

8-mavzu. RAQOBAT VA MONOPOLIYA

Bozor iqtisodiyoti rivojlanib borishi bilan raqobatchilik munosabatlari ham takomillashib, o'z shakllarini o'zgartirib boradi.

Ushbu mavzuda raqobatning mohiyati va ob'ektiv asoslari, turlari va shakllari hamda raqobatlashish usullarini, monopoliyaning mohiyati, turlari, shakllari hamda uning afzalliklari va ijtimoiy-iqtisodiy oqibatlarini ochib beramiz.

O'zbekistonda milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan chora-tadbirlar va monopoliyaga qarshi qonunchilik kabi masalalar ko'rib chiqiladi.

8.1. Raqobatning mohiyati, shakllari, turlari va usullari.

Raqobat ko'p qirrali iqtisodiy hodisa bo'lib, u bozorning barcha sub'yektlari o'rtasidagi murakkab munosabatlarni ifodalaydi. Raqobat-bozor sub'yektlari iqtisodiy manfaatlarining to'qnashuvidan iborat bo'lib, ular o'rtasidagi yuqori foyda va ko'proq naflilikka ega bo'lish uchun kurashni anglatadi.

Resurslarni yetkazib beruvchilar o'zlarining iqtisodiy resurslarini, ya'ni kapital, tabiiy resurslar, ishchi kuchini yuqori narxlarda sotish uchun raqobatlashadilar. Raqobat iste'molchilar o'rtasida ham yuz beradi: ular tovarlarni qulay va arzon narxlarda sotib olishga harakat qiladilar, ya'ni xaridorlar har bir sarflangan pul birligi evaziga ko'proq naflilikka ega bo'lishga harakat qiladilar.

Hozirgi bozor iqtisodiyotida raqobatning quyidagi asosiy vazifalarini ajratib ko'rsatish mumkin:

- tartibga solish vazifasi-ishlab chiqarishni talab, ya'ni iste'molga muvofiqlashtirish maqsadida taklifga ta'sir o'tkazishdan iborat. Aynan shu vazifa yordamida iqtisodiyotda taklifning talab orqali, ishlab chiqarish tarkibi va hajmining yakka tartibdagi va ijtimoiy ehtiyojlar orqali belgilanishiga erishiladi, ya'ni iqtisodiyot bozor qonunlari asosida tartibga solinadi;

- resurslarni joylashtirish vazifasi-ishlab chiqarish omillarini ular eng ko'p samara beradigan korxonalar, hudud va mintaqalarga oqilona joylashtirish imkonini beradi;

- innovatsion vazifasi-fan-texnika taraqqiyoti yutuqlariga asoslanuvchi hamda bozor iqtisodiyoti sub'yektlarining rivojlanishini taqozo etuvchi turli ko'rinishdagi yangiliklarning joriy etilishini anglatadi;

- moslashtirish vazifasi-korxonalarining ichki va tashqi muhit sharoitlariga ratsional tarzda moslashishiga yo'naltirilgan bo'lib, ularning shunchaki o'zini-o'zi saqlab, iqtisodiy jihatdan yashab qolishidan xo'jalik faoliyati sohalarining kengayishiga o'tishini bildiradi;

- taqsimlash vazifasi-ishlab chiqarilgan ne'matlar yalpi hajmi yalpi ichki mahsulotning iste'molchilar o'rtasida taqsimlanishiga bevosita va bilvosita ta'sir o'tkazadi;

- nazorat qilish vazifasi-bozordagi ba'zi ishtirokchilarning boshqa bir ishtirokchilar ustidan monopolistik hukmronlik o'rnatishiga yo'l qo'ymaslikka yo'naltiriladi.

Raqobat kurashining mazmuni to'g'risida to'laroq tushunchaga ega bo'lish uchun uning asosiy shakllari va belgilarini ko'rib chiqish zarur.

Iqtisodiy adabiyotlarda bir tarmoq ichidagi raqobatning to'rtta shakli alohida ajratilib ko'rsatiladi. Bular erkin raqobat, monopolistik raqobat, monopoliya va oligopoliyadir.

Erkin raqobat sharoitida bir xil mahsulot ishlab chiqaruvchi tarmoqda juda ko'p sonli korxonalar mavjud bo'ladi. Yuqori darajada tashkil qilingan bozorda ko'plab sotuvchilar o'zlarining mahsulotlarini taklif qiladilar.

Erkin raqobatli bozorda alohida korxonalar mahsulot narxi ustidan sezilarsiz nazoratni amalga oshiradi. Chunki har bir korxonada umumiy ishlab chiqarish hajmi uncha katta

bo'lmaydi. Shu sababli alohida korxonada ishlab chiqarishning ko'payishi yoki kamayishi umumiy taklifga, demak mahsulot narxiga sezilarli ta'sir ko'rsatmaydi.

Erkin raqobat sharoitida yangi korxonalar tarmoqqa erkin kirishi, tarmoqda mavjud bo'lgan korxonalar esa uni erkin tashlab chiqishi mumkin. Xususan yangi korxonalarning paydo bo'lishi va ularning raqobatli bozorda mahsulotlarini sotishga huquqiy, texnologik, moliyaviy va boshqa jiddiy iqtisodiy to'siqlar bo'lmaydi.

Sof monopoliyada tarmoq bitta korxonadan iborat bo'lishi sababli, u mavjud mahsulot va xizmatning yagona ishlab chiqaruvchisi hisoblanadi va yakkahukmronlik shakllanadi.

Monopoliya sharoitida firma narx ustidan sezilarli nazoratni amalga oshiradi. Buning sababi oddiy. U mahsulot va xizmatning yagona ishlab chiqaruvchisi hisoblanadi va taklifning umumiy hajmi ustidan nazorat qiladi.

Monopolistik raqobat o'z ichiga ham monopoliya, ham raqobat unsurlarini oladi. Bunda tarmoqdagi bir turdagi mahsulotning o'nlab ishlab chiqaruvchilari bir-birlari bilan qulay narx hamda ishlab chiqarish hajmiga erishish borasida raqobatlashadilar. Biroq, ayni vaqtda, har bir ishlab chiqaruvchi o'z mahsulotini tabaqalashtirish, ya'ni shu turdagi boshqa mahsulotlardan qaysi bir jihati, sifat darajasi, shakli, qadoqlanishi, sotish sharoitlari va h.k. bo'yicha farqlantirish orqali uning monopol ishlab chiqaruvchisiga aylanadi.

Oligopoliya-tarmoqda u qadar ko'p bo'lmagan korxonalarning mavjud bo'lishi va hukmronlik qilishidir. Bu oligopoliyaning eng muhim belgisidir. Qaysi tovarlar va xizmatlar bozorida nisbatan kam sonli ishlab chiqaruvchilar hukmronlik qilsa, shu tarmoq oligopolistik tarmoq hisoblanadi.

