

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O'RTA
MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI**

QARSHI MUHANDISLIK-IQTISODIYOT INSTITUTI

“NEFT VA GAZ” FAKULTETI

“NEFT VA GAZ GEOLOGIYASI VA QIDIRUV ISHLARI” KAFEDRASI

NGR-302 GURUH TALABASI HALIMOV SHOHRUXNING

**“IQTISODIYOT NAZARIYASI” FANIDAN “MONOPOL HUKMRONLIK
VA MONOPOLIYAGA QARSHI SIYOSAT” MAVZUSIDA YOZGAN**

REFERATI

Bajardi:

Halimov Sh.

Qabul qildi:

Turobov Sh.

QARSHI-2012

Reja:

Kirish

- 1. Monopol hukmronlik to'g'risida tushuncha**
- 2. Monopoliyalarning iqtisodiy asoslari va ularning turlari**
- 3. Ishlab chiqarish kontsentratsiyasi va monopol hukmronlik ko'rsatkichlari**
- 4. O'zbekistonda raqobatchilik muhitining vujudga kelishi va monopoliyaga qarshi qonunchilik**

Xulosa

Foydalanilgan adabiyotlar royxati

KIRISH

Iqtisodiyotda bozor mexanizmining samarali amal qilishi va raqobat muhitining ta'minlanishi monopoliyalar, ularning kelib chiqish sabablari va amal qilish xususiyatlarini ko'rib chiqishni taqozo etadi.

Monopoliya tushunchasiga turli o'quv adabiyotlarida turlicha ta'rif beriladi. Jumladan, ba'zi o'rinlarda uni «davlat, korxonalar, tashkilotlar, sotuvchilarning qandaydir xo'jalik faoliyatini amalga oshirishdagi mutlaq huquqi»¹ sifatida qaralsa, boshqa holatlarda «faoliyatning u yoki bu sohasida shaxs yoki kishilar guruhining har qanday (ba'zi adabiyotlarda – yakka) hukmronlik holati»² deb ta'riflanadi. Bu ta'riflardagi monopoliyaning «mutlaq huquq» yoki «har qanday yoki yakka hukmronlik holati» kabi tavsiflari uning mohiyatini aniq yoritib berolmasligi sababli, uni quyidagicha ta'riflash o'rinli deb hisoblaymiz: **monopoliya – monopol yuqori narxlarni o'rnatish hamda monopol yuqori foyda olish maqsadida tarmoqlar, bozorlar va yaxlit makroiqtisodiyot ustidan hukmronlikni amalga oshiruvchi yirik korxonalar (firma, korporatsiyalar)ning birlashmalari**³.

«Monopoliya» atamasining kelib chiqishi bozorga oid tushunchalardan (ya'ni, grekcha «monoc» - yagona, bitta va «poleo» - cotaman) tarkib topsada, biroq uning iqtisodiy asoslari aslida ishlab chiqarishga borib taqaladi.

Monopoliyalar vujudga kelishining moddiy asosi ishlab chiqarishning to'planishi hisoblanadi. **Ishlab chiqarishning to'planishi ishlab chiqarish**

¹ Ekonomicheskaya teoriya: Uchebnik. - Izd., ispr. i dop. / Pod obsh. red. akad. V.I.Vidyapina, A.I.Dobrinina, G.P.Juravlevoy, L.S.Tarasevicha. – M.: INFRA-M, 2005, 121-b.

² Kulikov L.M. Ekonomicheskaya teoriya: ucheb. – M.: TK Vebli, Izd-vo Prospekt, 2005, 191-b.; Tojiboyeva D. Iqtisodiyot nazariyasi: Oliy o'quv yurtlari talabalari uchun o'quv qo'llanma. T.: «O'qituvchi», 2002, 246-b.

³ Bu mazmundagi ta'riflar quyidagi manbalarda ham berilgan: Shishkin A.F. Ekonomicheskaya teoriya: Uchebnoye posobiye dlya vuzov. 2-e izd. Kn.1. – M.: Gumanit. izd. tsentr VLADOS, 1996, 597-b.; Borisov ye.F. Ekonomicheskaya teoriya: ucheb. – 2-e izd., pererab. i dop. - M.: TK Velbi, Izd-vo Prospekt, 2005, 208-b.; Osnovi ekonomicheskoy teorii. Politekonomiya: Uchebnik /Pod red. d-ra ekon. nauk, prof. D.D.Moskvina. Izd. 3-e, ispravl. – M.: editorial URSS, 2003, 499-b.

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 (foyda)ning bir qismini kapitallashtiradi, ya'ni unga qo'shimcha ishlab chiqarish vositalari va ishchi kuchi sotib oladi. Bu esa ba'zi bir korxonalarning o'sishi hamda ishlab chiqarish miqyoslarining kengayishiga olib keladi. Shu bilan birga raqobat amaldagi kapitallarning ixtiyoriy yoki majburiy birlashtirish, markazlashtirish tendentsiyasini keltirib chiqaradi. Shunday qilib, ishlab chiqarish to'planishining moddiy asosi bo'lib kapitalning to'planishi va markazlashuvi hisoblanadi.

1. Monopol hukmronlik to'g'risida tushuncha

Iqtisodiy adabiyotlarda sof monopoliyani o'rganishga ham keng o'rin ajaratiladi. Chunki, birinchidan, sof monopoliyalar iqtisodiy faoliyatda sezilarli o'rin tutsalar (ba'zi hollarda YaMMning 5-6% darajasida), ikkinchidan, bozorning monopolistik raqobat, oligopoliya kabi real modellarini tushunishga yordam beradi.

Sof monopoliya tarmoqda mahsulot ishlab chiqaruvchi va xizmat ko'rsatuvchi yagona firma mavjud bo'lib, bu mahsulot va xizmatlarning yaqin o'rinbosarlari bo'lmagan sharoitda amal qiladi.

Sof monopoliyaning asosiy tavsiflovchi belgilari quyidagilar orqali namoyon bo'ladi:

1. Tarmoqda yagona sotuvchining mavjudligi.

Sof monopolist bita firmadan iborat bo'lgan tarmoq hisoblanadi. Bu o'rinda firma va tarmoq aynan bir tushunchadan iboratdir.

2. Yaqin o'rinbosar mahsulot va xizmatlarning mavjud emasligi.

Sof monopoliyaning vujudga kelishining asosiy sababi – uning mahsulotining yaxshi va yaqin o'rinbosarlari mavjud emasligidir. Natijada xaridor uchun tanlov imkoniyati mavjud bo'lmay, u mazkur mahsulotni monopolistdan sotib olmagan taqdirdan umuman undan voz kechishiga to'g'ri keladi.

Sof monopoliya sharoitida tovarlar reklamasi o'ziga xos xususiyat kasb etadi. Bunda reklama ma'lum ahamiyat kasb etuvchi va, aksincha, ahamiyatga ega bo'lmagan mahsulot turlari farqlanadi. Agar, zeb-ziynat buyumlarini reklama qilish orqali xaridorlarning e'tiborlarini jalb etib, sotish hajmini ko'paytirish mumkin bo'lsa, mahalliy telefon va elektr tarmog'i, kommunal xizmat ko'rsatish korxonalarining mahsulotlari uchun reklamaga mablag' sarflash uchun zarurat yo'q.

