



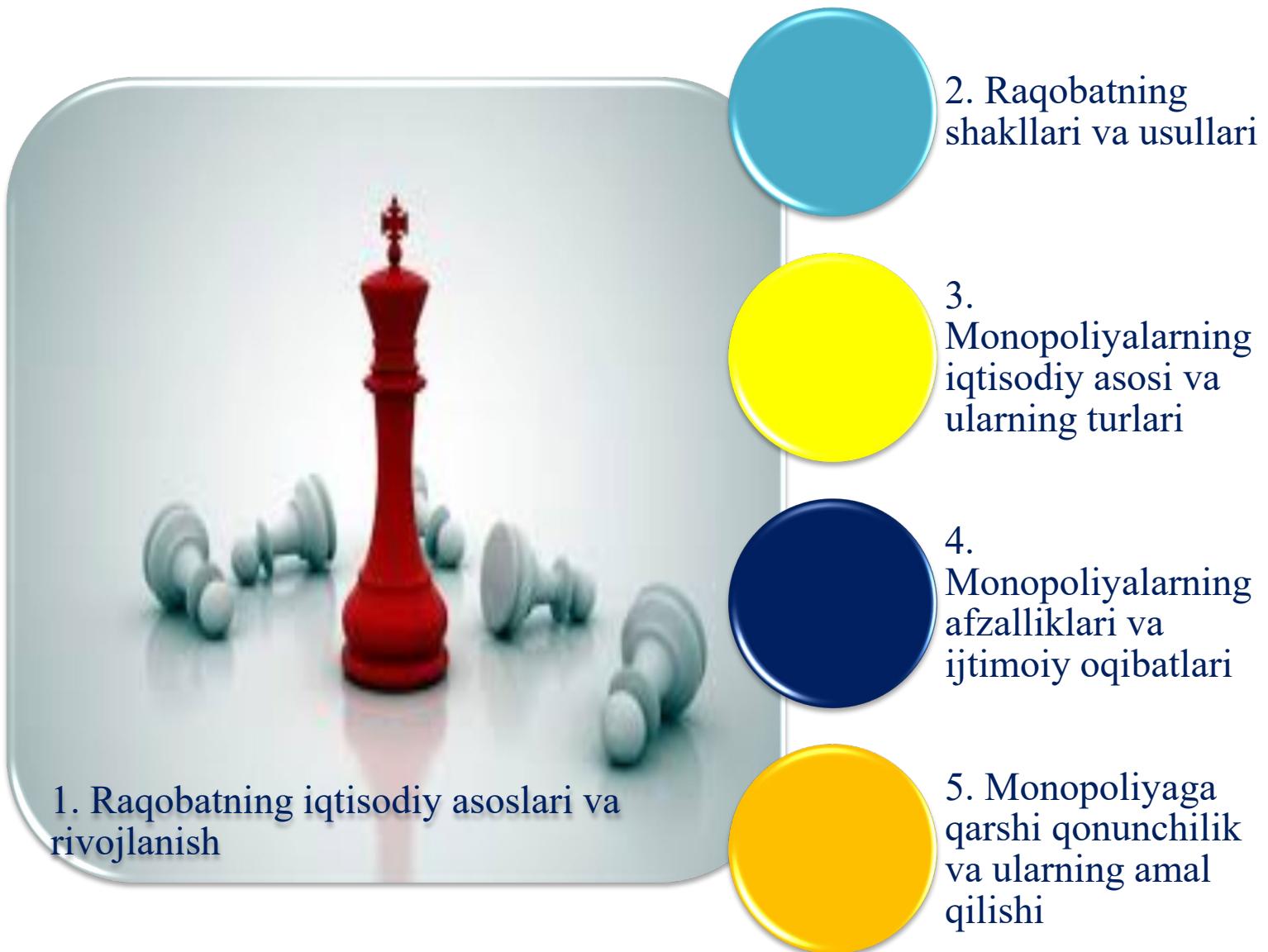
---

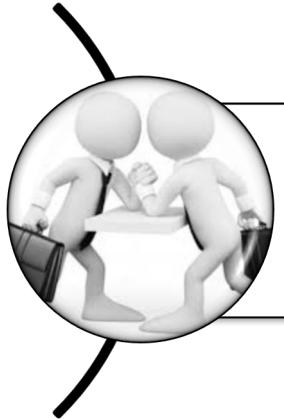
## **8-MAVZU. RAQOBAT VA MONOPOLIYA**

---

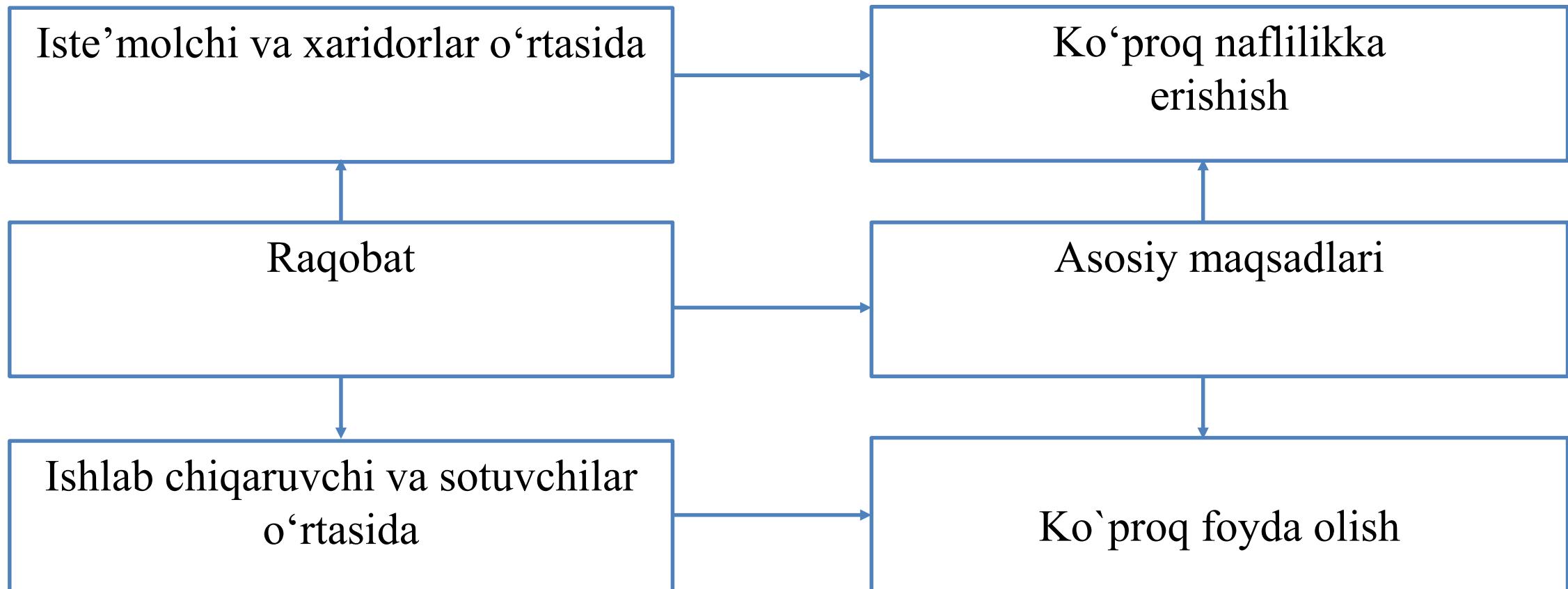
Xamidova Zulfiya Axmadjonovna  
PhD, dotsent