Oligopolistik tarmoq bir xil yoki tabaqalashgan mahsulot ishlab chiqarishi mumkin. Ko'pchilik sanoat mahsulotlari: po'lat, mis, alyuminiy, qo'rg'oshin, temir va shu kabilar-fizik ma'noda bir turdagi mahsulotlar hisoblanadi va oligopoliya sharoitida ishlab chiqariladi. Iste'molchilik tovarlari: avtomobillar, yuvish vositalari, sigaretlar, maishiy elektr buyumlari va shu kabilarni ishlab chiqaruvchi tarmoqlar tabaqalashgan oligopoliya hisoblanadi.

Oligopoliya sharoitida korxonalar o'rtasidagi raqobat o'zaro bog'liq bo'ladi. Oligopolistik tarmoqda hech qaysi korxonada o'zining narx siyosatini mustaqil o'zgartirishga botina olmaydilar.

Hozirda turli darajadagi monopolistik tuzilmalar rivojlanib borishi bilan ular o'rtasidagi raqobatning shakllari ham turli ko'rinishlarda namoyon bo'lib bormoqda. Jumladan, turli monopollashuv darajasidagi tuzilmalar o'rtasida mavjud bo'lishiga ko'ra quyidagi raqobat turlarini ajratib ko'rsatish mumkin:

- monopollashmagan korxonalar o'rtasidagi raqobat;
- monopoliyalar hamda monopolistik birlashmalarga kirmagan ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi raqobat;
- turli monopoliyalar o'rtasidagi raqobat;
- monopolistik birlashmalar ichidagi raqobat.

O'z miqyosiga ko'ra raqobat ikki turga - tarmoq ichidagi va tarmoqlararo raqobatga bo'linadi.

Tarmoqlar ichidagi raqobat ishlab chiqarish va sotishning qulayroq sharoitiga ega bo'lish, qo'shimcha foyda olish uchun bir tarmoq korxonalarini o'rtasida boradi. Har bir tarmoqda texnika bilan ta'minlanish darajasi va mehnat unumdorligi darajasi turlicha bo'lgan korxonalar borligi sababli shu korxonalarda ishlab chiqarilgan tovarlarning individual qiymati bir xil bo'lmaydi.

Tarmoq ichidagi raqobat tovarlarning ijtimoiy qiymatini, boshqacha aytganda, bozor qiymatini aniqlaydi va belgilaydi. Bu qiymat, odatda, o'rtacha sharoitda ishlab chiqarilgan va

muayyan tarmoq tovarlarining anchagina qismini tashkil etadigan tovarlarning qiymatiga mos keladi.

Tarmoqlar ichidagi raqobat natijasida texnikaviy darajasi va mehnat unumdorligi yuqori bo'lgan korxonalar qo'shimcha foyda oladilar va aksincha, texnika jihatdan nochor korxonalar esa, o'zlarida ishlab chiqarilgan tovar qiymatining bir qismini yo'qotadilar va zarar ko'radilar.

Tarmoqlararo raqobat turli tarmoqlar korxonalari o'rtasida eng yuqori foyda normasi olish uchun olib boriladigan kurashdan iborat. Bunday raqobat foyda normasi kam bo'lgan tarmoqlardan foyda normasi yuqori tarmoqlarga kapitallarning oqib o'tishiga sabab bo'ladi. Yangi kapitallar ko'proq foyda keltiruvchi sohalarga intilib, ishlab chiqarishning kengayishiga, taklif ko'payishiga olib keladi. Shu asosda, narxlar pasaya boshlaydi. Shuningdek, foyda normasi ham pasayadi. Kam foyda keltiruvchi tarmoqlardan kapitalning chiqib ketishi teskari natijaga olib keladi: bu yerda ishlab chiqarish hajmi o'zgaradi, tovarlarga bo'lgan talab ular taklif qilishidan oshib ketadi, buning oqibatida narxlar ko'tariladi, shu bilan birga foyda normasi oshadi. Natijada tarmoqlararo raqobat ob'yektiv ravishda qandaydir dinamik muvozanatni keltirib chiqaradi. Bu muvozanat kapital qaerga sarflanganligidan qat'iy nazar, teng kapital uchun teng foyda olinishiga intilishni ta'minlaydi. Demak, tarmoqlararo raqobat kapital qaysi tarmoqqa kiritilmasin, xuddi shu tarmoq foyda normalarini o'rtacha foyda normasiga tenglashtiradi.

Shuningdek, iqtisodiy adabiyotlarda g'irrom va halol raqobatlashuv usullari ham ajratib ko'rsatiladi. Raqobatlashuvning noan'anaviy, jamiyat tomonidan e'tirof etilmagan, ijtimoiy ahloq qoidalari doirasidan chetga chiquvchi, noiqtisodiy ya'ni, jismoniy kuch ishlatish, majburlash, raqiblarning obro'siga putur yetkazish va h.k. usullaridan foydalanish g'irrom raqobat deb yuritiladi. G'irrom raqobat orqali firmalar o'z raqiblarining tarmoqqa kirib kelishini tajovuzkorona va shafqatsiz bartaraf qilishi mumkin. Bank va resurslarni yetkazib beruvchilarni material va kredit berishdan voz kechirish, yetakchi mutaxassislarni og'dirib olish, narxni keskin pasaytirish g'irrom raqobatning oddiy usullaridir.

Halol raqobat-raqobat kurashida jamiyat tomonidan tan olingan, iqtisodiy usullarni qo'llash, o'zining maqsad va manfaatlariga erishishda umumjamiyat manfaatlariga zid keluvchi holatlarni qo'llamaslik kabi qoidalarga asoslanadi.

Raqobat kurashining ikki usuli farqlanadi: narx vositasidagi raqobat va narxsiz raqobat.

Narx vositasida raqobatlashuvda kurashning asosiy usuli bo'lib ishlab chiqaruvchilarning o'z tovarlari narxini boshqa ishlab chiqaruvchilarining shunday mahsulotlari narxiga nisbatan pasaytirishi hisoblanadi.

Uning asosiy va eng ko'p qo'llaniladigan ko'rinishi-narxlar jangi deb ataladi, bunda yirik ishlab chiqaruvchilar raqiblarini tarmoqdan siqib chiqarish uchun narxni vaqti-vaqti bilan yoki uzoq muddat pasaytirib turadi. Bu usulni qo'llash uchun ishlab chiqaruvchi boshqa raqiblariga qaraganda unumliroq texnologiyani kiritishi, malakaliroq ishchilarni yollashi va ishlab chiqarishni yaxshiroq tashkil qilishi keraq bo'ladi. Faqat shundagina uning tovarining individual qiymati bozor qiymatidan past bo'lib, mazkur tovar narxini tushurish imkoniyatini beradi.