3. Narx ustidan to'liq nazoratning mavjudligi.

Agar sof raqobat sharoitida ishlab chiqaruvchi mavjud narxlarga «ko'nikishga» majbur bo'lsa, sof monopoliya sharoitida ishlab chiqaruvchi barcha taklif hajmini belgilab berganligi uchun narx ustidan to'liq nazoratga ega bo'ladi.

Agar mahsulot narxi tushib ketguday bo'lsa, u mahsulot ishlab chikarish hajmini qisqartirish orkali narxni tartibga solishi mumkin.

4. Tarmoqqa kirishda to'siqlarning mavjudligi.

Sof monopolist uchun raqobatchilarning mavjud bo'lmashligi tarmoqqa kirish uchun ma'lum iqtisodiy, texnik, huquqiy va boshqa turdagi to'siqlar qo'yilishi bilan izohlanadi. Bu to'siqlar quyidagi shakllarda namoyon bo'ladi:

1) ishlab chiqarish miqyosining o'sishi natijasidagi tejamning vujudga kelishi.

Ba'zi bir tarmoqlardagi zamonaviy texnologiyalar samarali ishlab chiqarishni ta'minlash uchun yirik miqyosdagi korxonalar tashkil etilishini taqozo etadi. Ishlab chiqarish miqyosining o'sish samarasi juda ahamiyatli bo'lgan tarmoqda firma o'rtacha xarajatlari egri chizig'i ishlab chiqarish hajmining kata kesmasi davomida pasayib boradi. Bunday holda eng kam xarajat yoki eng past narxlarga erishish uchun firmalarning juda oz yoki yagona soni taqozo etiladi. Shunga ko'ra yirik ishlab chiqaruvchilar tomonidan egallangan tarmoqda mayda ishlab chiqaruvchilarning samarali faoliyati uchun sharoit mavjud bo'lmaydi, chunki ular yirik korxonalar tomonidan olinuvchi xarajatlardan tejamni ololmaydilar. Yirik ishlab chiqaruvchi sifatida tarmoqqa kirish esa amaliy jihatdan mumkin emas.

2) jamoat foydalanishi korxonasi ko'rinishidagi tabiiy monopoliyalar.

Ba'zi bir tarmoqlarda ishlab chiqarish miqyosining o'sishi bilan shartlashgan tejam juda keskin namoyon bo'lib, u yerda raqobatning mavjud bo'lishi qiyin yoki umuman mumkin emas. Bunday tarmoqlar tabiiy monopoliyalar deb atalib, elektr va gaz ta'minoti kompaniyalari, avtobus firmalari, kabel televideniyesi, suv ta'minoti va aloqa korxonasi kabi ko'plab jamoat foydalanishidagi korxonalar uning tarkibiga kiradi. Bunday tarmoqlarga odatda davlat tomonidan istisno tarzidagi imtiyozlar berib qo'yiladi. Buning evaziga esa davlat bunday monopoliyatlarning faoliyatini tartibga solib turish huquqini o'zida saqlab qoladi.

Bunday tarmoqlarda raqobat hosil qilish uchun bir necha firmalarni tashkil etish o'zini oqlamaydi. Chunki, bu ijtimoiy mahsulotlarga bo'lgan ehtiyojni

muntazam ravishda qondirish uchun kata miqdordagi doimiy xarajatlar qilinishi lozim. Tarmoqda bir necha firmaning paydo bo'lishi esa ularning har birining sotish hajmini kamaytirib yuboradi. Natijada ular o'zining eng past o'rtacha xarajatlari darajasiga qadar yetib bora olmaydilar. Firmalar o'zlarining doimiy asbob-uskunalaridan to'liq foydalana olmasliklari oqibatida mahsulot birligiga bo'lgan sarflar, shuningdek, muvofiq ravishda, ularning narxlari ham juda yuqori bo'ladi.

Mazkur tarmoqlarda raqobatni shakllantirishning mushkulligi, agar mahalliy telefon tarmog'i misolida olib qaralsa, shaharda 5 ta telefon kompaniyasining mavjudligi boshqa odamlar bilan aloqa qilish uchun bita xonadonda 5 ta telefon, 5ta telefon ma'lumotnomasi, 5 ta telefon bo'yicha hisob-kitoblar bo'lishi zaruriyati orqali izohlanishi mumkin.

SHuningdek, tabiiy monopoliyalar so'ngi qo'shilgan xarajatlarning past darajasiga ega bo'lib, $MR=MC$ qoidasiga ko'ra ishlab chiqarishni kengaytirishni foydali deb hisoblaydilar. Shunga ko'ra, agar tarmoqda bir necha firmalar paydo bo'lgan taqdirda narx bo'yicha raqobat juda keskin tus oladi. Oqibatida kuchsiz raqiblar xonavayron bo'lib, saqlanib qolganlari esa o'zaro birlashishga majbur bo'ladilar. Rivojlanayotgan sof monopoliya o'z tovarlariga yanada yuqori narxlarni belgilash orqali raqobat natijasida yuzaga kelgan zararlarni qoplashga hamda o'zining bozordagi yangi hukmronlik holatidan foyda olishga urinishi mumkin.

Bunday holatlarning oldini olish uchun odatda davlat biron-bir korxonaga istisno tarzidagi imtiyozni beradi. Evaziga esa monopolist faoliyatining geografik sohasini, uning tovarlari sifatini, narxlarini nazorat qilish huquqini o'zida saqlab qoladi. Natijada tartibga solinuvchi yoki davlat tomonidan tashkillangan monopoliya vujudga keladi.

3) patent va litsenziyalar ko'rinishidagi oshkora to'siqlar.

Davlat tabiiy monopoliyalarga istisno tariqasidagi imtiyozlarni berish bilan birga ko'pincha patent va litsenziyalar berish orqali tarmoqqa kirish uchun oshkora to'siqlarni ham hosil qiladi.

Patentlar kashfiyotchi uchun o'z mahsulotini ma'lum muddat davomida nazorat qilish huquqini beradi va uni monopol hoat bilan ta'minlaydi. Monopol hukmronlik mavqeiga o'zining ilmiy-tadqiqot ishlari yoki boshqalarning patentlarini sotib olish orqali erishgan firmalar o'zlarining bozordagi mavqelarini ham mustahkamlab, strategik holatni qo'lga kiritadilar.

Biron-bir tarmoqqa kirish yoki faoliyat turi bilan shug'ullanish davlat tomonidan litsenziya berish orqali cheklanishi mumkin.

4) xomashyoning muhim turlariga mulkchilikning o'rnatilishi.

Xususiy mulkchilik institutidan ham potentsial raqobatchilar uchun samarali to'siq yaratish vositasi sifatida foydalanish mumkin. Ishlab chiqarish jarayonida zarur bo'lgan xomashyoning egasi hisoblanuvchi firma raqobatdosh firmalarning paydo bo'lishiga to'sqinlik qilishi mumkin.