## REJA:





**Raqobat bozor sub'ektlari iqtisodiy manfaatlarining to'qashuvidan iborat bo'lib, ular o'rtasidagi yuqori foyda va ko'proq naflilikka ega bo'lish uchun kurashni anglatadi.**



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

1

- tartibga solish vazifasi;

2

- resurslarni joylashtirish vazifasi;

3

- innovatsion vazifa;

4

- moslashtirish vazifasi;

5

- taqsimlash vazifasi;

6

- nazorat qilish vazifasi.

# Raqobat miqyosiga ko‘ra

## Tarmoq ichidagi raqobat

Tarmoq ichidagi raqobat tovar ishlab chiqarish va sotishning qulayroq sharoitiga ega bo‘lish, qo‘srimcha foyda olish uchun bir tarmoq korxonalari o‘rtasida boradi.

## Tarmoqlararo raqobat

Tarmoqlararo raqobat turli tarmoqlar korxonalari o‘rtasida eng yuqori foyda normasi olish uchun olib boriladigan kurashdan iborat.

# Raqobatning usullari

## G‘irrom raqobat

- Raqobatlashuvning noan'anaviy, jamiyat tomonidan e'tirof etilmagan, ijtimoiy ahloq qoidalari doirasidan chetga chiquvchi, noiqtisodiy usullaridan foydalanish g‘irrom raqobat deb yuritiladi.

## 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.

Halol raqobatning quyidagi belgilarini ham ko‘rsatib o‘tish maqsadga muvofiq hisoblanadi:

1

- qalbaki bellashuv, majburiy safarbarlikni tan olmaydi

2

- boqimandalik, befarqlik, yuzakichilik, ko‘zbo‘yamachilik kabi salbiy holatlarga barham beradi

3

- qarindosh-urug‘chilikni, oshna-og‘aynigarchilikni, tanishbilishlikni, ma’muriy-buyruqbozlikni tan olmaydi

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

- Narx vositasida raqobatlashish usullaridan biri – demping narxlarni qo‘llashdir.

### **Narxsiz raqobat**

- **raqobat kurashining asosiy omili tovarlarning narxi emas, balki uning sifati, servis xizmat ko‘rsatish, ishlab chiqaruvchi firmanın obro‘-e’tibori hisoblanadi.**

## Bozor mukammal raqobatlashgan yoki raqobatlashgan bozor bo‘ladi, agar unda quyidagi shartlar bajarilsa:

- 1 • sotuvchi va xaridorlar bozorda mahsulot narxi qanday bo‘lsa, shunday qabul qiladilar va ular narxga ta’sir qila olmaydilar;
- 2 • bozorga yangi sotuvchilarni kirishi va sotuvchilarni bozordan chiqishi cheklanmagan;
- 3 • sotuvchilar birgalikda harakat qilish strategiyasini ishlab chiqmaydi;
- 4 • bozor sub’ektlari bozor to‘g‘risida to‘liq axborot olish imkoniyatiga ega.

Bunday shartlar bajariladigan bozor mukammal raqobatlashgan bozor hisoblanadi yoki sof raqobatlashgan hamda **raqobatlashgan bozor** deb qaraladi.

Raqobatlashgan bozorda umumiylar daromad firma tomonidan ma'lum miqdordagi ne'matni sotishdan olgan daromadiga teng, ya'ni umumiylar daromad sotilgan mahsulot miqdorini uning narxiga ko'paytmasiga teng:

Bu yerda:

$$TR = P \times Q$$

**TR** (total revenue)

- mahsulotni sotishdan olingan yalpi daromad (tushum);

**P** (price)

- mahsulot narxi;

**Q** (quantity)

- mahsulot miqdori.

$$P_r = TR - TC$$

Bu yerda:

**Pr** (profit)

- umumiylar foyda;

**TR** (total revenue)

- umumiylar daromad

**TC** (total costs)

- umumiylar xarajatlar.

**O'rtacha  
daromad**  
(Average  
revenue (AR))

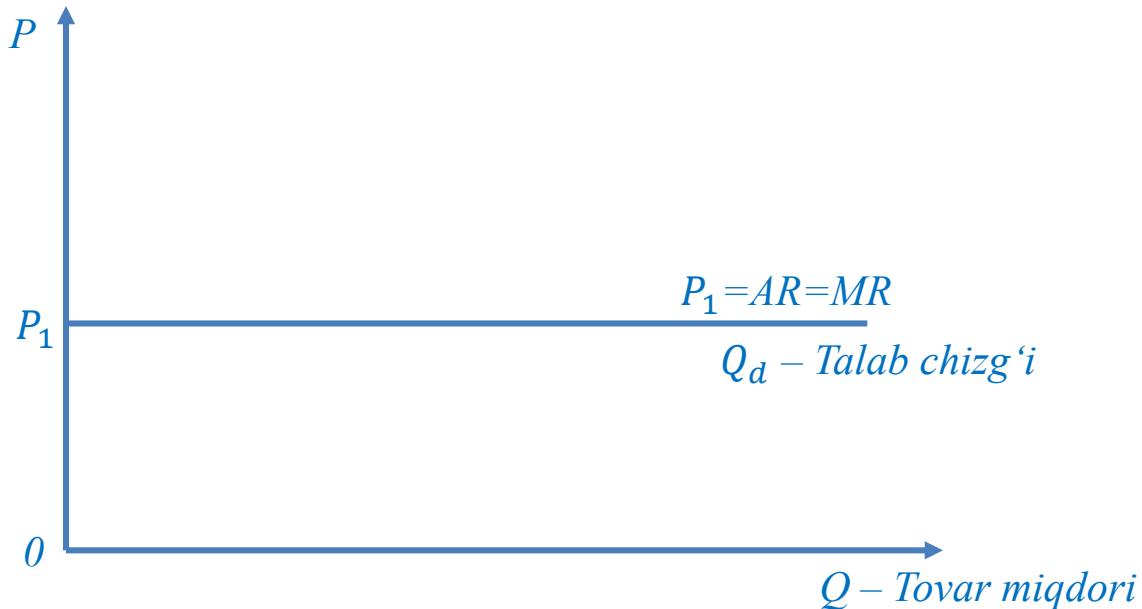
- sotilgan bir birlik mahsulotga to'g'ri keladigan daromaddir,  
ya'ni:

**Chekli  
daromad**  
(Marginal  
revenue  
(MR))

- bu qo'shimcha bir birlik ne'matni sotish natijasida  
umumiylar daromadning o'sgan qismi

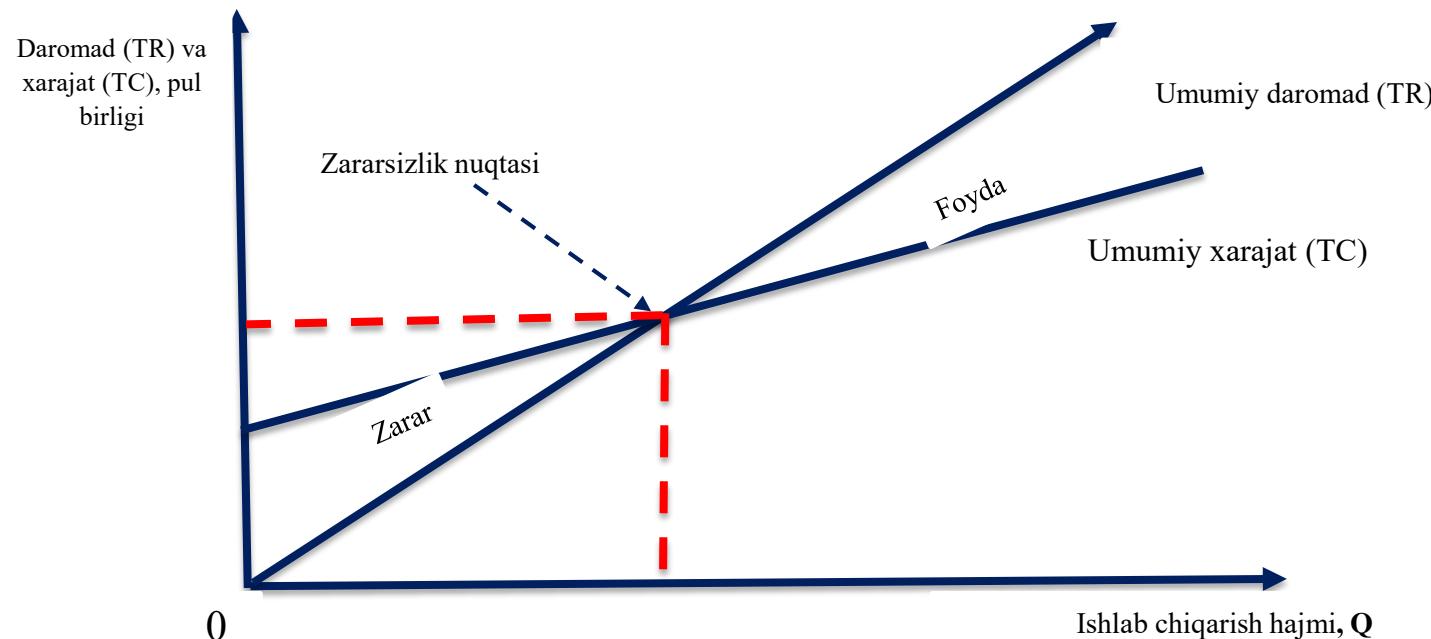
$$AR = \frac{TR}{Q} = \frac{P \cdot Q}{Q} = P$$

$$MR = \frac{\Delta R(Q)}{\Delta Q} = \frac{d(P \cdot Q)}{\Delta Q} = P \cdot \frac{\Delta Q}{\Delta Q} = P$$



Rasmdan ko'rinish turibdiki, raqobatlashgan bozordagi talabning narx bo'yicha elastikligi cheksizdir , ya'ni absolyut elastik. Bu degani, raqobatlashgan bozorda biror sotuvchi o'z tovari narxini kichik miqdorga oshirsa, u o'zining barcha xaridorlaridan ajraladi, agar narxni kichik miqdorga kamaytirsa, u o'ziga bozordagi barcha xaridorlarni tortadi.

Natural o‘lchamdagи ishlab chiqarish hajmining zararsizlik nuqtasi quyidagi formula orqali hisoblanadi:



$$BEP_u = \frac{FC}{P - AVC},$$

bu yerda:

BEP<sub>u</sub> (break-even point in units)

- natural o‘lchamdagи ishlab chiqarish hajmining zararsizlik nuqtasi

P

- mahsulot narxi

AVC

- mahsulot birligiga to‘g‘ri keluvchi o‘zgaruvchan xarajatlar

FC

- doimiy xarajatlar

Monopol raqobatlashgan bozordagi mahsulot differensiyallashgan, ya’ni bir xil ehtiyojni qondiruvchi tovarni har bir firma o’ziga xos ravishda ishlab chiqarib sotadi va uning mahsuloti boshqa firmalarning mahsulotidan sifati, bezagi, tarkibi va sotuv markasi, obro’yi bilan farq qilishi mumkin.

### Tovarning differensiyallashuvi

- deganda bozorda sotiladigan tovarni standartlashtirilmaganligi tushuniladi. Har bir firma o’zining tovar markasini ishlab chiqarish bo’yicha monopol hisoblanadi va u bozorda ma’lum darajada monopol hokimiyatga ega bo’ladi.