Narx vositasida raqobatlashish usullaridan biri - demping narxlarini qo'llashdir. Bunda milliy ishlab chiqaruvchilar o'zlarining tovarlarini boshqa mamlakatlarga ichki bozordagi narxlardan, ayrim hollarda tannarxidan ham past bo'lgan narxlarda sotadi.

Shu orqali ular ichki bozorda narxlarning barqarorligiga erishish, mamlakatdagi ortiqcha mahsulotni yo'qotish, yangi bozorlarga kirib olish va unda o'zlarining iqtisodiy mavqeini mustahkamlashga xaraqat qiladi.

Ayrim hollarda narx yordamida raqobatlashishning belgilangan narxlardan chegirma qilish, asosiy xarid qilingan tovarlarga boshqa tovarlarini qo‘shib berish, muayyan hollarda imtiyozli narxlarni belgilash kabi usullaridan ham foydalaniladi.

Hozirgi davrda bozor iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda narx yordamida raqobat qilish o‘z o‘rniga ega emas, chunki ishlab chiqaruvchilardan birining o‘z mahsulotiga narxni pasaytirishi uning raqobatchilarining ham shunday xaraqat qilishini taqozo qiladi. Bu bozorda firmalarning mavqeini o‘zgartirmaydi, faqat tarmoq bo‘yicha foydani kamaytiradi.

Narxsiz raqobat shu bilan tavsiflanadiki, bunda raqobat kurashining asosiy omili tovarlarning narxi emas, balki uning sifati, servis xizmat ko‘rsatish, ishlab chiqaruvchi firmaning obro‘-e‘tibori hisoblanadi.

Narxsiz raqobat bilan bir vaqtda yashirin narx yordamidagi raqobat ham bo‘lishi mumkin. Buning uchun yangi tovarlarning sifati oshishi va iste‘mol xususiyatlarining yaxshilanishi ular narxlarining oshishiga qaraganda tez ro‘y berishi keraq. Hozirgi davrda bir turdagi mahsulotlarning ko‘payishi ularning sotishni rag‘batlantiruvchi reklama, tovar belgilaridan foydalanishni keltirib chiqarmoqda. Iste‘molchilik bozorida qo‘shimcha xizmat ko‘rsatish orqali xaridorlarni o‘ziga jalb qilish keng tarqalmoqda.

Narxsiz raqobatning tovar sifatini tabaqalashtirish kabi usuli ham mavjudki, bunda tovarlar bir xildagi ehtiyojni qondirishi va bir turga mansub bo‘lishi, lekin turli-tuman iste‘mol xossalriga ega bo‘lishi mumkin.

Tovarlar talabga nisbatan ortiqcha bo‘lgan sharoitda ishlab chiqaruvchilar tovarlarini kreditga sotish usulidan foydalanib raqiblaridan ustun kelishlari mumkin. Bunda dastlab tovar narxining faqat bir qismi to‘lanadi, uning qolgan qismi esa shartnomada kelishilgan aniq muddatlarda to‘lanadi.

Fan-texnika taraqqiyoti avj olgan hozirgi sharoitda, texnika va texnologiyaning eng yangi yutuqlari ustidan nazorat qilish uchun kurash raqobatning asosiy usullaridan biriga aylanib bormoqda. Bundan tashqari, ishlab chiqaruvchi korxonalar xaridorlarni jalb qilish maqsadida uzoq muddat foydalaniladigan iste‘molchilik tovarlariga kafolatli va kafolatdan keyingi xizmat ko‘rsatishni amalga oshirmoqdalar. Masalan, kompyuter ishlab chiqaruvchi korxonalar, o‘z mahsulotini sotibgina qolmasdan, balki uni o‘rnatadi, korxonalar xodimlarini ulardan foydalanishga o‘rgatadi, kafolatlangan muddatda va undan keyingi davrda ta‘mir ishlarini bajaradi, texnikaviy xizmatni amalga oshiradi; maxsulotlari o‘lchamlarini buyurtmachi ehtiyojlariga yaqinlashtiradi.

Narxsiz raqobat usullari ichida marketing muhim ahamiyatga ega bo‘lib, u mahsulot ishlab chiqarish va sotish jarayonini talabga moslashtiruvchi tadbirlar tizimidan iborat. Bozor iqtisodiyoti sharoitida talabni yaxshi o‘rgangan va iste‘molchilar ehtiyojlarini to‘laroq qondira oladigan korxonalar har doim raqobat kurashida yutib chiqadi.

Yirik ishlab chiqaruvchilar bozordagi vaziyatni o‘zgartirish uchun o‘zlarining ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalanishni kamaytirib tovar taklifini qisqartiradilar. Shu sababli iqtisodiy beqarorlik davrlarida ham narx barqorligicha qolaveradi.

Shunday qilib, monopoliyalar hukmron bo‘lgan sharoitda narxsiz raqobat muhim o‘rin tutadi. Buning sababi shundaki, birinchidan, monopoliyalar tovar sifatini oshirish, iste‘molchilarga xizmat ko‘rsatishni yaxshilash yo‘li bilan sotiladigan tovar hajmini ko‘paytirishi mumkin. Ikkinchidan, ular moliyaviy jihatdan kuchli bo‘lganligi sababli mahsulotini yangilash, ishlab chiqarishni qayta jihozlash va reklamaga zarur bo‘lgan mablag‘ni sarflay oladilar.

8.2. Monopoliyalarning iqtisodiy asosi va ularning turlari.

«Monopoliya» atamasining kelib chiqishi bozorga oid tushunchalar, grekcha «monos»-yagona, bitta va «poleo»-sotamandan tarkib topsada, biroq uning iqtisodiy asoslari aslida ishlab chiqarishga borib taqaladi. Monopoliya-monopol yuqori narxlarni o'rnatish hamda monopol yuqori foyda olish maqsadida tarmoqlar, bozorlar va yaxlit makroiqtisodiyot ustidan hukmronlikni amalga oshiruvchi yirik korxonalar, kompaniya, korporatsiyalarning birlashmalari [2, 3, 4].

Monopoliyalar vujudga kelishining moddiy asosi ishlab chiqarishning to'planishi hisoblanadi. Ishlab chiqarishning to'planishi ishlab chiqarish vositalari, ishchi kuchi hamda mahsulot ishlab chiqarish hajmining yirik korxonalarda to'planishini namoyon etadi.

