

**Azərbaycan Respublikası
Daxili İşlər Nazirliyi
Polis Akademiyası**

Kafedra: “Mülki hüquq”

Kommersiya hüququ

fənni üzrə

İSTİQAMƏTVERİCİ MÜHAZİRƏ

**Mövzu № 3. Sahibkarlıq fəaliyyəti sahəsində inhisar
fəaliyyətinin məhdudlaşdırılması və
rəqabətin hüquqi təminatı.**

Tərtib etdi:

Polis Akademiyasının «Mülki
hüquq» kafedrasının dosenti,
polis polkovniki, hüquq üzrə
fəlsəfə doktoru, dosent
Rəşad Məmmədov

**Azərbaycan Respublikasının DİN-in Polis Akademiyasının «Mülki
hüquq» kafedrasının 13 mart 2020-ci il tarixdə keçirilən iclasında
müzakirə edilmiş və tədris prosesində istifadəsi məqsədamüvafiq
hesab edilmişdir. Protokol № 7, 13 mart 2020-ci il.**

Bakı - 2020

Mövzu № 3. Sahibkarlıq fəaliyyəti sahəsində inhisar fəaliyyətinin məhdudlaşdırılması və rəqabətin hüquqi təminatı.

Sual 1. Bazarın anlayışı, növləri və ümumi xarakteristikası.

Sual 2. Haqsız rəqabətin anlayışı və formaları.

Sual 3. Antinhisar fəaliyyətin hüquqi tənzimlənməsi.

Ədəbiyyat:

1. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası. Bakı, 2019. Mad. 13, 15, 29.
2. “Haqsız rəqabət haqqında” Azərbaycan Respublikasının 2 iyun 1995-ci il tarixli, 1049 №-li Qanunu.
3. “Reklam haqqında” Azərbaycan Respublikasının 15 may 2015-ci il tarixli, 1281-IVQ №-li Qanunu.
4. “Antiinhisar fəaliyyəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının 4 mart 1993-cü il tarixli, 526 №-li Qanunu.
5. “Təbii inhisarlar haqqında” Azərbaycan Respublikasının 15 dekabr 1998-ci il tarixli, 590-IQ №-li Qanunu.
6. Niftullayev V.M. Sahibkarlığın əsasları. Bakı, 2002, səh 183.
7. Aslanov S.X. Sahibkarlıq hüququ. Bakı, 2005. səh. 367-394.
8. Xələfov E.A. Sahibkarlıq hüququ. Dərs vəsaiti. Bakı, 2007.
9. Hüquq ensiklopedik lüğəti. B., Azərbaycan Ensiklopediyasının Baş redaksiyası, 1991.
10. Quliyev A.İ. Hüquq ensiklopediyası. B., Qanun, 2007.
11. Попондопуло В.Ф. Коммерческое право. Учебник. М. Юрист. 2004.
12. Пугинский Б.И. Коммерческое право России. Учебник. М., 2005.
13. Предпринимательское право России: учеб. / В. С. Белых, Г. Э. Берсункаев, С. И. Виниченко и др.// отв. ред. В. С. Белых. – М.: Проспект, 2009.
14. Тюнель А., Функ Я. Хвалей Ф. Курс международного торгового права. Минск, 2000.

GİRİŞ

Əvvəlki mövzularda biz sizinlə sahibkarlıq fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsi ilə bağlı danışdıq. Bu gün isə yenə də dövlət tənzimlənməsi ilə bağlı olacaq, lakin antinhisar fəaliyyəti və haqsız rəqabət haqqında bəhs ediləcək.

Birinci sualda bazarın anlayışı verilir, növləri göstərilir və iştirakçıların təsnifatı aparılır. **İkinci sualda**, haqsız rəqabətin anlayışı, yaranması əsasları, formaları və haqsız rəqabət haqqında qanunvericiliyin pozulmasına görə məsuliyyətdən danışılır.