# Raqobatlashgan monopol bozor quyidagi xususiyatlari bilan xarakterlanadi:

Birinchidan,

- firmalar differensiyallashgan,

Ikkinchidan

- bozorga yangi firmalarni o'z markasi bilan kirishi va undan faoliyat ko'rsatayotgan firmalarni chiqishi cheklanmagan,

Uchinchidan

- bozorda nisbatan katta miqdordagi firmalar faoliyat ko'rsatadi va ularning har biri sotiladigan umumiy turdag'i tovarga bo'lgan bozor talabining ma'lum darajadagi ulushini qanoatlantiradi,

To'rtinchidan

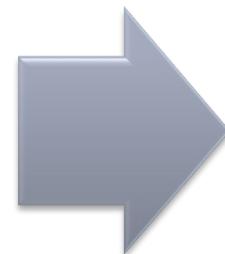
- firmalar o'z mahsulotlariga narx belgilashda va sotish xajmini aniqlashda raqiblarining aks harakatlarini e'tiborga olmaydilar.

## Oligopoliya

- bu shunday bozor turiki, undagi tovar taklifining hammasi, yoki deyarli hammasi bir necha ishlab chiqaruvchi firmalar tomonidan bo'lib olingan va bu bozorga yangi firmalarning kirishi katta to'siq orqali cheklangan bo'ladi.

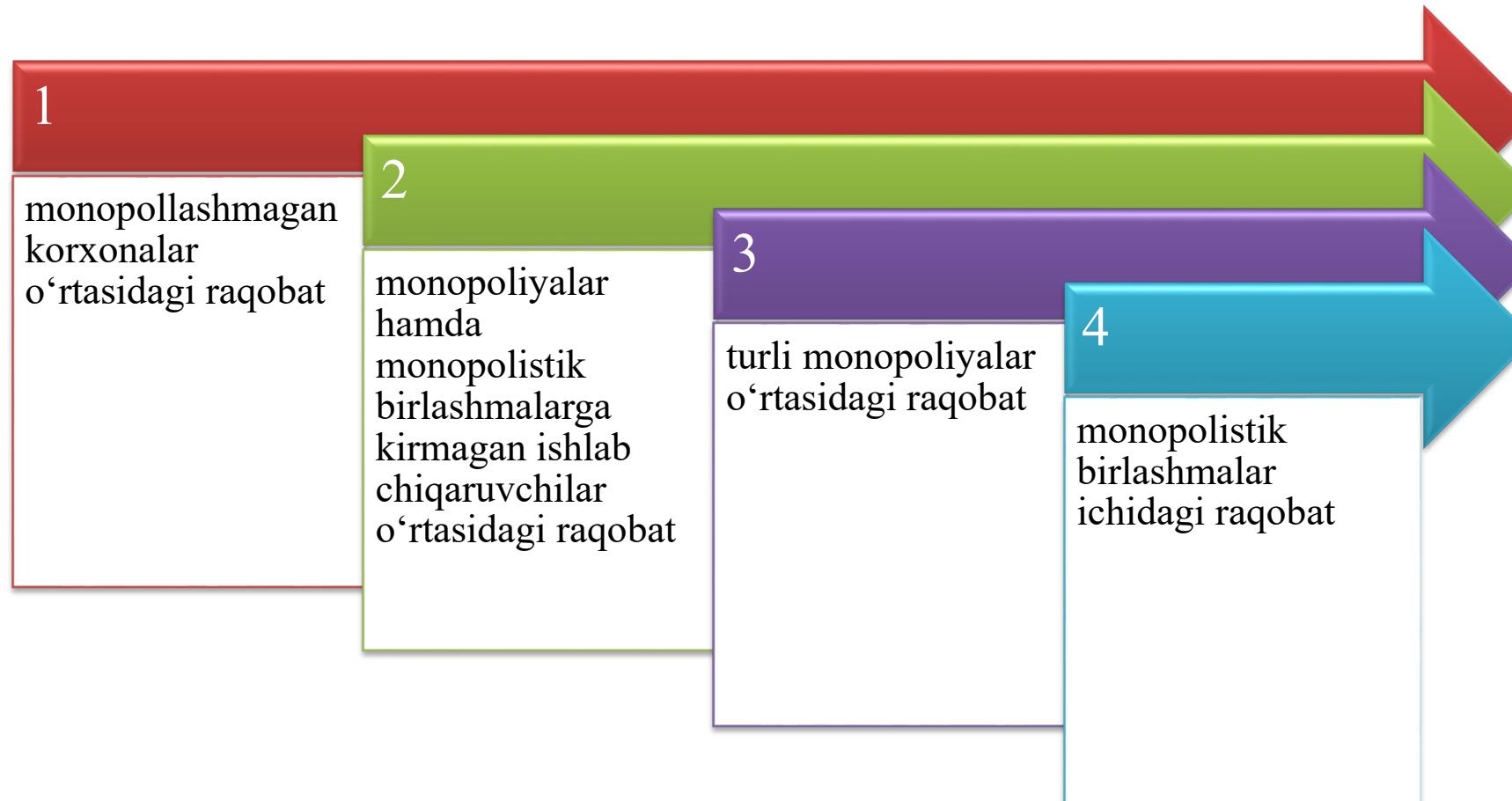
Oligopolik bozorda firma tomonidan qabul qilingan har qanday iqtisodiy siyosat, ya'ni

- - narxlarni o'zgartirish,
- ishlab chiqarish hajmini o'zgartirish,
- reklamani kuchaytirish



- raqobotlashuvchi firmalarning ushbu siyosatga bo'lgan munosabatini bilishni va uni prognoz qilishni talab qiladi.

## **Turli monopolashuv darajasidagi tuzilmalar o‘rtasida mavjud bo‘lishiga ko‘ra quyidagi raqobat turlarini ajratib ko‘rsatish mumkin**



---

## **Sof monopoliyada**

tarmoq bitta firmadan iborat bo‘lganligi sababli, u mavjud mahsulot (xizmat)ning yagona ishlab chiqaruvchisi hisoblanadi va yakkahukmronlik shakllanadi. Monopoliya sharoitida firma narx ustidan sezilarli nazoratni amalga oshiradi. Buning sababi oddiy bo‘lib, u mahsulot (xizmat)ning yagona ishlab chiqaruvchisi hisoblanadi va demak, taklifning umumiy hajmi ustidan nazorat qiladi.

---

## **Monopolistik raqobat**

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

---

# Monopoliyalarning turlarini bir necha mezonlarga ko‘ra ajratish mumkin.

## Bozorni qamrab olish darajasiga ko‘ra:

### Sof monopoliya

- tarmoqdagi yagona ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchining narx va ishlab chiqarish hajmini belgilashdagi yakkahukmronlik holati hisoblanadi.

### Oligopoliya

- tarmoqdagi bir necha yirik ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchining narx va ishlab chiqarish hajmini belgilashdagi hukmronlik holati hisoblanadi.