Ishlab chiqarish to'planishining asosiy sababi bo'lib olinayotgan foyda hajmining ko'payishi hisoblanadi. Foydani muntazam ravishda ko'paytirib borish maqsadida tadbirkor olingan qo'shimcha mahsulot foydaning bir qismini kapitallashtiradi, ya'ni unga qo'shimcha ishlab chiqarish vositalari va ishchi kuchi sotib oladi. Bu esa ba'zi bir korxonalarining o'sishi hamda ishlab chiqarish miqyoslarining kengayishiga olib keladi. Shu bilan birga raqobat amaldagi kapitalning ixtiyoriy yoki majburiy birlashtirish, markazlashtirish tendensiyasini keltirib chiqaradi. Shunday qilib, ishlab chiqarish to'planishining moddiy asosi bo'lib kapitalning to'planishi va markazlashuvi hisoblanadi.

Kapitalning to'planishi-bu qo'shimcha qiymatning bir qismini jamg'arish yoki kapitallashtirish natijasida kapital hajmining oshishidir. Bu jarayon quyidagi ko'rsatkichlar orqali tavsiflanadi: korxonadagi ishlovchilar soni, korxonaning ishlab chiqarish quvvati, qayta ishlanayotgan xom ashyo miqdori, tovar aylanmasi hajmi, foyda hajmi.

Kapitalning to'planishi kapitalning markazlashuvi jarayoni bilan yanada to'ldiriladi. Kapitalning markazlashuvi-bu bir kapital tomonidan boshqa birining qo'shib olinishi yoki bir qancha mustaqil kapitalning aktsiyadorlik jamiyati shaklida ixtiyoriy birlashishi orqali kapital hajmining o'sishidir.

Monopoliyalarning mohiyatini ochib berishda uning turlarini ko'rib chiqish muhim ahamiyat kasb etadi. Monopoliyalarning turlarini bir necha mezonlarga ko'ra ajratish mumkin.

1. Bozorni qamrab olish darajasiga ko'ra: sof monopoliya, oligopoliya va monopsoniya.

Sof monopoliya-tarmoqdagi yagona ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchining narx va ishlab chiqarish hajmini belgilashdagi yakkahukmronlik holati hisoblanadi. O'zbekistonda sof monopoliyalar sifatida «O'zbekiston havo yo'llari» AJ, «O'zbekiston temir yo'llari» AJ misol keltirish mumkin. Darhaqiqat, ular o'z tarmoqlaridagi tegishli faoliyatlarning yagona ishlab chiqaruvchisi hisoblanadilar. Shuningdek, ba'zi hollarda tarmoqdagi monopolist ishlab chiqaruvchilar sonining ko'payib borishi monopolistik raqobat holatining vujudga kelishiga sabab bo'ladi. Monopolistik raqobat-tarmoqdagi ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchilar soni ko'p hamda ular o'rtasida ma'lum darajada raqobat mavjud bo'lgan, biroq har bir ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchi o'z tovar yoki xizmatining alohida, maxsus xususiyatlari mavjudligi sababli ularning narxi va ishlab chiqarish hajmini belgilashdagi ma'lum darajada hukmronlik holati hisoblanadi. Bunga misol tariqasida ko'plab mebel, kiyim-kechak turlari, kir yuvish vositalari va boshqa mahsulotlar ishlab chiqaruvchilarini keltirish mumkin.

Oligopoliya-tarmoqdagi bir necha yirik ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchining narx va ishlab chiqarish hajmini belgilashdagi hukmronlik holati hisoblanadi. Oligopolist-ishlab chiqaruvchilarga O'zbekistonda sement (asosan Bekobod, Quvasoy, Ohangaron, Navoiy shaharlarida joylashgan), ko'mir (Angren shahri, Surxondaryo viloyatining Sariosiyo (Sharg'un) va Boysun (To'da) tumanlarida joylashgan) ishlab chiqarishni misol keltirish mumkin.

Monopsoniya-tarmoqdagi ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchilar soni juda ko'p bo'lib, ular tovar yoki xizmatlarining yagona iste'molchisi yoki xaridori mavjud bo'lgan sharoitdagi yakkahukmronlik holati hisoblanadi. Bunga «GM Uzbekistan» kompaniyasi yaqqol misol bo'la oladi. Mazkur yirik korxonalar mamlakatimizdagi yengil avtomobillarni ishlab chiqarishda zarur bo'lgan ko'plab ehtiyot va butlovchi qismlarni ularning nisbatan mayda ishlab chiqaruvchilaridan sotib olishda yakkahukmronlik mavqeiga ega bo'ladi.

2. Monopoliyaning vujudga kelishi sababi va tavsifiga ko'ra: tabiiy monopoliya, qonuniy monopoliya, sun'iy monopoliya.

Tabiiy monopoliya tarkibiga kamyob va ishlab chiqarishning erkin tarzda takror hosil qilib bo'lmaydigan unsurlariga (nodir metallar, foydali qazilmalar va h.k.) ega bo'lgan mulkdorlar va xo'jalik tashkilotlari kiradi. Shuningdek, mazkur monopoliya tarkibiga o'ziga xos texnologiyaning qo'llanishi sababli raqobatni rivojlantirib bo'lmaydigan ba'zi bir tarmoqlar va ishlab chiqarish turlari ham kiritiladi.

Tabiiy monopoliya-korxonaning texnologik xususiyatlari sababli mahsulotga bo'lgan talabni qondirish raqobat mavjud bo'lmagan sharoitda samaraliroq amalga oshiriluvchi tovar bozorining holati. Bunday samaradorlik ishlab chiqarish hajmining ko'payib borishi bilan tovar birligiga to'g'ri keluvchi xo'jalik xarajatlarining ahamiyatli darajada pasayib borishida namoyon bo'ladi. Shu bilan birga, tabiiy monopoliya sub'yektlari tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlar iste'molini boshqa turdagi mahsulotlar bilan almashtirib bo'lmaydi.

Qonuniy monopoliya-bu qonuniy tarzda tashkil etiluvchi monopolistik holat. Ular tarkibiga raqobatdan himoya qiluvchi quyidagi monopoliya shakllarini kiritish mumkin:

1) patent tizimi-bu ixtirochi va mualliflar tomonidan yaratilgan ixtirolar, foydali modellar, sanoat namunalarini tasdiqlovchi hamda ularga mutloq huquqni taqdim etish tizimi. Bu jarayon maxsus guvohnomalar-patentlar orqali amalga oshiriladi;

2) mualliflik huquqi-ilmiy, badiiy va san'at asarlari, ijro san'ati fonogrammalari, ko'rsatuvlar, efir to'lqini yoki kabel orqali tasvir uzatish kabilarni yaratish va ulardan foydalanish munosabatlarini qonuniy tarzda tartibga solish shakli. Mualliflik huquqi faqat mualliflar tomonidan o'z mahsulotlarini ma'lum vaqtga yoki butunlay sotish, ulardan nusxa olish va ko'paytirishga ruxsat berish imkonini ta'minlaydi;

3) tovar belgilari-bu savdo belgilari, nishonlari, maxsus ramzlari, nomi va boshqalarni ro'yxatga olish, huquqiy jihatdan himoya qilish va ulardan foydalanish bo'yicha paydo bo'lgan munosabatlarni qonuniy tarzda tartibga solish shakli.

