarning narxini, ishlab chiqarilishini va taqsimlanishini nazorat qilish orqali xalqaro raqobatni kamaytirish uchun sanoat korxonalarini guruhlarida o'rtasida kelishuv.

Kartellar turli xil mahsulotlarning narxlarini yuqori darajada ushlab turish uchun kelishib olishadi.



Oligopolistik raqobatning namunalari:

Smartfonlar

Apple

HTC

LG

Samsung

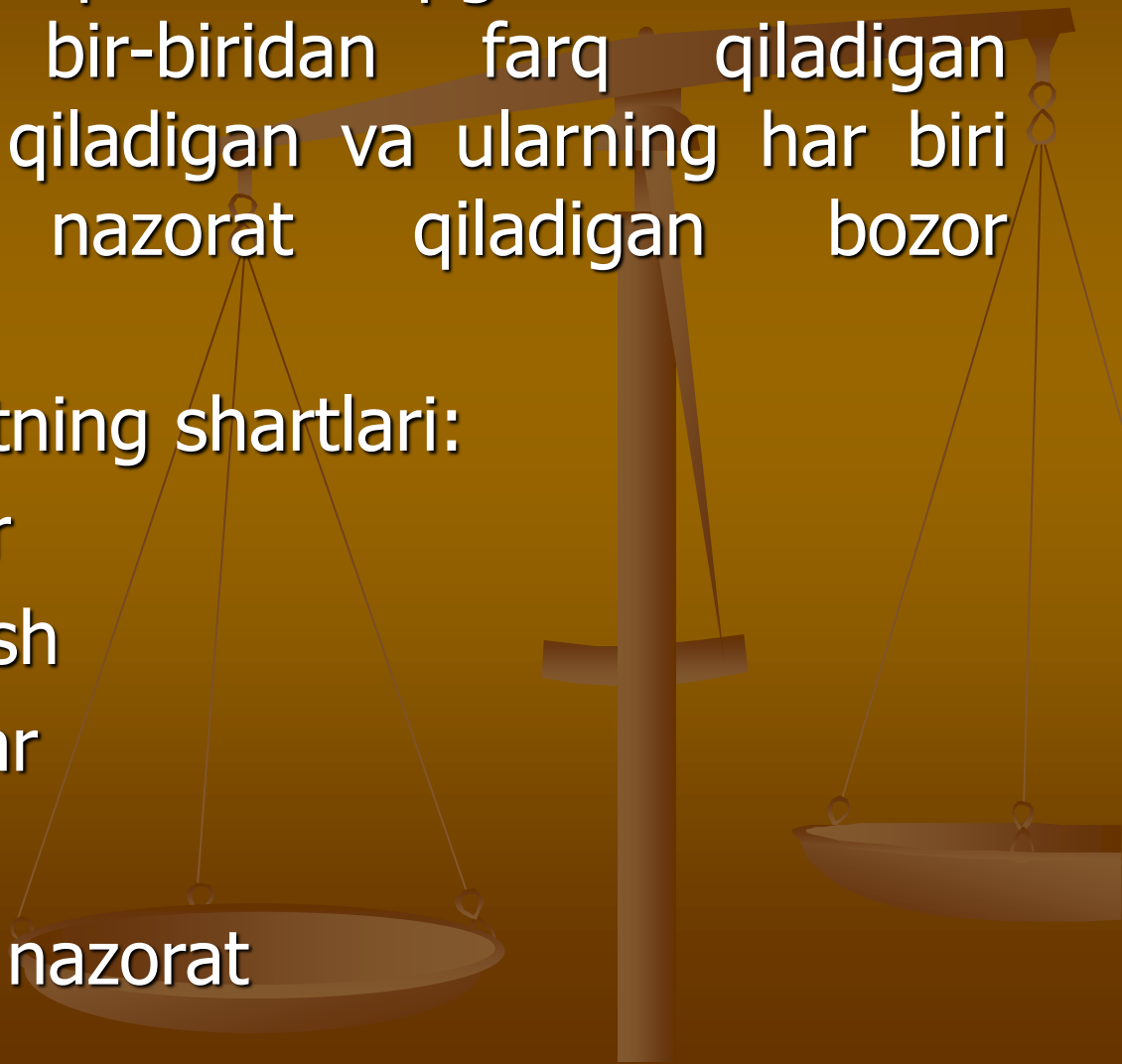


Monopolistik raqobat

Monopolistik raqobat: ko'pgina sotuvchilar o'xshash, ammo bir-biridan farq qiladigan mahsulotlarni taklif qiladigan va ularning har biri narxni bir oz nazorat qiladigan bozor konyunkturasi.