5) g'irrom raqobat.

Raqib firmalarni nohalol, g'irrom usullar orqali ham bartaraf etish mumkin.

Masalan:

- o'zgalar mahsulot belgilaridan foydalanish;
- resurs yetkazib beruvchilar va banklarga tazyiq o'tkazish;
- o'zga firma mutaxassislarini turli yo'llar bilan o'ziga ag'darib olish;
- raqiblarni xonavayron qiluvchi past narxlarni qo'llash va h.k.

2. Monopoliyalarning iqtisodiy asoslari va ularning turlari

Raqobatlashgan bozorda juda ko'p sotuvchilar va xaridorlar qatnashadi, shu sababli ulardan birortasi ham tovar narxiga ta'sir qila olmaydi, narxni bozorning o'zi talab va taklifga ko'ra shakllantiradi. Sotuvchilar va xaridorlar bu narxni qabul qiladilar va shu narxga ko'ra qancha mahsulot sotish kerak yoki qancha mahsulot sotib olish kerakligi boyicha qaror qabul qiladilar. Sof monopoliya raqobatlashgan bozorning aksi bo'lib, bu erda bitta sotuvchi va ko'plab xaridorlar qatnashadi. Sof monopolistning raqobatchisi yo'q.

Sof monopoliya mahsulot o'rnini bosadigan boshqa mahsulot bo'lmagan hududlarda vujudga keladi. Umuman olganda jahon va milliy bozorlarda bitta mahsulotni bitta sotuvchi tomonidan sotilishi kamdan-kam uchraydi. Sof monopoliya ko'proq mahalliy bozorlarga xos bo'ladi. Masalan, tumandagi yagona kitob magazini, yagona telefon stantsiyasi, yagona tish doktori, yagona jarrox yoki bo'lmasa mahalliy kommunal xo'jaligi xizmati. Yuqorida keltirilgan sub'ektlar bozor sharoitida narxga ta'sir qilish uchun real hokimiyatga ega.

Sof monopoliyaning vujudga kelishiga ta'sir qiluvchi yana bir omil bu - tarmoqqa kirish to'siqlarining kuchliligidir. Biror mahsulotni sotishdan tushadigan iqtisodiy foyda yuqori bo'lsa, bu raqobatlashgan bozor sharoitida boshqa firmalarni ham shu bozorga kirib kelishi uchun signal bo'lar edi. Agar monopol firma iqtisodiy foyda ola boshlasa, bu boshqa firmalarni ham ushbu mahsulotlarni ishlab chiqarishga undaydi. Demak sof monopoliyani saqlab qolish uchun, boshqa raqobatlashmoqchi bo'lgan firmalar uchun maxsus to'siqlar bo'lishini taqazo qiladi. Tarmoqqa kirish to'siqlari - bu monopol firma bozoriga boshqa sotuvchilarni kirib kelishini to'xtatuvchi cheklanishlar.

Tarmoqqa kirish to'siqlaridan quyidagilarni ko'rsatish mumkin.

1. Davlat tomonidan berilgan maxsus huquq. Masalan mahalliy hokimiyatlarda aholiga transport xizmati ko'rsatish, pochta xizmati ko'rsatish,

kommunal xizmati ko'rsatish va aloqa xizmati ko'rsatish bo'yicha monopol huquqlar berib, rasmiy to'siqlar yaratadi.

2. Patentlar va mualliflik huquqi, yangi texnologiya yaratganlar uchun patent va mualliflik huquqi berilishi, ularga ushbu yangilikni sotishda, undan foydalanish uchun litsenziya berishda monopol huquq beriladi. Lekin bunday huquq ma'lum muddatgacha kuchga ega bo'ladi. AQSH da patent qonuniga ko'ra ixtirochi o'z ixtirosiga 17 yil egalik qiladi.

3. Biror bir ishlab chiqarish resursi taklifiga egalik qilish. Masalan, Amerikaning «De Birs» kompaniyasi jahonda sotiladigan, qayta ishlanmagan olmosning 85 foizini nazorat qilgani uchun, olmos bozorida monopol hokimiyatga ega. Yuqoridagilardan tashqari insonning noyob qobiliyati va bilimi ham monopoliyani vujudga keltiradi.

Ishlab chiqarish masshtabi kengayishining musbat samarasi ham tarmoqqa kirish uchun to'siq bo'lishi mumkin. Masalan, avtomobil' zavodi ma'lum miqdorda avtomobil ishlab chiqarishga erishgandagina, uning umumiy xarajatlari minimal bo'ladi.

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 (foyda)ning bir qismini kapitallashtiradi, ya'ni unga qo'shimcha ishlab chiqarish vositalari va ishchi kuchi sotib oladi. Bu esa ba'zi bir korxonalarning o'sishi hamda ishlab chiqarish miqyoslarining kengayishiga olib keladi. Shu bilan birga raqobat amaldagi kapitallarning ixtiyoriy yoki majburiy birlashtirish, markazlashtirish tendentsiyasini 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 (kapitallashtirish) natijasida kapital hajmining oshishidir. Bu jarayon quyidagi ko'rsatkichlar orqali tavsiflanadi: korxonadagi ishlovchilar soni, korxonaning ishlab chiqarish quvvati, qayta ishlanayotgan xomashyo 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 kapitallarning aktsiyadorlik jamiyati shaklida ixtiyoriy birlashishi orqali kapital hajmining o'sishidir.**

Ishlab chiqarishning gorizontal va vertikal to'planishi farqlanadi.

Ishlab chiqarishning gorizontal to'planishi – bu milliy iqtisodiyotning ma'lum tarmog'i doirasidagi korxona va firmalarning yiriklashuvidir. U erkin raqobat davri, shuningdek, XX asrning boshlarida ishlab chiqarish to'planishining asosiy shakli sifatida maydonga tushgan edi.

Ishlab chiqarishning vertikal to'planishi – bu milliy iqtisodiyotdagi bir necha o'zaro bog'liq tarmoqlarda mahsulot ishlab chiqarishning to'planishidir. U ilmiy-texnika inqilobi sharoitlarida keng rivojlandi.

Ishlab chiqarishning to'planishi o'z rivojining ma'lum darajasida monopoliyalarning paydo bo'lishiga olib keladi. Ishlab chiqarishning to'planishi hamda monopoliyalarning paydo bo'lishi o'rtasidagi ichki aloqalar quyidagilarda namoyon bo'ladi:

1) tarmoqlarda bir necha yirik korxonalarning hukmron mavqega ega bo'lishi ularning bir-biri bilan kelishuviga hamda monopolistik birlashmalar tuzishiga imkon yaratadi;

2) yirik korxonalar o'rtasidagi raqobat juda qaltis bo'lib, ular uchun katta miqyosdagi yo'qotishlarga olib kelishi mumkin. Shunga ko'ra, raqobatni cheklash, tovarlarga yuqori narxlar belgilash va yuqori foyda olish uchun yirik ishlab chiqaruvchilarning monopolistik ittifoqlarga birlashishi lozim bo'ladi.