Üçüncü sualda isə inhisarçılığın anlayışı verilir, növləri göstərilir, antinhisar fəaliyyətin həyata keçirilməsi əsasları təsbit olunur.

Sual 1. Bazarın anlayışı, növləri və ümumi xarakteristikası.

Qeyd etmək lazımdır ki, sadalanan bu anlayışların özlərini analiz etməyə ehtiyac yoxdur, çünki, hətta gətirilmiş bu misallardan da görünür ki, «bazar» məfhumuna hər bir mütəxəssis öz məzmununu daxil edir, konkret ixtisas üçün mahiyyət kəsb edən qaydada onu tədqiq edir və bunlara uyğun olaraq bazar növlərinə ayırır. Buna əsasən, belə bir qənaətə gəlmək olar ki, biznes hüququ nəzəriyyəsində, qismən isə, bütövlükdə hüquqşünaslıqda da «bazar» məfhumunun hüquqi anlamı işlənib hazırlanmalıdır ki, o da öz növbəsində onun haqqında «bazarı» hüquqa nizamlamanın obyektini kimi, sahibkarlıq fəaliyyətinin xarici mühiti kimi, iqtisadi həyatı sahəsi kimi təsəvvür yaratsın.

«Bazar» məfhumunun hüquqi anlayışı, hər şeydən əvvəl, leqallıq, qanunvericilik müəyyənləşdirilməsindən çıxış etməlidir.

Qanunverici «bazar» məfhumundan istifadə edərkən, ancaq əmtəə bazarına tətbiqi baxımından onun anlayışının müəyyənləşdirir. Əmtəə bazarın əmtəə dövriyyəsi sahəsi təsəvvürünü yaradır ki, həmin bazarda belə əmtəənin əvəz edicisi yoxdur ya da bir-birini əvəz edən əmtəələr mövcuddur. Eyni zamanda onu da qeyd etmək lazımdır ki, iqtisadi imkanlarından asılı olaraq alıcı malı (əmtəəni) ya müəyyənləşdirilmiş konkret bir bazarda, ya da həmin bazardan kənarında olan bir ərazidə alır. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, «bazar» məfhumu çox tez-tez hüquqi ədəbiyyatlarda istifadə olunur, əlbəttə etiraf etmək lazımdır ki, onun məzmunlu anlayışı heç birində verilmir. Bura yalnız S.E.Cilinskinin işi istisna olaraq təşkil edir, çünki o, göstərir ki, bazar hüquq nizamı obyektidir (Cilinski S.E. «Pravovaa osnova predprinimatelskoy deyatel'nosti (predprinimatel'skoe pravo)». M.,1998). Müəllif «bazarın» hüquqi nizamı obyektini olmasının iqtisadi xarakteristikasını, prinsipal mahiyyəti mühüm anlayışı nəzərə çarpdırır. O yazır: «Bazar ictimai münasibətlərin müəyyən sistemidir, özü də ki, ictimai münasibətlər öz növbəsində istənilən hüquq sahəsinin predmetini təşkil edir. Daha sonra, bazarın subyektləri satıcı və alıcılardır ki, bir qayda olaraq, bazarda eyni zamanda hər iki qismində (həm alıcı – həm də satıcı) çıxış edirlər. Nəhayət, bazarın obyektləri əmtəə və

puldur. «Bazar» məfhumuna verilmiş belə bir anlayışla tam razılaşmaq olar, çünki o həm məzmunca birtərəfli və dolğundur, həm də bazarın ayrı-ayrı elementlərini göstərməklə onun (bazarın) hüquqi nizamlanmasının imkanını (mümkünlüyünü) müəyyənləşdirir».

Məhz hüququn nizamlayıcı imkanlarını aşkarlamaq məqsədilə, bazarın hüquqi anlayışının baş vermiş sosial və iqtisadi prosesərin yaranmasının mahiyyətini və xüsusiyyətlərini əhatə etməsi lazımdır. Təbiidir, belə olduğu halda, qanunun həmin anda mövcud olan müddəalarını nəzərə almaq lazımdır.