Monopolistik raqobatning shartlari:

- Ko'plab sotuvchilar
- Nisbatan oson kirish
- Turli xil mahsulotlar
- Narxsiz tanlov
- Narx ustidan ba'zi nazorat



Monopolistik raqobat

Monopolistik raqobat - bu raqobatchilar o'xshash yoki bir-biridan farq qilishi mumkin bo'lgan mahsulot yoki xizmatlarni taqdim etadigan bozor modeli. Ushbu modelda raqobatdosh kompaniyalar bir-biriga o'xshash, ammo mukammal o'rnini bosa olmaydigan mahsulotlarni sotadilar. Shunga o'xshash mijozlar bazasi uchun raqobatlashishga imkon beradigan kompaniyalar o'rtasidagi kichik farqlar. Ular o'zlarini mahsulot farqlari, tovar belgilari farqlari, marketing farqlari va / yoki tarqatish farqlari orqali farqlashlari mumkin. Ushbu farqlarning aksariyati haqiqatdan ko'ra seziladi va iste'molchilar va biznes bir-birlari haqida mukammal ma'lumotlarga ega emaslar.

Monopolistik raqobat sharoitida hech kim korxonalar bozor narxlarini to'liq nazorat qila olmaydi; ammo, barcha ishlab chiqaruvchilar narxni biroz nazorat qilishadi. Bozorda kirish va chiqish to'siqlari odatda past. Shu sababli, yangi kompaniyalar uchun bozorga nisbatan osonlik bilan kirish va chiqish erkinligi mavjud. Kimdir yoki u qadar murakkab bo'lmagan biznes hali ham o'z biznesini ochishi va bozorga kirishi mumkin.

Monopolistik raqobatning misollari cheksiz bo'lib tuyuladi, chunki o'xshash mahsulot yoki xizmatlarni taklif qiladigan va bitta bozorda bitta xaridor uchun raqobatlashadigan har qanday ikkita kompaniya monopolistik raqobat bilan shug'ullanadi. Masalan, sizga soch turmagi kerak bo'lsa, ehtimol sizning hududingizda ushbu ehtiyojni qondiradigan bir nechta salon mavjud. Ularning barchasi juda o'xshash, shuning uchun har bir biznesning maqsadi sizni (xaridorni) o'z raqibining ishi o'rniga o'z biznesidan foydalanishga undashdir. Ular o'zlarini raqobatdan ajratib olish uchun biron bir usulni sinab ko'rishadi va agar ular o'zlarini ancha yaxshi ko'rsatishga usta bo'lsa, ular biroz balandroq narxlarni olishlari mumkin. Bu yerda monopolistik raqobat misollarini ko'rib chiqish kerak.