### 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.

## 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

---

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

# **Monopoliyaning vujudga kelishi sababi va tavsifiga ko‘ra:**

## **Tabiiy monopoliya**

- korxonaning texnologik xususiyatlari sababli mahsulotga bo‘lgan talabni qondirish raqobat mavjud bo‘lmagan sharoitda samaraliroq amalga oshiriluvchi tovar bozorining holati.

## **Legal (qonuniy) monopoliya**

- bu qonuniy tarzda tashkil etiluvchi monopolistik holat. Ular tarkibiga raqobatdan himoya qiluvchi quyidagi monopoliya shakllarini kiritish mumkin:
  - 1) patent tizimi;
  - 2) mualliflik huquqi;
  - 3) tovar belgilari.

## **Sun’iy monopoliya**

- monopol foyda olish maqsadida tashkil etiluvchi birlashmalarning shartli (tabiiy monopoliyalardan ajratib turish uchun) nomi.

# SUN'IY MONOPOLIYALAR

## 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. bo‘yicha kelishuv asosida amalga oshiriladi.

Bank ishi: Federal zahira tizimi va ularning "muvaffaqiyatsiz bo‘lish uchun juda katta" mega-banklar konsortsiumi boshqa barcha piramidalarning tepasida joylashgan Wall Street kartelini tashkil qildi. Butun jahon iqtisodiyoti pul ishlab chiqaruvchilar, menejerlar va manipulyatsiya nazoratida: qarz berish orqali ular har bir millat, sanoat va shaxsni nazorat qiladi. Asosan Goldman Sachs, BoA-Merrill, JP Morgan-Chase, Wachovia, Wells Fargo va CitiBankni o‘z ichiga olgan ushbu kartel 2008 yildagi moliyaviy inqirozdan so‘ng, yakuniy konsolidatsiyadan keyin jamoatchilik uchun to‘liq amal qildi.

Qishloq xo‘jaligi sohasida: Monsanto kompaniyasi (Monsanto) - o’simliklar biotexnologiyasi bo‘yicha jahon yetakchisi bo‘lgan ko‘p millatli ko‘p tarmoqli kompaniya. Asosiy mahsulotlar qishloq xo‘jaligiga mo‘ljallangan: makkajo‘xori, soya, paxtaning genetik jihatdan o‘zgartirilgan urug‘lari, DDT kabi insektitsidlar, shuningdek, dunyoda eng keng tarqalgan Roundup gerbitsidi.

Meditina sohasida: yirik farmatsevtika karteli Yevro-Amerika konglomerati bo‘lib, unga Johnson & Johnson, Pfizer, Roche, GlaxoSmithKline, Merck va boshqalar kiradi. Amerikaliklar kasalliklarga olib keladigan genetik modifikatsiyalangan oziq-ovqatlarni iste’mol qilishda davom etar ekan, farmatsevtika kompaniyalari bir vaqtning o‘zida turli kasalliklarni davolash uchun dori-darmonlarni ishlab chiqishda davom etadi.

Energetika sohasida: Neft, gaz va ko‘mir so‘nggi 100 yil ichida jamiyat uchun eng qimmatli resurslar bo‘lib kelgan va Amerika, butun dunyo kabi, hech qachon erkin energiya bozoriga ega bo‘lmagan. Amerikaning yirik gaz va neft kompaniyalari uzoq vaqtidan beri kartellar tomonidan boshqariladi, OPEK ochiq kartel deb ataladi. Shunga qaramay, butun sanoatni samarali nazorat qiladigan bir nechta yirik neft kompaniyalari mavjud. Ushbu neft kompaniyalari Yevropa bank kartellari tomonidan tashkil etilgan bo‘lib, Amerikadagi eng yirik nomlarni o‘zlarining eski nomlari bilan qoldirgan - Royal Dutch / Shell va British Petroleum.

Harbiy sohada: bu sohada biznes keng miqyosda rivojlangan bo‘lib, ma‘lumotlarga ko‘ra, u Pentagon tomonidan boshqariladigan kartelga birikkan guruh tomonidan nazorat qilinadi. ular jamiyatda o‘z fuqarolariga yordam berishdan ko‘ra, odamlarni o‘ldirish uchun ko‘proq pul sarflashni mutlaqo normal deb biladi. Bunga Boeing, Lockheed Martin, Northrop. Angliyada Grumman, General Dynamics, Raytheon va BAE Systems misol bo‘ladi.

## SINDIKAT

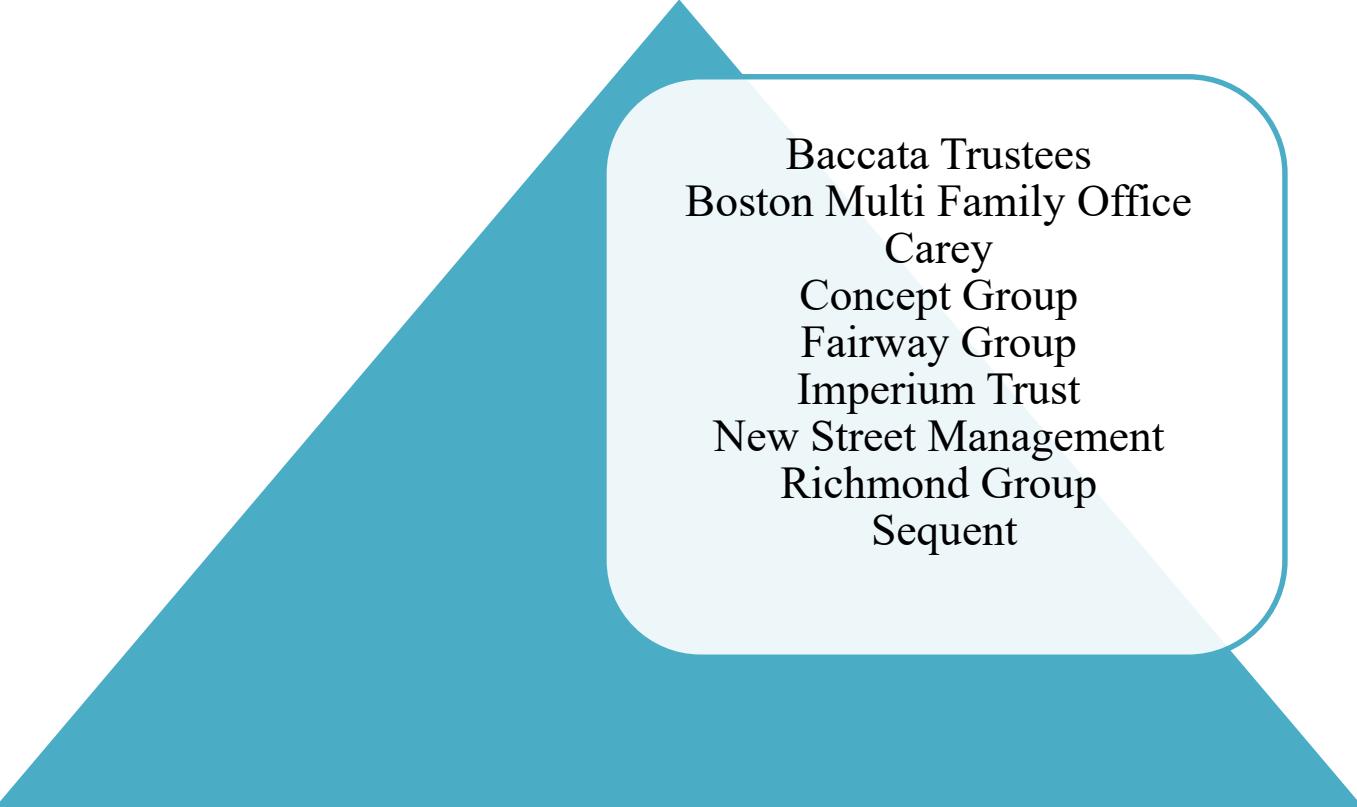
– bir turdag'i mahsulot ishlab chiqaruvchi bir necha korxonalarining birlashmasi. Bunda ishlab chiqarish vositalariga mulkchilik birlashma ishtirokchilarining o'zida saqlanib qolgani holda, ular tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotni sotish maxsus tashkil etilgan yagona savdo tashkiloti orqali amalga oshiriladi.