Monopoliyalarning vujudga kelishida ishlab chiqarishning to'planishidan tashqari yana bir qator omillar ta'sir ko'rsatadi:

1) davlatning proteksionistik bojxona siyosati. U chet eldagi raqobatchilarning ichki bozorga kirish imkoniyatini yo'qotib, monopoliyalarning paydo bo'lishiga sharoit yaratadi;

2) banklarning faoliyati va moliyaviy siyosati. Banklar sanoat monopoliyalarining jadal o'sishiga imkon beradi.

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» DAK, «O'zbekiston temir yo'llari» DAK, Toshkent aviatsiya ishlab chiqarish birlashmasini 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 «O'zDEUavto» korxonasi yaqqol misol bo'la oladi. Mazkur yirik korxona 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, legal monopoliya, sun'iy monopoliya.

Tabiiy monopoliya tarkibiga kamyob va ishlab chiqarishning erkin tarzda takror hosil qilib bo'lmaydigan unsurlari (masalan, nodir metallar, foydali qazilmalar va h.k.)ga 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'ektlari tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlar iste'molini boshqa turdagi mahsulotlar bilan almashtirib bo'lmaydi.

Legal (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 mutlaq 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 royxatga olish, huquqiy jihatdan himoya qilish va ulardan foydalanish boyicha 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 qoymaslik uchun turli to'siqlar hosil qiladi (xomashyo va energiya manbalarini egallab oladi; banklarning yangi korxonalarga kredit berishini taqiqlashga harakat qiladi va boshqalar);

- ishlab chiqarishning eng yuksak darajadagi texnologiyasiga erishib, qolgan raqiblarining 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 korxonalarning 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. boyicha kelishuv asosida amalga oshiriladi.

Sindikat – bir turdagi mahsulot ishlab chiqaruvchi bir necha korxonalarning birlashmasi. Bunda ishlab chiqarish vositalariga mulkchilik birlashma

ishtirokchilarining o'zida saqlanib qolgani holda, ular tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotni sotish maxsus tashkil etilgan yagona savdo 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 qoyish).

Kontsern – rasmiy jihatdan mustaqil bo'lgan, ko'p tarmoqli korxonalar (sanoat, savdo, transport va bank kabi turli soha korxonalari) ning 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 korxona va tashkilotlaridan tuziladi. Bunda bosh tashkilot qolgan ishtirokchilar faoliyati ustidan moliyaviy nazorat olib boradi. Hozirda sun'iy monopoliyalarning sanab o'tilgan shakllari orasida kontsernlar keng tarqalgan.

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

Birinchidan, yuqorida ta'kidlab o'tilganidek, u ma'lum tarmoqlarda nisbatan samarali amal qiladi va xarajatlarning tejalishiga olib keladi.

Ikkinchidan, 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. Chunki, uncha yirik bo'lmagan raqobatlashuvchi korxonalarning odatda moliyaviy jihatdan imkoniyatlari cheklangan bo'lib, ular ishlab chiqarishga yangiliklarni tatbiq etish orqali kelgusidagi daromadlarni oshirishdan ko'ra, ko'proq joriy daromadga e'tibor qaratadilar. Bundan tashqari, yangi g'oyalar raqiblar tomonidan juda tez o'zlashtirib olinadi va, buning oqibatida, bu g'oyalarni amalga oshirish xarajatlarini bir tomon qilgani holda, uning samarasidan barcha

foydalanadi. Yirik monopolistik firmalarda moliyaviy imkoniyatlar keng bo'lib, innovatsiyadan olingan foyda ularning mualliflariga tegishi aniq kafolatlanadi.

Monopoliyaning **salbiy tomoni** sifatida quyidagi jixatlarni ko'rsatish mumkin:

1) resurslarning oqilona taqsimlanmasligi. Bu holat monopoliyalarning yuqori foyda ketidan quvib, sun'iy ravishda ishlab chiqarishni cheklash vositasida narxlarni ko'tarishi, mahsulotlarning u qadar yaxshi bo'lmagan turlarini, past texnikaviy darajasini, past sifati hamda sotishning yomon sharoitlarini vujudga keltirishi orqali namoyon bo'ladi. Natijada, raqobat sharoitida amal qiluvchi iqtisodiyot samaradorligini bozor vositasida tartibga solish mexanizmi ishdan chiqadi.

Monopoliyalar bilan bog'liq bo'lgan iqtisodiy faoliyatlar erkin hamda oqilona tanlov imkoniyatidan mahrum bo'ladi, monopoliyalarning iqtisodiy jihatdan asoslanmagan shart-sharoit va narxlari tazyiqiga chiday olmaydi, ish faolligini pasaytirib, ba'zi hollarda xonavayron bo'ladilar. Oqibatda ishlab chiqarish qisqarib, ishsizlik va inflyatsiya o'sadi, xo'jalikning izdan chiqishi kuchayadi. Jamiyat boyligi resurslarning oqilona raqobatli-bozor taqsimoti sharoitida qo'lga kiritilishi mumkin bo'lgan miqdoriga qaraganda kamayib ketadi;

2) daromadlardagi tengsizlikning kuchayishi. Bu holat ham narxlarning monopol tarzda oshirilishi (pasaytirilishi) hamda yuqori foyda olinishi bilan bog'liq bo'lib, bu aholi qolgan qismi daromadlarining nisbatan kamayishiga olib keladi;

3) iqtisodiy turg'unlik va fan-texnika taraqqiyotining sekinlashuvi. Bunday holatning vujudga kelishi monopolistlarning raqobatchilar bosimini sezmasliklari hamda aksariyat hollarda yuqori foydani qo'shimcha urinishlarsiz o'zlarining bozordagi hukmronliklari hisobiga olishlari mumkin. Bu esa ularni ishlab chiqarishni ratsionallashtirish, uning samaradorligini oshirish imkoniyatlarini qidirish, mahsulot sifatini oshirish, uning assortimentini kengaytirish, FTTni rivojlantirish va xaridorlar manfaatlari to'g'risida qayg'urish kabi xatti-harakatlardan qaytaradi;

4) iqtisodiyotda demokratik harakatlarning to'sib qoyilishi.

Monopolistlar iqtisodiyotdagi erkin va halol raqobatga to'sqinlik qilib, nisbatan kuchsiz bo'lgan korxonalarni o'zlariga boysundirishlari, jamiyatga o'z ishchilarining mehnatiga pasaytirilgan miqdorda haq to'lash, past sifatli tovarlarni ishlab chiqarish, o'ta darajada oshirib yuborilgan sotish narxlari (yoki pasaytirilgan xarid narxlari), o'z mahsulotini iste'mol qilishga bilvosita usul orqali majburlash kabi o'zlarining kamsituvchi shartlarini ko'ndalang qoyishlari mumkin.

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 boyicha kelishuvlarni taqiqlaydi.

2. Kleyton qonuni (1914 yilda qabul qilingan). Bu qonun mahsulot sotish sohasidagi cheklovchi faoliyatlarni, narx boyicha 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 boyicha kamsitishlar va boshqalarni taqiqlaydi.