Sun'iy monopoliya-monopol foyda olish maqsadida tashkil etiluvchi birlashmalarning shartli, tabiiy monopoliyalardan ajratib turish uchun nomi.

Sun'iy monopoliya o'z manfaatlari yo'lida bozor muhiti tuzilishini ataylab o'zgartiradi, ya'ni:

-bozorga yangi raqiblarning kirib kelishiga yo'l qo'ymaslik uchun turli to'siqlar hosil qiladi (xom ashyo va energiya manbalarini egallab oladi; banklarning yangi korxonalarga kredit berishini taqiqlashga harakat qiladi va boshqalar);

- ishlab chiqarishning eng yuksak darajadagi texnologiyasiga erishib, qolgan raqiblarini bu darajaga chiqishiga imkon bermaydi;

- ishlab chiqarish miqyosi samarasidan unumliroq foydalanish imkonini beruvchi nisbatan yirik hajmdagi kapitalni qo'llaydi;

- o'z faoliyatini yuqori darajada reklama qilish orqali boshqa raqobatchilarni bozordan siqib chiqarishga harakat qiladi.

Sun'iy monopoliyalar kartel, sindikat, trest, konsortsium, kontsern kabi aniq shakllarda namoyon bo'ladi.

Kartel-bitta sanoat tarmog'idagi bir necha korxonalarining uyushmasi bo'lib, uning ishtirokchilari ishlab chiqarish vositalari va mahsulotlariga o'z mulkiy egaligini saqlab qoladi, yaratilgan mahsulotlarni sotish esa kvota, ya'ni mahsulot ishlab chiqarish umumiy hajmidagi har bir ishtirokchining ulushi, sotish narxlari, bozorlarning bo'lib olinishi va h.k. bo'yicha kelishuv asosida amalga oshiriladi.

Sindikat-bir turdagi mahsulot ishlab chiqaruvchi bir necha korxonalarining birlashmasi. Bunda ishlab chiqarish vositalariga mulkchilik birlashma ishtirokchilarining o'zida saqlanib qolgan holda, ular tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulot maxsus tashkil etilgan yagona sotish tashkiloti orqali amalga oshiriladi.

Trest-ishlab chiqarish vositalari va tayyor mahsulotga birgalikdagi mulkiy egalikni ta'minlovchi ishlab chiqaruvchilarning yuridik shaxs ko'rinishidagi birlashmasi.

Konsortsium-tadbirkorlarning yirik moliyaviy operatsiyalarini birgalikda amalga oshirish maqsadida birlashuvi (masalan, yirik miqyosli loyihalarga juda katta miqdorda va uzoq muddatli kredit berish yoki investitsiyalar qo'yish).

Kontsern-rasmiy jihatdan mustaqil bo'lgan, ko'p tarmoqli korxonalarining (sanoat, savdo, transport va bank kabi turli soha korxonalarini) majmuini o'z ichiga oluvchi birlashma. Odatda bunday birlashma ma'lum ishlab chiqarish faoliyatini bosqichma-bosqich ravishda amalga oshirish uchun zarur bo'lgan turli soha korxonalarini va tashkilotlaridan tuziladi. Bunda bosh tashkilot qolgan ishtirokchilar faoliyati ustidan moliyaviy nazorat olib boradi. Hozirda sun'iy monopoliyalarning sanab o'tilgan shakllari orasida konsernlar keng tarqalgan.

Monopoliyaning iqtisodiy taraqqiyotga ta'sir qiluvchi ijobiy va salbiy tomoni mavjud. Uning ijobiy tomoni asosan quyidagi ikkita jihat orqali namoyon bo'ladi:

1) monopoliya ma'lum tarmoqlarda nisbatan samarali amal qiladi va xarajatlarning tejalishiga olib keladi;

2) monopolist bo'lmagan, mayda, raqobatlashuvchi soha korxonalariga nisbatan monopolistik korxonalarda ishlab chiqarishga ilmiy-texnika taraqqiyoti yutuqlarini joriy etish uchun ko'proq rag'bat va imkoniyat mavjud bo'ladi.

Monopoliyaning salbiy tomoni sifatida quyidagi jixatlarni ko'rsatish mumkin:

- resurslarning oqilona taqsimlanmasligi;
- daromadlardagi tengsizlikning kuchayishi;
- iqtisodiy turg'unlik va fan-texnika taraqqiyotining sekinlashuvi;
- iqtisodiyotda demokratik harakatlarning to'sib qo'yilishi.

Bundan ko'rinadiki, monopolistik faoliyat iqtisodiy rivojlanishiga ancha jiddiy ta'sir ko'rsatishi, taraqqiyot yo'liga g'ov bo'lishi ham mumkin. Shunga ko'ra, bugungi kunda deyarli barcha mamlakatlar iqtisodiyotida monopoliyalarni davlat tomonidan tartibga solish chora-tadbirlari qo'llanilib, bu monopoliyaga qarshi siyosat deb ataladi. Davlatning monopoliyaga qarshi siyosati asosini monopoliyaga qarshi qonunchilik tashkil etib, u turli mamlakatlarda turli darajada rivojlangan bo'ladi.

Odatda AQSHdagi monopoliyaga qarshi qonunchilik nisbatan ilgariroq va mukammalroq ishlab chiqilgan, deb hisoblanadi. U quyidagi uchta qonunchilik hujjatlariga asoslanadi.

1. Sherman qonuni (1890 yilda qabul qilingan). Bu qonun savdoni yashirin monopollashtirish, u yoki bu tarmoqdagi yakka nazoratni qo'lga olish, narxlar bo'yicha kelishuvlarni taqiqlaydi.

2. Kleyton qonuni (1914 yilda qabul qilingan). Bu qonun mahsulot sotish sohasidagi cheklovchi faoliyatlarni, narx bo'yicha kamsitish, ma'lum ko'rinishdagi birlashib ketishlar, o'zaro bog'lanib ketuvchi direktoratlar va boshqalarni taqiqlaydi.

3. Robinson-Petmen qonuni (1936 yilda qabul qilingan). Bu qonun savdo sohasidagi cheklovchi faoliyatlar, narxlar qaychisi, narx bo'yicha kamsitishlar va boshqalarni taqiqlaydi.