XX-asr xalqaro sindikatining klassik namunasi De Beers (1888 yil tashkil topgan) kompaniyalar guruhi bo'lib, 1980-yillarda jahon olmos savdosining 90 foizini nazorat qilgan. De Beersdan mustaqil olmos qazib oluvchi kompaniyalar o'z mahsulotlarini jahon bozorlarida sotish nuqtai nazaridan ushbu sindikat bilan hamkorlik qilishga majbur bo'ldilar. De Beers olmos bilan mustaqil savdo qilishga urinayotgan korxonalarini bozordan to'liq siqib chiqargan. 2012 yilga kelib De Beersning jahon olmos bozoridagi ulushi 40% ga kamaydi. 2017 yil holatiga ko'ra, De Beers sotilgan olmoslar qiymati bo'yicha yetakchi bo'lib qolmoqda, bozor ulushi qariyb 37 foizni tashkil etadi, undan keyin Rossiyaning ALROSA kompaniyasi (taxminan 27 foiz), uchinchi o'rinni avstraliyalik Rio Tinto egallaydi. Birgalikda, 2017 yilda bu uch kompaniya dunyodagi olmos ishlab chiqarishning qariyb 70 foizini nazorat qildi.

## TREST

– ishlab chiqarish vositalari, tijorat yo`lida birqalikdagi mulkiy egalikni ta’minlovchi ishlab chiqaruvchilarning yuridik shaxs ko‘rinishidagi birlashmasi.



Baccata Trustees  
Boston Multi Family Office  
Carey  
Concept Group  
Fairway Group  
Imperium Trust  
New Street Management  
Richmond Group  
Sequent

# KONSORSIUM



– bir qancha banklar, korxonalar, kompaniyalar, chakana savdo tarmoqlari, ilmiy-texnika markazlari, davlatlarning yirik loyihalarini (konsorts) amalga oshirish bo'yicha shartnoma asosida vaqtinchalik birlashmasi hisoblanadi. Konsorsium a'zolari shartnoma doirasidan tashqarida, shu jumladan manfaatli shartnoma kuchini yo'qotgandan so'ng birgalikdagi faoliyat natijalaridan foydalanishda to'liq mustaqildirlar.



yirik banklar, bank guruhlari  
tomonidan yirik kreditlar  
joylashtirish yoki yirik uzoq  
muddatli investisiya loyihalarini  
moliyalashtirish uchun tuziladigan  
bank konsorsiumlari

bozorlarga kirish uchun savdo  
tarmoqlari tomonidan tuzilgan savdo  
konsorsiumlari

kapital talab qiluvchi, xalqaro,  
infratuzilmaviy loyihalarni amalga  
oshirish uchun sanoat kompaniyalari  
va kredit tashkilotlari tomonidan  
tuzilgan sanoat konsorsiumlari

kapital talab qiluvchi tadqiqotlarni  
o'tkazish, shuningdek,  
texnologiyalar va ishtiropchilar  
tajribasidan birgalikda foydalanish  
uchun zarur bo'lgan moliyaviy  
resurslarni jamlash maqsadida  
tashkil etilgan ilmiy-tadqiqot  
konsorsiumlari.

## KONSERN

— turli sohalardagi kompaniyalarning moliyaviy-sanoat guruhi bo‘lib, uni boshqa birlashma shakllaridan ajratib turadi. Masalan, Volkswagen konserni avtomobilsozlik, elektronika, kemasozlik va boshqa sohalardagi korxonalarni o‘z ichiga oladi. Ishtirokchilarning huquqiy va iqtisodiy mustaqilligini saqlab qolish xarakterlidir, lekin hukmron moliyaviy tuzilmalarni muvofiqlashtirishni hisobga olgan holda. Odatda, guruh a’zolari nafaqat iqtisodiy salohiyatni, balki bozor strategiyasidagi sa'y-harakatlarni ham birlashtiradi. Konsernning asosiy afzalligi - moliyaviy va boshqa resurslarning kontsentratsiyasi.

Korxonalar o‘rtasidagi integratsiya aloqalariga qarab, konsernlarning quyidagi turlari ajratiladi

vertikal konsernlar (materiallarni sotib olishdan ishlab chiqarishgacha bo‘lgan barcha davrni o‘z ichiga olgan firmalar birlashmalari, ma'lum bir turdagisi mahsulotni sotishgacha - masalan, Volkswagen AG)

gorizontal konsernlar (turli mijozlarga ega bo‘lgan firmalarning birlashmalari, masalan, har xil turdagisi pivo zavodlari birlashmalari)

aralash konsernlar (konglomeratlar).