3. Ishlab chiqarish kontsentratsiyasi va monopol hukmronlik ko'rsatkichlari

Tarmoqdagi yakka hukmronlik holatining oldini olish va sog'lom raqobatni ta'minlashda tarmoqdagi mavjud korxonalarning soni muhim rol o'ynaydi. Raqobat muhitini ta'minlovchi korxonalar soni manbalarda turlicha ko'rsatiladi. Jumladan, professor V.M.Vlasova tarmoqda oligopoliya sharoitida 2 tadan to 20 tagacha, monopolistik raqobat sharoitida 20 tadan to 70 tagacha korxona amal qilishini ta'kidlaydi.

Demak, bundan ko'rinadiki, tarmoqda sof raqobat muhitini ta'minlash uchun 70 dan ortiq korxona mavjud bo'lishi lozim. Biroq, shu o'rinda ta'kidlash kerakki, tarmoqdagi raqobat muhiti nafaqat korxonalar soni, balki mazkur korxonalarning tarmoq ishlab chiqarish hajmidagi ulushiga ham bog'liq bo'ladi. Bu holat o'z vaqtida nemis olimi Gerfindal tomonidan tadqiq etilgan bo'lib, u tomonidan ilgari surilgan indeks (ya'ni Gerfindal indeksi) orqali tarmoqdagi raqobat darajasiga baho berish mumkin:

$$N = S_1^2 + S_2^2 + S_3^2 + \dots + S_n^2 = \sum S_i^2,$$

bu yerda:

N – Gerfindal indeksi;

S – korxonaning tarmoq umumiy sotuv hajmidagi ulushi, foizda;

n – tarmoqdagi korxonalar soni.

Tarmoq yagona firmadan iborat bo'lgan «sof» monopoliya holatida (n=1) Gerfindal indeksi 10000 ga teng bo'ladi, ya'ni $S_1=100\%$, $N=100^2=10000$. Agar tarmoqda ikkita oligopolist-firma mavjud bo'lib, ularning bozor ulushlari teng bo'lsa (har biriniki 50%dan), u holda $N=50^2+50^2=5000$. Mukammal raqobat holatiga yaqinlashgan sari, masalan, tarmoqda 100 ta firma mavjud bo'lib, ular har birining ulushi 1%ga teng bo'lsa, indeks $N=1_1^2+1_2^2+1_3^2+\dots+1_{100}^2=100$. Gerfindal indeksi har bir firmaning bozordagi ulushi bilan bir qatorda tarmoqdagi firmalarning soniga ham bog'liq bo'ladi. Masalan, agar indeksdan foydalanmay,

faqat tarmoqdagi firmalarning soni e'tiborga olinsa, u holda 5 ta firma mavjud bo'lgan tarmoq 6 ta firma mavjud bo'lgan tarmoqqa nisbatan kontsentratsiyalashgan, deb o'ylash mumkin. Biroq bu yerda S ko'rsatkichi hisobga olinmayapti. Masalan, tarmoqdagi 6 ta firmaning birida $S=50\%$, qolgan 5 tasida esa 10% dan bo'lsin. U holda indeks $N=50^2+(10^2*5)=7500$. 5 ta firmali tarmoqdagi firmalarning bozor ulushi baravar bo'lsa, ya'ni $S=20\%$, u holda indeks $N=20^2*5=2000$ bo'ladi. Shunday qilib, oltita firma mavjud bo'lgan tarmoq, beshta firma amal qiluvchi, biroq orasida ustun firma bo'lmagan tarmoqqa qaraganda yuqoriroq kontsentratsiya darajasiga ega bo'ladi.

Iqtisodiyot nazariyasida monopol hukmronlik darajasini o'lchash uchun Lerner indeksi (A.Lerner ingliz iqtisodchisi, bu ko'rsatkichni XX asrning 30-yillarida taklif etgan)dan foydalaniladi:

$$L = \frac{P - MC}{P}$$

R va MS o'rtasidagi tafovut qanchalik kata bo'lsa, monopol hukmronlikning darajasi ham shu qadar yukori bo'ladi. L miqdori 0 va 1 oralig'ida bo'ladi. $R = MS$ bo'lgan mukammal raqobat sharoitida Lerner indeksi 0 ga teng bo'ladi.

4. O'zbekistonda raqobatchilik muhitining vujudga kelishi 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, evolyutsion yo'l bilan vujudga kelgan. Bu asta-sekin erkin raqobat muhitini keltirib chiqargan.

Iqtisodiyotda monopollashuv printsiplari 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'ektlar mustaqilligini kengaytirish orqali ularni raqobatchilikka jalb qilish iqtisodiy islohotlarni amalga oshirishga qaratilgan chora-tadbirlarning muhim jihatlari hisoblanadi. Zero, Prezidentimiz ta'kidlaganidek, bugungi kunda «... kuchli talab va raqobat iqtisodiy islohotlarni yanada chuqurlashtirishni ob'ektiv shart qilib qoymoqda. Bu borada ham juda ko'p yechilmagan muammolar bor. Ya'ni, eski ma'muriy-taqsimot tizimi qoliplaridan butunlay voz kechish, davlatning iqtisodiyotga aralashuvini yanada cheklash, erkin tadbirkorlik faoliyati uchun amaliy kafolatlarni ta'minlash, iqtisodiyot va biznesni

barqaror rivojlantirish, to'laqonli bozor infratuzilmasini shakllantirish yo'lidagi mavjud g'ov-to'siqlarni bartaraf etishimiz zarur»⁴.

Bugungi kunda O'zbekistonda ham uyushmalar, kontsernlar, korporatsiyalar, kompaniyalar shaklidagi monopoliyalar saqlanib qolgan bo'lib, ular ko'pincha tarmoq vazirliklari mavqe va vazifalariga ega bo'ladilar. Mahsulot va xomashyolarning 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 tendentsiyalarga ko'proq imkon yaratadi.

Ushbu muammolarga mamlakatimiz Prezidenti I.Karimov o'zining 2007 yil yakunlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasidagi yig'ilishda so'zlagan ma'ruzasida yana bir bor e'tibor qaratib, quyidagilarni ta'kidlab o'tdi: «Ma'lumki, iqtisodiyot rivojining bugungi bosqichida monopolizm ko'rinishlariga qarshi kurash va amalda raqobat muhitini shakllantirish masalalari g'oyat muhim ahamiyatga ega.

...Shu bilan birga, ayrim tarmoqlarda iqtisodiyotning monopollashuvi asossiz ravishda yuqori darajada saqlanib qolayotgani ishlab chiqarish hajmining o'sishiga, mahsulot sifati va raqobatbardoshligining ortishiga, narxlarning pasayishiga hamon to'sqinlik qilmoqda.

Jumladan, shular qatorida sement, shifer, polietilen, yengil va yog'-moy sanoati mahsulotlari va boshqa bir qator tovarlarga bo'lgan ehtiyojni qondirish imkoniyati nisbatan cheklangan holda saqlanib qolmokda.

Bu esa ana shu mahsulotlarga konyunktura talablari oshib ketgan paytda monopolist korxonalarga o'z mahsulotining narxini asossiz ravishda oshirish uchun qo'l kelmoqda»⁵.