Monopolistik raqobatning namunalari

Kimyoviy tozalash ishlari bilan shig'ullanuvchilar

Barlar / tungi klublar

Qahvaxonalar

Oziq-ovqat do'konlari

Dorixonalar

Yoqilg'i quyish shoxobchalari

Mehmonxonalar

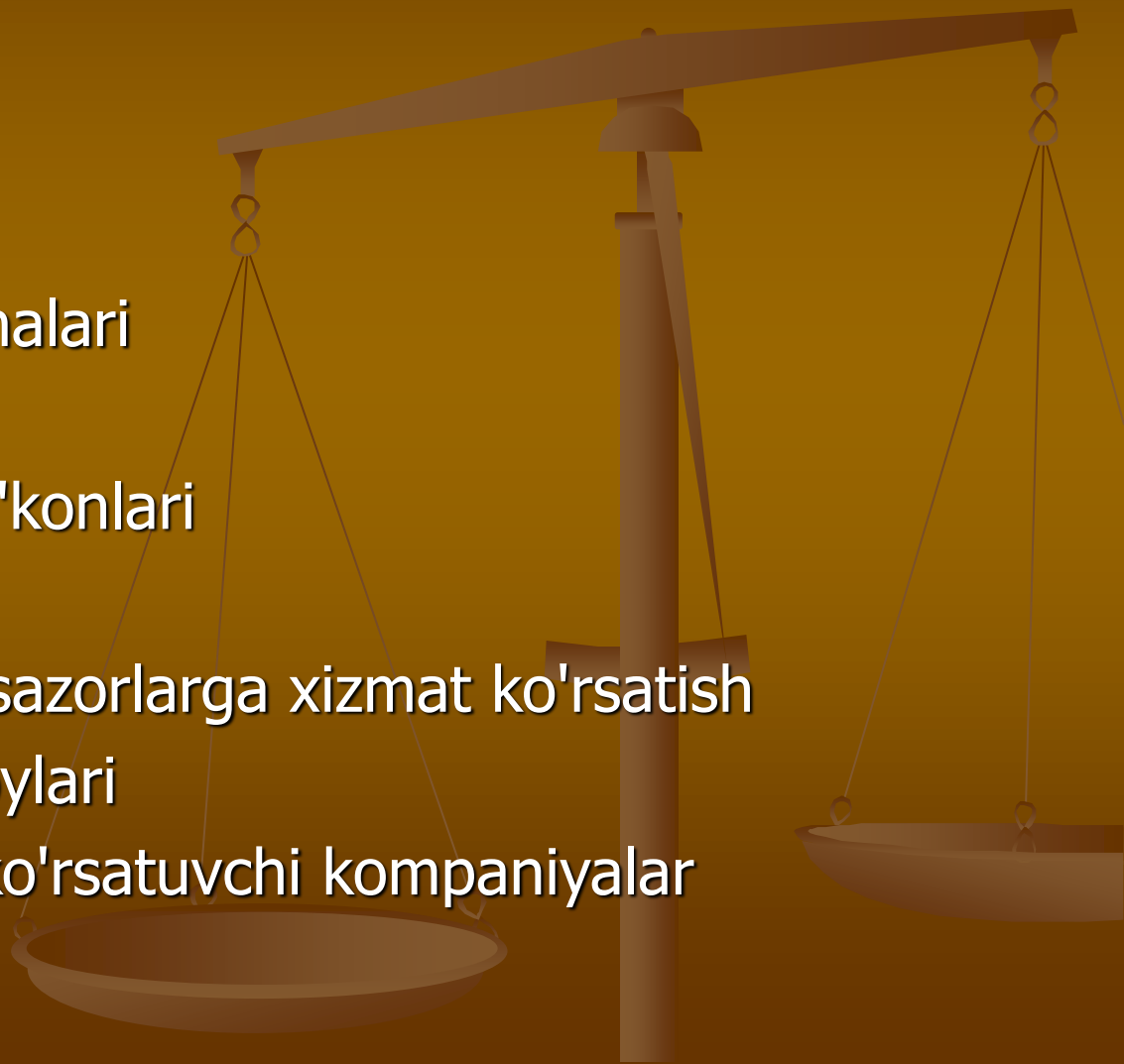
Uskuna / uy jihozlari do'konlari

Mebel do'konlari

Obodonlashtirish / maysazorlarga xizmat ko'rsatish

Avtomobillarni yuvish joylari

Avtomobillarga xizmat ko'rsatuvchi kompaniyalar



Oligapoliya va monopolistik raqobat

Monopolistik raqobat iste'molchilar uchun bozorlar ichida xilma-xillik va tanlov yaratadi. Bu mukammallikka yaqin. Kirish va chiqish uchun kam to'siqlar mavjud bo'lib, ko'plab kompaniyalar ushbu bozor tarkibida raqobatlashadi.

Monopolistik raqobatning ayrim misollariga kafelar, do'konlar, kimyoviy tozalash vositalari va yoqilg'i quyish shoxobchalari kiradi.

Oligopolistik raqobat kirish va chiqish to'siqlari juda yuqori bo'lganda paydo bo'ladi va shu bilan raqobatchilar sonini cheklaydi. Oligopolistik raqobatning eng yaxshi namunalaridan biri bu smartfonlar, tibbiy sug'urta kompaniyalari va aviakompaniyalar.

**E'TIBORINGIZ UCHUN
RAHMAT**