Bozor iqtisodiyotiga o‘tish sharoitlarida O‘zbekistonda 1991-yil oktyabrdan boshlab moddiy ishlab chiqarish bilan bog‘liq tarmoq vazirliklari o‘rnida yirik Konsernlarlar tashkil qilindi ("O‘zkimyosanoat", "O‘zdavmashkonsern", "Radioelektron texasbob", "O‘zbaliq", "O‘zavtoyo‘l" va boshqalar).

# Monopoliyaning ijobiy tomoni asosan quyidagi ikkita jihat orqali namoyon bo‘ladi.

## Birinchidan

- u ma’lum tarmoqlarda nisbatan samarali amal qiladi va xarajatlarning tejalishiga olib keladi.

## Ikkinchidan,

- monopolist bo‘lмаган, 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‘lмаган 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‘oyalarni raqiblar tomonidan juda tez o‘zlashtirib olinadi va, buning oqibatida, bu g‘oyalarni amalga oshirish xarajatlarini bir tomon qilgani holda, uning samarasidan barcha foydalanadi.

## Monopolianing salbiy tomoni sifatida quyidagi jihatlarni ko‘rsatish mumkin:

1

- resurslarning oqilona taqsimlanmasligi.

2

- daromadlardagi tengsizlikning kuchayishi.

3

- iqtisodiy turg‘unlik va fan-texnika taraqqiyotining sekinlashuvi.

4

- iqtisodiyotda demokratik harakatlarning to‘sib qo‘yilishi.



## Oligopolija

- – tarmoqda u qadar ko‘p bo‘lмаган корхоналарнинг mavjud bo‘lishi va hukmronlik qilishidir. Oligopolija со‘зи grekcha bo‘lib (oligos - bir necha, poleo - sotaman)
- Bu oligopolianing eng muhim belgisi bo‘lib, qaysi tovarlar va xizmatlar bozorida nisbatan kam sonli ishlab chiqaruvchilar hukmronlik qilsa, shu tarmoq oligopolistik tarmoq hisoblanadi.

Oligopolik bozorni uning quyidagi uchta xususiyati ajratib turadi

### Birinchidan

- tarmoqda faoliyat ko‘rsatayotgan firmalarning kamligi

### Ikkinchidan

- tarmoqga kiruvchi firmalar uchun kuchli to‘siqlarning mavjudligi

### Uchinchidan

- oligopolik bozordagi firmalarning harakati bir-biriga bog‘liqligi

## NARXLAR JANGGI

- bu raqobatlashadigan firmalar tomonidan oligopolik bozorda narxlarni bosqichma-bosqich tushirishidir.

Umuman olganda, oligopolik bozorda firma tomonidan qabul qilingan har qanday iqtisodiy siyosat - narxlarni o‘zgartirish, ishlab chiqarish hajmini o‘zgartirish, reklamani kuchaytirish - raqobatlashuvchi firmalarning ushbu siyosatga bo‘lgan munosabatini bilishni va uni prognoz qilishni talab qiladi.

Narxlar jangi narx o‘rtacha xarajatga teng bo‘lgunga qadar davom etadi, ya’ni bu tenglik oligopolik bozor muvozanatini beradi. Muvozanat holatda hech bir firma narxini kamaytirishdan qo‘srimcha foyda ola olmaydi. Muvozanat holatda firmalarning iqtisodiy foydasi nolga teng.

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.

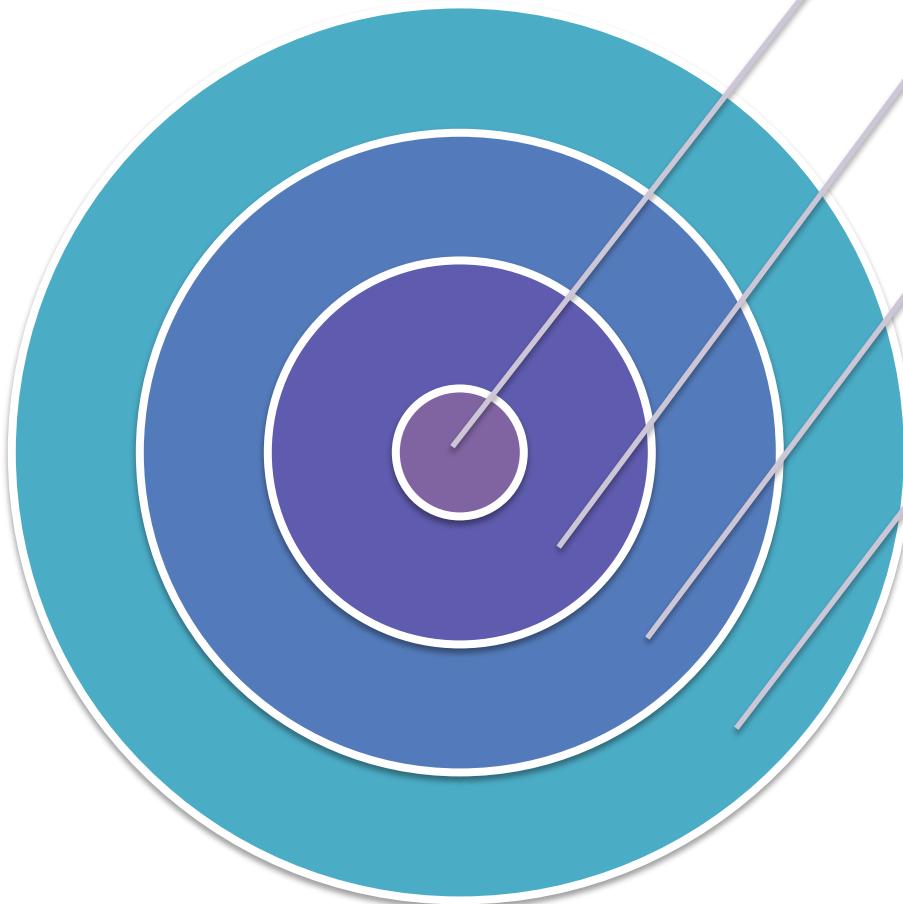
**3. Robinson-Petmen qonuni** (1936 yilda qabul qilingan).

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 firmalarning gorizontal ravishdagi birlashib ketishlariga to‘sinq qo‘ygan bo‘lsa, Seller-Kefover tuzatishi vertikal ravishdagi birlashib ketishlarga cheklov kiritdi.