Shunga ko'ra, O'zbekistonda samarali raqobat muhitini yaratish uchun quyidagilar boyicha chora-tadbirlarning amalga oshirilishi taqozo etiladi:

⁴ Karimov I.A. Bizning bosh maqsadimiz – jamiyatni demokratlashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh etishdir. T.: «O'zbekiston», 2005, 76-77-b.

⁵ Inson manfaatlari ustuvorligini ta'minlash – barcha islohot va o'zgarishlarimizning bosh maqsadidir. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimovning 2007 yilda mamlakatni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2008 yilda iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirishning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasi majlisidagi ma'ruzasi // Xalq so'zi, 2008 yil 9 fevral.

a) iqtisodiyotda davlat monopolizmining har qanday namoyon bo'lishini maksimal darajada bartaraf etish. Buning uchun tadbirkorlikni rivojlantirish va iqtisodiyotni davlat tomonidan boshqarish tizimini takomillashtirish uchun nisbatan qulay shart-sharoitlarni yaratishga qaratilgan chuqur institutsional islohotlar zarur;

b) bozor sharoitida vujudga kelayotgan monopoliyalarning bozordagi o'z ustunlik mavqelarini suiste'mol qilish imkoniyatlarining oldini olish. Davlat muassasalari raqobatning rivojlanishini ta'minlashlari lozim. Busiz samarali innovatsiyalar, past xarajatlar va narxlar, mahsulotning yuqori sifatiga erishish, boshqacha aytganda, butun iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirish mumkin emas⁶.

O'zbekistonda davlatning raqobatchilik muhitini shakllantirishga qaratilgan siyosatida xususiylashtirish, davlat mulki hisobidan mulkchilikning boshqa shakllarini vujudga keltirish asosiy o'rin tutadi. Xususiylashtirish natijasida, birinchidan, mulk o'z egalari qo'liga topshirilsa, ikkinchidan, ko'p ukkladli iqtisodiyot va raqobatchilik muhitini vujudga keltiradi.

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'ektlarining 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

⁶ Shadibayev T. i dr. Osobennosti antimonopolnoy politiki v Uzbekistane: obshie printsiy i pravovaya baza. - Ekonomicheskoye obozreniye, №2, 2004, s.5.

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 qilishini ta'minlashga qaratilgan.

Shuningdek, qonunda asosan ikkita muhim yo'nalish, ya'ni birinchidan, monopoliyaga qarshi taribga solishning printsiptial 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 qoyilgan.

Mazkur qonun monopoliyalarning amal qilishini taqiqlamay, balki bozorda ularning hukmronligi oqibatida kelib chiquvchi salbiy holatlarning oldini olishga qaratilgan. Qonunda ko'zda tutilgan taqiqlar ham rivojlangan bozor iqtisodiyoti mamlakatlari uchun, ham O'zbekiston va boshqa o'tish davri iqtisodiyoti mamlakatlari uchun xos bo'lgan monopolistlar xatti-harakatiga qarshi o'rnatilgan.

Quyidagi hatti-harakatlar monopoliyaga qarshi qonunchilikka zid hisoblanadi:

- xo'jalik yurituvchi sub'ekt tomonidan bozordagi ustunlik holatining suiste'mol qilinishi (5-modda);
- xo'jalik sub'ektlarining raqobatni cheklashga qaratilgan bitimlari (o'zaro kelishilgan xatti-harakatlari) (6-modda);

- davlat boshqaruvi organlari va mahalliy hokimiyat organlarining raqobatni cheklashga yo'naltirilgan xatti-harakatlari (7-modda);
- insofsiz raqobat (8-modda).

Monopoliyaga qarshi faol choralarini amalga oshirish uchun 1992 yilda O'zbekistonda monopoliyaga qarshi organ Moliya vazirligining Monopoliyaga qarshi va narx siyosati bosh boshqarmasi sifatida tashkil etildi. Boshqarmaga royxatga kiritilgan monopoliya mavqidagi korxonalar mahsuloti boyicha 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 Prezidentining «O'zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirish davlat qo'mitasini tashkil etish to'g'risida»gi Farmoniga asosan monopoliyaga qarshi organ Moliya vazirligi tarkibidan chiqarildi va mustaqil davlat qo'mitasiga aylantirildi. Keyinchalik mazkur qo'mitaning faoliyatini yanada takomillashtirish va samaradorligini oshirish maqsadida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005 yil 30 apreldagi Farmoniga binoan u Monopoliyadan chiqarish, raqobatni va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash davlat qo'mitasiga aylantirildi⁷.

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

O'zbekiston Respublikasida olib borilayotgan monopoliyaga qarshi siyosatning muhim yo'nalishlaridan biri – bu monopolist-korxonalarning tovar bozoridagi egallab turgan ustunlik mavqeini suiste'mol qilishning oldini olish va unga yo'l qoymaslik boyicha nazorat olib borishdan iboratdir. Aynan shu maqsadda monopolist-korxonalar Davlat reestri yuritilib, unga muayyan tarmoqda ustun mavqega ega bo'lgan korxonalar kiritiladi.

O'zbekiston Respublikasining «Tovar bozorlarida monopolistik faoliyatni cheklash va raqobat to'g'risida»gi qonuni 3-moddasida «ustun mavqe» tushunchasi quyidagicha izohlanadi: «O'rnini bosuvchisi bo'lmagan tovar bozorida yoki bir-

⁷ O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Farmoni. O'zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish, raqobat va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash davlat qo'mitasini tashkil etish to'g'risida. 2005 yil 30 aprel.

birining o'rnini bosadigan tovarlar bozorida xo'jalik yurituvchi sub'ektning (bir guruh shaxslarning) o'ziga (o'zlariga) raqobatni cheklashga hal qiluvchi ta'sir ko'rsatish, boshqa xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning bozorga kirish erkinligini qiyinlashtirish yoki ularning iqtisodiy faoliyat erkinligini boshqacha tarzda cheklash imkoniyatini beradigan hukmron mavqe. Bozordagi ulushi 65 va undan ortiq foizni tashkil etadigan xo'jalik yurituvchi sub'ektning (bir guruh shaxslarning) mavqei ustun mavqe deb e'tirof etiladi. Shuningdek xo'jalik yurituvchi sub'ektning bozordagi ulushi 35 foizdan 65 foizgacha bo'lib, bu hol monopoliyaga qarshi davlat organi tomonidan: xo'jalik yurituvchi sub'ektning bozordagi ulushi barqarorligiga; bozordagi raqobatchilarga tegishli ulushlarning nisbiy miqdoriga; ushbu bozorga yangi raqobatchilarning kirishi mumkinligiga; muayyan tovar bozorini tavsiflovchi boshqa mezonlarga qarab aniqlangan bo'lsa, uning bozordagi mavqei ustun mavqe deb hisoblanadi»⁸.

Reestrda olingan xo'jalik yurituvchi sub'ektlar o'z mahsulotlarining narx (tarif)lari yoki rentabellik darajalarini Moliya vazirligida yoki joylardagi moliya organlarida deklaratsiyadan o'tkazishlari shart.