1950 yilda Kleyton qonuniga Seller-Kefover tuzatishi kiritildi. Unda noqonuniy birlashib ketishlar tushunchasiga aniqlik kiritilib, aktivlarni sotib olish orqali birlashib ketish taqiqlandi. Agar Kleyton qonuni yirik korxonalarining gorizontal ravishdagi birlashib ketishlariga to'siq qo'ygan bo'lsa, Seller-Kefover tuzatishi vertikal ravishdagi birlashib ketishlarga cheklov kiritdi.

8.3. O'zbekistonda raqobat muhitini shakllantirish bo'yicha chora-tadbirlar va monopoliyaga qarshi qonunchilik.

Raqobatning amal qilishi ma'lum shart-sharoitlar mavjud bo'lishini taqozo qiladi. Bu shart-sharoitlar faqat bozor munosabatlari qaror topgan muhitda bo'lishi mumkin. Shunday ekan, bozor iqtisodiyotini yuzaga keltirish ayni vaqtda raqobatchilik muhitining shakllanishini bildiradi.

Bozor munosabatlari rivojlangan mamlakatlarda raqobatchilik muhiti uzoq davr davomida, o'z-o'zidan, evolyusion yo'l bilan vujudga kelgan. Bu asta-sekin erkin raqobat muhitini keltirib chiqargan.

Iqtisodiyotda monopollashuv prinsiplari kuchayib borishi bilan raqobat cheklanadi, shu sababli raqobatchilik muhitini vujudga keltirishda davlat ham qatnashadi. Bu esa, yuqorida ta'kidlanganidek, davlatning monopoliyalarga qarshi siyosatida o'z aksini topadi. Har bir mamlakatdagi aniq vaziyat, ya'ni iqtisodiyotning monopollashuv darajasi uning miqyosi va tavsifiga qarab, bu siyosat erkin raqobat muhitini yangidan yaratish, uni saqlab qolish, zarur bo'lganda qaytadan tiklash, raqobat usullarini qaror toptirish kabilarga qaratiladi.

Ma'muriy-buyruqbozlik iqtisodiyotidan bozor iqtisodiyotiga o'tayotgan mamlakatlarda, shu jumladan, bizning respublikada sog'lom raqobatga shart-sharoit hozirlash, iqtisodiy sub'yektlar mustaqilligini kengaytirish orqali ularni raqobatchilikka jalb qilish iqtisodiy islohotlarni amalga oshirishga qaratilgan chora-tadbirlarning muhim jihatlari hisoblanadi.

Bugungi kunda O'zbekistonda ham uyushmalar, konsernlar, korporatsiyalar, kompaniyalar shaklidagi monopoliyalar saqlanib qolgan bo'lib, ular ko'pincha tarmoq vazirliklari mavqe va vazifalariga ega bo'ladilar. Mahsulot va xom ashyolarning alohida turlarini limit va fond ko'rinishida taqsimlashning eskicha tizimi, shuningdek, biznesni amalga oshirish uchun ruxsat, litsenziya, sertifikatlar berish, kelishish kabi mavjud ma'muriy to'siqlar monopolistik tendensiyalarga ko'proq imkon yaratadi.

Shunday qilib, O'zbekistonda raqobatchilik muhitini vujudga keltirishning asosiy yo'li, bu raqobatni inkor qiluvchi davlat monopoliyasidan nodavlat, turli xo'jalik shakllarining mavjudligiga asoslangan va iloji boricha erkin raqobatni taqozo etuvchi bozor tizimiga o'tishdir. Bu yerda raqobatchilik munosabatlarini shakllantirish, avvalo, mustaqil erkin tovar ishlab chiqaruvchilarning paydo bo'lishini taqozo qiladi, chunki raqobatning asosiy sharti alohidalashgan, mulkiy mas'uliyat asosida o'z manfaatiga ega bo'lgan va tadbirkorlik tahlikasini zimmasiga oluvchi erkin xo'jalik sub'yektlarining mavjudligi, ularning bozor orqali aloqa qilishidir.

Shu maqsadda O'zbekistonda «Monopol faoliyatni cheklash to'g'risida»gi qonun (1992 yil, avgust) kuchga kiritildi hamda uning asosida raqobatchilikni rivojlantirishga qaratilgan bir turkum me'yoriy hujjatlar ishlab chiqildi. Mazkur qonunga ko'ra, bozorda ataylab taqchillik hosil qilish, narxlarni monopollashtirish, raqobatchilarning bozorga kirib borishiga to'sqinlik qilish, raqobatning g'irrom usullarini qo'llash man etiladi. Qonunni buzuvchilar raqibiga yetkazgan zararni qoplashlari, jarima to'lashlari, g'irromlik bilan olgan foydadan mahrum etilishlari shart.

Iqtisodiyot va monopoliyaga qarshi amaliyot sohasidagi ahamiyatli o'zgarishlar tegishli qonunchilik bazasini yanada takomillashtirishni taqozo etdi. Shunga ko'ra, O'zbekiston

Respublikasi Oliy Majlisi tomonidan 1996 yil 27 dekabrda «Tovar bozorlarida monopolistik faoliyatni cheklash va raqobat to'g'risida»gi yangi qonun qabul qilindi. Ushbu qonun monopolistik faoliyat va g'irrom raqobatning oldini olish, uni cheklash, to'xtatishning tashkiliy va huquqiy asoslari belgilab berib, respublikaning tovar bozorlarida raqobat munosabatlarini shakllantirish va samarali amal qilishga qaratilgan.

Shuningdek, qonunda asosan ikkita muhim yo'nalish, ya'ni birinchidan, monopoliyaga qarshi taribga solishning prinsipial yangi ko'rinishi bo'lib, u mavjud va saqlanib qolgan monopolistlar tomonidan bozorda hukmronlik mavqeini suiste'mol qilishning oldini olish va unga barham berishni ko'zda tutsa, ikkinchidan, eng asosiy muhim masalalardan bo'lib hisoblangan monopoliyadan chiqarish va sog'lom raqobat muhitini shakllantirish ekanligi belgilab qo'yilgan.