# O'ZBEKISTON RESPUBLIKASINING QONUNLARI



O'zbekiston Respublikasining  
«Iste'molchilarning  
huquqlarini himoya qilish  
to'g'risida»gi Qonuni (O'RQ-  
221-I, 26.04.1996)

O'zbekiston Respublikasining  
«Reklama to'g'risida»gi  
qonuni (O'RQ-723-I,  
25.12.1998)

O'zbekiston Respublikasining  
“”Tabiiy monopoliyalar  
to'g'risida”gi Qonuniga  
o'zgartishlar va qo'shimchalar  
kiritish to'g'risida”gi Qonuni  
(O'RQ-815-I, 19.08.1999)

O'zbekiston Respublikasining  
«Raqobat to'g'risida»gi  
Qonuni (O'RQ-319,  
06.01.2012)

TOVAR BOZORIDA  
QAYSI XO‘JALIK  
YURITUVCHI  
SUBYEKT YOKI  
SHAXSLAR GURUHI  
TOVARINING ULUSHI:

---

O‘zbekiston Respublikasining  
«Raqobat to‘g‘risida»gi Qonuni  
(O‘RQ-319, 06.01.2012)

ellik va undan ortiq  
foizni tashkil etsa

o‘ttiz besh foizdan ellik  
foizgacha hajmda bo‘lib,  
bunda quyidagi shartlar

xo‘jalik yurituvchi  
subyektning tovar  
bozoridagi ulushi kamida  
bir yil mobaynida  
barqaror bo‘lib turishi

tovar bozorida boshqa  
xo‘jalik yurituvchi  
subyektlarga  
(raqobatchilarga) tegishli  
ulushlarning nisbiy  
miqdorda bo‘lib turishi;

ushbu bozorga yangi xo‘jalik  
yurituvchi subyektlarning  
(raqobatchilarning) kirishiga  
imkoniyat bo‘lishi shartlari  
belgilangan bo‘lsa, shu xo‘jalik  
yurituvchi subyektning yoki  
shaxslar guruhining mavqeyi  
ustun mavqe deb e’tirof etiladi.

# O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Qaror va Farmonlari

O‘zbekiston Respublikasining Xususiylashtirish, monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirish davlat qo‘mitasini tashkil etish to‘g‘risida (PF-4483 13.11.2012)

“Yoqilg‘i-energetika resurslari hamda boshqa yuqori likvidli mahsulotlar bilan ta’minlash borasida raqobat muhitini takomillashtirish, suiiste’molchiliklar va talon-torojliklar sharoitini tugatish, to‘lov intizomini mustahkamlash, debitorlik va kreditorlik qarzlarini kamaytirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” ( PQ-3386, 14.11.2017.

O‘zbekiston Respublikasi Monopoliyaga qarshi kurashish qo‘mitasi faoliyatini tashkil etish to‘g‘risida ( PQ-4126 24.01.2019)

Davlat aktivlarini boshqarish, monopoliyaga qarshi kurashishni tartibga solish tizimini va kapital bozorini tubdan takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida (PF-5630 14.01.2019)

“Raqobat muhitini yana-da rivojlantirish va iqtisodiyotdagи davlat ishtirokini qisqartirish bo‘yicha qo‘sishimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida” (PF-6019, 06.07.2020)

# O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarorlari

---

Tovar bozorlarida monopoliyaga qarshi tartibga solishni yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida (№ 249 30.03.2018)

---

O‘zbekiston Respublikasi Monopoliyaga qarshi kurashish qo‘mitasi faoliyatini tashkil etish chora-tadbirlari to‘g‘risida (№ 402 15.05.2019)

---

O‘zbekiston Respublikasi Monopoliyaga qarshi kurashish qo‘mitasi huzuridagi Iste’molchilar huquqlarini himoya qilish agentligi faoliyatini tashkil etish chora-tadbirlari to‘g‘risida (№ 1015 19.12.2019)

---

Tovar va moliya bozorlarida monopoliyaga qarshi tartibga solish sohasidagi davlat xizmatlarini ko‘rsatishning ayrim ma’muriy reglamentlarini tasdiqlash to‘g‘risida (№ 338 28.05.2020)

---

Monopoliyaga qarshi komplayens tizimini joriy etish chora-tadbirlari to‘g‘risida (№ 114 02.03.2021)

---

Davlat ishtirokidagi xo‘jalik yurituvchi subyektlarni, shuningdek, ularning affillangan shaxslarini va xo‘jalik faoliyatini amalga oshirish vakolatlari berilgan davlat muassasalarini tashkil etishda (qayta tashkil etishda) monopoliyaga qarshi organning dastlabki roziliginini olish tartibi to‘g‘risidagi nizomni tasdiqlash haqida (№ 346 03.06.2021)

# 2020 yilda tovar va moliya bozorlari tahlili



## 70 dan ortiq

tovar va moliya bozorlarida o'rganishlar  
o'tkazildi (o'tgan yilga nisbatan 2  
baravar yoki 200 foizga ortiq)



12 ta xo'jalik yurituvchi sub'ekt 15 ta tovar va xizmatlar bo'yicha  
davlat reestriga kiritildi.



18 ta xo'jalik yurituvchi sub'ekt 18 ta tovar va xizmatlar bo'yicha  
davlat reestridan  
chiqarildi

Tovar yoki moliya bozorida ustun mavqeni egallab turgan xo'jalik  
yurituvchi sub'ektlarning  
davlat reestrinda 95 ta xo'jalik yurituvchi sub'ektlar mavjud, shundan:



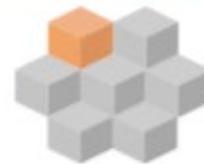
Davlat ishtiroki mavjud



45 ta  
xizmat bo'yicha



61 ta  
xizmat bo'yicha



Ichki bozorning mamlakatimizda  
ishlab chiqarilgan tovarlar bilan  
to'linganligini aniqlash maqsadida 120  
dan ortiq tovar bozorlarida  
o'rganishlar o'tkazildi



Tadbirkorlik sub'ektlari tomonidan  
o'zlashtirilishi tavsiya etiladigan ichki  
bozorda talab yuqori bo'lgan 40 dan  
ortiq tovarlarni o'zlatirilishi takliflari  
tegishli vazirliliklarga yuborilgan

## Foydali havolalar

- <https://antimon.gov.uz/xizmatlar/ochiq-ma-lumotlar/tovar-yoki-moliya-bozorida-ustun-mavqeni-egallab-turgan-xo-jalik-yurituvchi-subyektlarning-davlat-reyestri/>
- <https://www.globalcompliancenews.com/category/antitrust-competition/>
- <https://en.wikipedia.org/wiki/Consortium>