Respublikada monopoliyalar royxatiga kirgan korxona (tarmoq) larning bozordagi mavqeini tartibga solishda davlat bir qator usullardan foydalanadi. Bu usullardan ikkitasini ajratib ko'rsatish lozim:

1. Monopol mavqedagi korxonalar mahsulotlariga narxlarning eng yuqori darajasini yoki rentabellikning chegarasini belgilab qoyish.

2. O'z monopol mavqeini suiiste'mol qilgan monopolistik birlashmalarni bo'lib tashlash yoki maydalashtirish. Bu usul Vazirlar Mahkamasining (1994 yil 18 iyuldagi 366-sonli) qarori bilan tasdiqlangan «Ob'ektlarning 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» (1996 yil, aprel) qonuni asosida g'irrom raqobatga, shu jumladan Respublika bozorlariga belgilangan talablarga javob bermaydigan

⁸ O'zbekiston Respublikasi Qonuni. Tovar bozorlarida monopolistik faoliyatni cheklash va raqobat to'g'risida. 1996 yil 27 dekabr.- T.: "Adolat", 2001.

tovarlarni chiqarishga yo'l qoymaydigan mexanizmni yaratishga ham alohida e'tibor beriladi. Tabiiy monopoliyalarni davlat yo'li bilan tartibga solish ular mahsulot (xizmat)lariga narxlar va tariflar darajasini, shuningdek taklif etiladigan tovarlar va xizmatlar turiga doir asosiy ko'rsatkichlarni belgilashni o'z ichiga oladi.

Keyingi yillarda Davlat reestrini yuritish uslubiyotini takomillashtirib borish, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning rivojlanishi, chet el investitsiyalarining kirib kelishi natijasida barpo etilayotgan korxonalar salmog'ining oshishi va boshqa omillar ta'sirida ko'pgina monopolist korxonalar tovar bozorlaridagi ulushining kamayishi munosabati bilan Davlat reestridan chiqarilmoqda. Agar 1996 yil holatiga reestrda 827 xo'jalik yurituvchi sub'ekt 4351 turdagi mahsulot, ish, xizmat bo'yicha royxatga olingan bo'lsa, 2007 yilning 1 iyul holatiga 240 ta xo'jalik yurituvchi sub'ektlar 170 ta mahsulot (tovar, ish va xizmat)lar turlari bo'yicha hisobga olingan.

Mamlakatimizda monopoliyaga qarshi siyosat olib borish natijasida so'nggi 10 yil mobaynida monopolist korxonalar soni 3,5 barobar, monopol mahsulotlar turi esa 26 barobar qisqardi. Faqat 2004-2007 yillar davomida yalpi ichki mahsulotning umumiy hajmida monopol mahsulotlar ulushi 26 foizdan 21 foizga tushdi⁹.

Natijada, sobiq tarmoq vazirliklari negizida tuzilgan respublika xo'jalik birlashmalari («O'zgo'shtsutsanoat», «Oziq-ovqat sanoat», «O'zeltexsanoat» uyushmalari va boshqalar) ustav fondida davlat ulushi bo'lgan korxonalar deyarli qolmadi, boshqalarida esa, («O'zbekengilsanoat» DAK, «O'zdonmahsulot» AK va boshqalar) bunday korxonalar soni keskin qisqardi. Tarmoqlarda monopol hisoblangan bir qancha uyushmalar tugatilib, o'rnida mustaqil korxonalar vujudga keltirildi, bu esa raqobat muhitining yanada kuchayishiga olib keldi.

Shuningdek, jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi sharoitida mamlakatimizda ishlab chiqarilayotgan tovarlarning jahon bozoridagi raqobatdoshligini ta'minlash

⁹ Inson manfaatlarini ustuvorligini ta'minlash – barcha islohot va o'zgarishlarimizning bosh maqsadidir. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimovning 2007 yilda mamlakatni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2008 yilda iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirishning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasi majlisidagi ma'ruzasi // Xalq so'zi, 2008 yil 9 fevral.

ham dolzarb vazifa hisoblanadi. Bu masala respublikamizning 2009-2012 yillarga mo'ljallangan Inqirozga qarshi choralar dasturida ham e'tiboga olinib, unda «joriy konyunktura keskin yomonlashib borayotgan hozirgi sharoitda eksportga mahsulot chiqaradigan korxonalarning tashqi bozorlarda raqobatdosh bo'lishini qo'llab-quvvatlash boyicha konkret chora-tadbirlarni amalga oshirish va eksportni rag'batlantirish uchun qo'shimcha omillar yaratish, xususan:

- aylanma mablag'larni to'ldirish uchun korxonalarga Markaziy bank qayta moliyalash stavkasining 70 foizidan ortiq bo'lmagan stavkalarda 12 oygacha bo'lgan muddatga imtiyozli kreditlar berish;

- tayyor mahsulot ishlab chiqarishga ixtisoslashgan, xorijiy investitsiya ishtirokida tashkil etilgan korxonalarni budjetga barcha turdagi soliq va to'lovlardan – qo'shimcha qiymat solig'i bundan mustasno – ozod qilish muddatini 2012 yilgacha uzaytirish;

- banklar kreditlari boyicha to'lov muddati o'tgan va joriy qarzar miqdorini qayta ko'rib chiqish, budjetga to'lanadigan to'lovlarning penyasidan kechish va boshqa muhim imtiyoz va preferentsiyalar berish»¹⁰ belgilab berilgan. Bunday samarali chora-tadbirlarning amalga oshirilishi pirovardida mamlakatimizdagi raqobatchilik muhitining yanada kuchayishiga imkon yaratadi.

¹⁰ Qaralsin: Karimov I.A. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O'zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo'llari va choralari. – T.: O'zbekiston, 2009, 33-b.

XULOSA

Mustaqillik yillarida mamlakatni yangilash, jamiyatni modernizatsiyalash, bozor iqtisodiyotini joriy qilish borasida olib borilgan keng ko'lamli islohotlar jarayonida ko'plab yangi infratuzilmalar barpo etildi. Bozor iqtisodiyotining asosiy mexanizmlari hisoblangan bu infratuzilmalarga o'z vakolatlari doirasida iqtisodiyotni barqarorlashtirish, xususiylashtirish, erkin tadbirkorlik bilan shug'ullanish imkoniyatini yaratish, korxona va muassasalarning yangi muhitda ish yuritishlariga ko'maklashishdek vazifalar yuklatilgan edi. Bu muassasalar orasida O'zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish, raqobat va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash Davlat qo'mitasining alohida o'rni bor. Qo'mita raqobat muhitini rivojlantirish, monopolistik faoliyatni cheklash va tabiiy monopoliyalarni tartibga solish, iqtisodiy nochor korxonalarni qayta tashkil etish, raqobat va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish va qo'llab-quvvatlash, iste'molchilar huquqlarini himoya qilish hamda reklama faoliyati borasidagi siyosatni olib borish vazifasi yuklatilgan davlat boshqaruv organi hisoblanadi.