Monopoliyaga qarshi faol choralarini amalga oshirish uchun 1992 yilda O'zbekistonda monopoliyaga qarshi bo'linma Moliya vazirligining Monopoliyaga qarshi va narx siyosati bosh boshqarmasi sifatida tashkil etildi. Boshqarmaga ro'yxatga kiritilgan monopoliya mavqidagi korxonalar mahsuloti bo'yicha narxlarni va rentabellikni tartibga solib turish huquqi berildi. 1996 yilda ushbu boshqarma negizida Moliya vazirligi huzuridagi Monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirish qo'mitasi tashkil qilindi. 2000 yilda Respublika Birinchi Prezidentining «O'zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirish davlat qo'mitasini tashkil etish to'g'risida»gi Farmoniga asosan monopoliyaga qarshi bo'linma Moliya vazirligi tarkibidan chiqarildi va mustaqil davlat qo'mitasiga aylantirildi. Keyinchalik mazkur qo'mitaning faoliyatini yanada takomillashtirish va samaradorligini oshirish maqsadida O'zbekiston Respublikasi Birinchi Prezidentining 2005 yil 30 apreldagi Farmoniga binoan mazkur qo'mita Monopoliyadan chiqarish, raqobatni va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash davlat qo'mitasiga aylantirildi. 2017 yil 18 aprelda O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning PF-5016-sonli «O'zbekiston Respublikasi xususiylashtirilgan korxonalariga ko'maklashish va raqobatni rivojlantirish davlat qo'mitasini tashkil etish to'g'risida»gi Farmoni hamda PQ-2897-sonli «Xususiylashtirilgan korxonalar bilan ishlash samaradorligini oshirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi Qaroriga asosan Xususiylashtirilgan korxonalariga ko'maklashish va raqobatni rivojlantirish davlat qo'mitasi tashkil etildi.

Respublikada monopol mavqeiga ega bo'lgan korxonalarni Davlat reestriga kiritish uchun mezonlar belgilashda jahon tajribasi hamda o'tish davrining o'ziga xos jihatlari hisobga olinadi.

Respublikada agar korxonalar ishlab chiqargan muayyan mahsulotlar bozordagi shu turdagi mahsulotning 35% dan ortiq bo'lsa, bu korxonalar monopolistik korxonalar sifatida Davlat reestriga kiritiladi. Oziq-ovqat tovarlari guruhi uchun bunday mezon darajasi 20% deb belgilangan.

Respublikada monopoliyalar ro'yxatiga kirgan korxonalar yoki tarmoqlarning bozordagi mavqeini tartibga solishda davlat bir qator usullardan foydalanadi. Bu usullardan ikkitasini ajratib ko'rsatish lozim:

1) monopol mavqidagi korxonalar mahsulotlariga narxlarning eng yuqori darajasini yoki rentabellikning chegarasini belgilab qo'yish;

2) o'z monopol mavqeini suiste'mol qilgan monopolistik birlashmalarni bo'lib tashlash yoki maydalashtirish. Bu usul Vazirlar Mahkamasining qarori bilan tasdiqlangan Ob'yektlarning xo'jalik yurituvchi jamiyatlar va shirkatlar tarkibidan chiqish tartibi to'g'risidagi Nizom" asosida amalga oshiriladi. O'zbekiston Respublikasining "Iste'molchilarning huquqlarini himoya qilish to'g'risida" gi qonuni asosida g'irrom raqobatga, shu jumladan Respublika bozorlariga belgilangan talablarga javob bermaydigan tovarlarni chiqarishga yo'l qo'ymaydigan mexanizmni yaratishga ham alohida e'tibor beriladi.

Tabiiy monopoliyalarni davlat yo'li bilan tartibga solish, mahsulot va xizmatlariga narxlar va tariflar darajasini, shuningdek taklif etiladigan tovarlar va xizmatlar turiga doir asosiy ko'rsatkichlarni belgilashni o'z ichiga oladi.

Respublikada raqobatchilik muhitini vujudga keltirishda amalga oshirilayotgan barcha ishlar bozor iqtisodiyotini tarkib toptirishga xizmat qiladi.

Monopoliyaga qarshi qonunchilik davlatning monopoliyaga qarshi kurash siyosati demakdir. Monopoliyaga qarshi qonunchilik asosan, quyidagi yo'nalishlar bo'yicha shakllandi.

Birinchi, ishlab chiqarish (tarmoq)ni boshqaruvchi qonunlar. Bu qonunlarga binoan, odatda, hech bir korxonalar (korporatsiya)ning biror turdagi mahsulot ishlab chiqarishning yarmidan ko'pini nazorat qilishga huquq berilmaydi.

Ikkinchi, barcha yirik korporatsiyalar ishtirokchilari boshqa korporatsiyalar aksiyalarining ma'lum cheklangan miqdoridan ortig'iga ega bo'la olmasligi belgilab qo'yiladi.

Uchinchi, narxlarni bozor muvozanati belgilagan darajadan yuqori yoki past turishini, narx ustidan kelishib olishni ta'qiqlovchi kartellarga qarshi qonunlar joriy qilinadi.

Bozorda monopoliyani o'rnatishga urinishlar va monopol mavqeni suiste'mol qilishni taqiqlaydigan trestlarga qarshi birinchi qonun-Sherman qonuni AQShda 1890 yilda qabul qilingan. Monopoliyaga qarshi qonunchilik va uni amalga oshirish uchun zarur bo'lgan chora tadbirlar har bir mamlakatda sharoit taqozo etgan shakllarda amal qiladi. Bunda sog'lom raqobat muhitini himoya qilish maqsadida turli ko'rinishdagi, monopolistic foaliyatlar ustidan davlat tomonidan tartibga solish amalga oshiriladi.

Kleyton qonuni - (1914 y) - istemolchilarni narx orqali qochirish, majburiy shartnomalar tuzish, raqobatni korxonalarining zaiflashuviga olib keluvchi aksiyalarni sotib olish ta'qiqlanishidan iborat. Sellar -Kefaver qonuni - (1950 y) bu qonunda Kleyton qonuniga o'zgartirish kiritilgan bo'lib, unda nafaqat raqobatni korxonalarining zaiflashuviga olib keluvchi aksiyalarni, balki ishlab chiqarish vositalarini sotib olish ham ta'qiqlanadi.

Monopoliyaga qarshi faoliyatni tartibga solishning asosiy yo'nalishlari:

- bozorning monopollashuvini cheklash;
- raqobatchi kompaniyalar qo'shilishini ta'qiqlash;
- monopol narxlar belgilanishini ta'qiqlash;
- raqobatni madaniylashgan tarzda olib borishni qo'llab-quvvatlashdan iborat.

Tartibga solinadigan narx o'rtacha umumiy xarajatlarga teng bo'lsa, monopolist hech qanday iqtisodiy foyda olmaydi. Iqtisodiy monopoliyalar-ishlab chiqarish va kapitalning to'planishi hamda korxonalarining turli yo'llar bilan birlashishi natijasida vujudga keladi. Masalan kartelni olaylik. Kartel bu - bir tarmoq korxonalarining ittifoqi bo'lib, uning ishtirokchilari to'liq iqtisodiy mustaqilligini saqlab qoladi, faqat ishlab chiqarish hajmi, sotish bozorlari va baholari to'g'risida kelishib oladilar. Yoki sindikatni olaylik. Sindikat - bir turdagi mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalar birlashmasi bo'lib, uning a'zolari ishlab chiqarish sohasida mustaqilligini saqlab qoladi, mahsulot esa sindikat mulki sifatida sotiladi. Qolaversa ishlab chiqarish vositalari va mahsulotga birgalikda egalik qiluvchi korxonalar guruhi bo'lib, foyda qo'shilgan capital hajmiga qarab ham taqsimlanishi mumkin.