O'zbekistonda monopoliyaga qarshi organ ilk bor 1992 yili Moliya vazirligi tarkibidagi Monopoliyaga qarshi va narx siyosati bosh boshqarmasi sifatida tashkil etildi. Boshqarma monopoliyaga qarshi qonunchilik talablariga rioya etilishi ustidan nazorat qilish vazifasini bajargan.

1996 yili boshqarma O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi huzuridagi Monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirish Davlat qo'mitasi sifatida qayta tashkil etildi.

2000 yili O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirish Davlat qo'mitasini tashkil etish to'g'risida"gi Farmoniga hamda O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining "O'zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirish Davlat qo'mitasi faoliyatini tashkil etish to'g'risida"gi qaroriga asosan monopoliyaga qarshi organ Moliya vazirligi tarkibidan ajrab chiqib, mustaqil Davlat qo'mitasiga aylantirildi. Keyinchalik qo'mita iqtisodiy nochor va zarar ko'rib ishlaydigan korxonalarni

qayta tashkil etish va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash bo'yicha qo'shimcha vakolatlarga ega bo'ldi.

Quyidagi hatti-harakatlar monopoliyaga qarshi qonunchilikka zid hisoblanadi:

- xo'jalik yurituvchi subyekt tomonidan bozordagi ustunlik holatining suiste'mol qilinishi;
- xo'jalik subyektlarining raqobatni cheklashga qaratilgan bitimlari (o'zaro kelishilgan hatti-harakatlari);
- boshqaruv barcha darajalaridagi hokimiyat organlarining raqobatni cheklashga yo'naltirilgan hatti-harakatlari;
- nohalol raqobat.

Ta'kidlash lozimki, O'zbekiston Respublikasining «Tovar bozorlarida monopolistik faoliyatni cheklash va raqobat to'g'risida»gi Qonuni xalqaro analoglar asosida tuzilgan.

O'zbekiston Respublikasida olib borilayotgan monopoliyaga qarshi siyosatning muhim yo'nalishlaridan biri – bu monopolist-korxonalarining tovar bozoridagi egallab turgan ustunlik mavqeini suiste'mol qilishning oldini olish va unga yo'l qo'ymaslik bo'yicha nazorat olib borishdan iboratdir. Aynan shu maqsadda monopolist-korxonalar Davlat reestri yuritiladi. Ushbu reestrlarga ma'lum bir tovar bozorida 65 foizdan ortiq ulushga ega bo'lgan korxonalar kiritiladi. Reestrda olingan xo'jalik yurituvchi subyektlar o'z mahsulotlarining narx (tarif)lari yoki rentabellik darajalarini Moliya vazirligida yoki joylardagi moliya organlarida deklaratsiyadan o'tkazishlari shart.

Dastlab monopolist-korxonalar Davlat reestrda faqat alohida xo'jalik yurituvchi subyekt bozordagi tovarlarning ulushi miqdoriy ko'rsatkichi bo'yicha monopolist korxonalar tarkibiga kiritilar edi. Bu o'rinda bozorning sifat jihatidan tarkibi, xususan, raqobat muhitini yarata olishga layoqatli bo'lgan o'rnini bosuvchi mahsulotlarning mavjudligi hisobga olinmay, bunday yondoshuvni to'g'ri deb hisoblash mumkin emas edi. Shunga ko'ra, qonunda tovar bozorida ustun mavqega ega bo'lgan xo'jalik yurituvchi subyektlarning mezonlarini yanada aniqroq

belgilab, ularni monopolistlar toifasiga kiritishda ham miqdoriy, ham sifat ko'rsatkichlaridan foydalanish zarur edi.

Keyingi yillarda Davlat reestrini yuritish uslubiyotini takomillashtirib borish, kichik va o'rta tadbirkorlikning rivojlanishi, chet el investtsiyalarining kirib kelishi natijasida barpo etilayotgan korxonalar salmog'ining oshishi va boshqa omillar ta'sirida ko'pgina monopolist korxonaning tovar bozorlaridagi ulushining kamayishi munosabati bilan Davlat reestridan chiqarilmoqda. Agar 1999 yilning 1 oktabr holatiga reestrda 716 xo'jalik yurituvchi subyekt 1924 turdagi mahsulot, ish, xizmat bo'yicha ro'yxatga olingan bo'lsa, 2003 yilning 1 yanvar holatiga 386 ta xo'jalik yurituvchi subyektlar 247 ta mahsulot (tovar, ish va xizmat)lar turlari bo'yicha hisobga olingan. Umuman olganda, 2003 yilning 1 yanvariga kelib monopolist-korxonalar soni 1996 yilga nisbatan 2,5 barabarga, monopol mahsulotlar soni esa 17 barobarga qisqardi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR ROYXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Qonuni. Tovar bozorlarida monopolistik faoliyatni cheklash va raqobat to'g'risida. 1996 yil 27 dekabr.- T.: "Adolat", 2001.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Farmoni. O'zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish, raqobat va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash davlat qo'mitasini tashkil etish to'g'risida. 2005 yil 30 aprel.
3. Karimov I.A. Bizning bosh maqsadimiz – jamiyatni demokratlashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh etishdir. T.: «O'zbekiston», 2005, 76-77-b.
4. Inson manfaatlari ustuvorligini ta'minlash – barcha islohot va o'zgarishlarimizning bosh maqsadidir. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimovning 2007 yilda mamlakatni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2008 yilda iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirishning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasi majlisidagi ma'ruzasi // Xalq so'zi, 2008 yil 9 fevral.
5. Karimov I.A. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O'zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo'llari va choralari. – T.: O'zbekiston, 2009, 33-b.
6. Ekonomicheskaya teoriya: Uchebnik. - Izd., ispr. i dop. / Pod obsh. red. akad. V.I.Vidyapina, A.I.Dobrinina, G.P.Juravlevoy, L.S.Tarasevicha. – M.: INFRA-M, 2005, 121-b.
7. Kulikov L.M. Ekonomicheskaya teoriya: ucheb. – M.: TK Vebli, Izd-vo Prospekt, 2005, 191-b.; Tojiboyeva D. Iqtisodiyot nazariyasi: Oliy o'quv yurtlari talabalari uchun o'quv qo'llanma. T.: «O'qituvchi», 2002, 246-b.
8. Shishkin A.F. Ekonomicheskaya teoriya: Uchebnoye posobiye dlya vuzov. 2-e izd. Kn.1. – M.: Gumanit. izd. tsentr VLADOS, 1996, 597-b.;
9. Borisov ye.F. Ekonomicheskaya teoriya: ucheb. – 2-e izd., pererab. i dop. - M.: TK Velbi, Izd-vo Prospekt, 2005, 208-b.;

10. Osnovi ekonomicheskoy teorii. Politekonomiya: Uchebnik /Pod red. d-ra ekon. nauk, prof. D.D.Moskvina. Izd. 3-e, ispravl. – M.: editorial URSS, 2003, 499-b.

11. Shadibayev T. i dr. Osobennosti antimonopolnoy politiki v Uzbekistane: obshiy printsipi i pravovaya baza. - Ekonomicheskoye obozreniye, №2, 2004, s.5.