Tabiiy monopoliyada o'rtacha umumiy xarajatlar kamaytirilib, marjinal xarajatga nisbatan o'rtacha umumiy xarajat kamroq qilib belgilanadi. Shuning uchun, narx o'rtacha umumiy qiymati quyida bo'ladi va monopolist zarar ko'radi.

Tartibga solinadigan xarajatlar narx belgilashda monopolist tomonidan aniq hisob-kitob qilinmasa, u monopolist kam xarajat, ammo foyda ham ko'rmaydi. Amalda, monopolistlar yuqori foyda olish maqsadida xarajatlar kamaytirib, chekli iqtisodiy xarajatlar ba'zi talablaridan amalda foydalanmay bu muammodan qutulishga harakat qiladi. Monopoliya bilan

shugʻullanish uchun hukumat tomonidan ishlatiladigan uchinchi siyosat davlat mulk siyosati hisoblanadi.

Monopoliyaga qarshi kurashish qoʻmitasining qarori (19.04.2019 yilda 3155-son bilan roʻyxatdan oʻtkazilgan) bilan Qonun hujjatlarining raqobatga taʼsirini baholash metodikasi tasdiqlandi.

Raqobatga taʼsirni baholash chogʻida tovar va moliya bozorlarida raqobatni bevosita yoki bilvosita cheklaydigan holatlar aniqlanadi. Bunda baholash ikki xil usul asosida amalga oshiriladi:

1) «ex-ante» - qonunlar, Prezidentning, Oliy Majlis palatalarining, Vazirlar Mahkamasining qarorlari, Prezidentning farmonlari, vazirliklar, davlat qoʻmitalari va idoralarning normativ-huquqiy hujjatlari loyihalariga (bundan keyin - NHH loyihalari) nisbatan;

2) «ex-post» - amaldagi qonun hujjatlariga nisbatan.

NHH loyihalarini baholash.

Ushbu usulga koʻra, NHH loyihasi quyidagi oqibatlarining biriga olib kelgan yoki olib kelishi mumkin boʻlganda uning taʼsiri raqobat uchun salbiy deb baholanadi:

- tovar ishlab chiqaruvchi yoki xizmat koʻrsatuvchi xoʻjalik yurituvchi subʼyektlarning doirasi va sonini cheklasa;

- yetkazib beruvchilarning oʻzaro raqobatlashish imkoniyatini chegaralasa yoki ularning bunga qiziqishini pasaytirsas;

- isteʼmolchilar uchun kerakli axborotni tanlash imkonini chegaralasa.

NHH loyihalarida muayyan koʻrsatmalar mavjud boʻlsa, baholash uchun Monopoliyaga qarshi kurashish qoʻmitasiga (yuqori yuridik kuchga ega boʻlgan NHH) yoki uning hududiy boʻlinmalariga (mahalliy hokimiyat organlarining hujjatlari loyihalari) kiritiladi. Masalan: ruxsat berish xususiyatiga ega hujjatlar va litsenziyaning yangi turlarini joriy etish; bozor ishtirokchilarida ortiqcha xarajatlarga olib kelishi mumkin boʻlgan talablar yoki shartlarni kiritish; tabiiy monopoliya subʼyektlarining tovar (ish, xizmat)lari narxi (tarifi)ni, shuningdek boshqa tartibga solinadigan narx (tarif)ni oshirish va h.k. Jami 10 banddan iborat. Roʻyxat batafsil hisoblanadi.

Baholash yakunlariga koʻra ikki nusxada xulosa tuziladi, bir nusxasi loyihani ishlab chiqqan tashkilotga yuboriladi, u uni koʻrib chiqishi shart. Olingan xulosa loyiha bilan birga huquqiy ekspertizadan oʻtkazishi uchun Adliya vazirligiga taqdim etiladi. Loyiha Oliy Majlis, Prezidentning Administratsiyasi, Vazirlar Mahkamasiga kiritilganda unga xulosa majburiy tartibda ilova qilinadi.

Amaldagi hujjatlarni baholash.

«Ex-post» usuli boʻyicha raqobat toʻgʻrisidagi qonun hujjatlari buzilishini aniqlash yuzasidan amaldagi NHH yiliga kamida ikki marotaba xatlovdan oʻtkaziladi. Ular aniqlansa, Monopoliyaga qarshi kurashish qoʻmitasi va uning hududiy boʻlinmalari:

- yuqori yuridik kuchga ega boʻlgan qonun hujjatlari yuzasidan - Prezident Administratsiyasi hamda Vazirlar Mahkamasiga takliflar kiritadi;

- vazirliklar, davlat qoʻmitalari, idoralar, hokimliklarning qonun hujjatlari yuzasidan - qonun hujjatlari buzilish holatini bartaraf etish toʻgʻrisida taqdimnoma kiritadi.

Baholashni oʻtkazishda rasmiy va norasmiy axborotlardan foydalaniladi. Rasmiy axborotlarga xalqaro shartnomalar, internetning rasmiy resurslari, vakolatli davlat organlarining statistik maʼlumot va hisobotlari, sud amaliyoti kiradi. Norasmiy maʼlumot Monopoliyaga qarshi kurashish qoʻmitasiga NNT hamda fuqarolar tomonidan kiritilgan murojaatlar, internetning norasmiy resurslari, tijorat maʼlumotlari, jamoatchilik orasida oʻtkaziladigan soʻrovnomalar yordamida olinishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Борисов Е.Ф. Экономическая теория. Учебник. Перераб. и доп. 2-е изд.- М.: Проспект, 2005.- с. 144-208-544.
2. Кочетков А.А. Экономическая теория: Учебник для бакалавров. М.: Дашков и К, 2016.- с. 696
3. Видяпин В.И., Добрынин А.И., Журавлева Г.П., Тарасевич Л.С. Экономическая теория. Учебник. Под общ. ред. авторов изд., испр. и доп.- М.: ИНФРА-М, 2005, X-XI главы.
4. Gaibnazarova Z.T. Iqtisodiyot nazariyasi. Iqtisodiyotning umumiy nazariy asoslari. O'quv-uslubiy qo'llanma.- T.: ToshDTU, 2013.- 122 б.
5. Gaibnazarova Z.T., Isamuxametov Sh.A. Iqtisodiyot nazariyasi. O'quv qo'llanma.- T.: Iqtisodiyot, 2017.- 368 б.