İqtisadi ədəbiyyatlarda bazarın bir neçə anlayışı verilir. Bazar:

1. Əmtəə istehsalı və dövriyyəsi qanunları əsasında təşkil olunmuş mübadilə, əmtəə mübadiləsi münasibətlərinin məcmusudur;
2. Alıcı və satıcıların qarşılıqlı təsir mexanizmi, ehtiyac və təklif münasibətləridir;
3. Məhsul istehsalçıları və istehlakçıları arasında ölkə daxilində və ya ölkələr arasında mübadilə dairəsidir.

Qeyd olunan anlayışlar bazarın hüquqi mənada anlayışının ifadə olunmasına da kifayət qədər əsas verə bilər. Belə ki, hüquqi mənada bazar dedikdə əmtəələrin, işlərin, xidmətlərin və digər nemətlərin dövr etməsi prosesində yaranan bazar münasibətlərinin məcmusu başa düşülür.

Dövriyyə obyektindən asılı olaraq, bazarın aşağıdakı növlərini fərqləndirmək olar:

1. Əmtəə bazarı;
2. Maliyyə xidmətləri bazarı;
3. Əmək bazarı (işçi qüvvəsi bazarı);
4. Qeyri-maddi nemətlər bazarı və s.

«Dövriyyə sahəsi» kimi bazarın anlayışı onun xarici xüsusiyyətlərini müəyyən etməyə imkan verir. Bu xüsusiyyətlər aşağıdakı sərhədlərlə müəyyən olunur:

1. Bazarın məhsul sərhədləri;
2. Bazarın coqrafi sərhədləri.

Bazarın məhsul sərhədləri dedikdə qarşılıqlı əvəz olunan məhsulların qrupu başa düşülür. Bazarın məhsul sərhədlərinin müəyyən edilməsi dedikdə, məhsulun istehlak xüsusiyyətlərinin, əvəzedici məhsulların müəyyən edilməsi, əmtəələr qrupunun formalaşdırılması başa düşülür. Əmtəə sərhədlərinin məzmununu əmtəənin qarşılıqlı əvəz olunması haqqında istehlakçıların (alıcıların) mənafeləri əsas götürülür.

Bazarın coqrafi sərhədləri dedikdə, alıcıların məhsulları ala bildikləri və onun kənarında bu imkanlarının olmadığı ərazi başa düşülür. Coqrafi sərhədlər alıcıların bir qisminin göstərilən ərazidə müvafiq məhsulu əldə etmək imkanını məhdudlaşdıran iqtisadi, texnologici, inzibati maneələrlə müəyyən olunur. Coqrafi sərhədlər müəyyən olunarkən bir çox amillər nəzərə alınır, xüsusilə də:

1. Alıcının satıcı ilə əlaqə saxlaya bilməsi üçün nəqliyyat vasitələrinin mövcudluğu;
2. ərazidə məhsulların gətirilib və aparılması üçün inzibati məhdudiyyətlərin olmaması;
3. Bazar sərhədləri daxilində müvafiq məhsullar üzərində qiymət hədlərinin uyğunlaşdırılması.

Bazarın quruluşu kəmiyyət və keyfiyyət göstəriciləri ilə xarakterizə olunur. Bazarın kəmiyyət göstəricilərinə aşağıdakılar aiddir:

1. bazarda fəaliyyət göstərən satıcıların sayı;
2. satıcının bazarda malik olduğu pay;
3. Bazar təmərküzünün göstəriciləri.

Bazarın keyfiyyət göstəricilərinə isə aşağıdakılar aiddir:

1. potensial rəqiblərin bazara çıxması üçün maneələrin olub-olmaması, maneələrin aradan qaldırılması üçün mövcud imkan dərəcələri.
 - məhsulu hazırlamaq üçün kifayət qədər maddi-texniki bazaya, kadr və texnologiyaya malik olan, lakin müxtəlif səbəblərdən bu imkanları həyata keçirməyən sahibkarlıq subyektləri;
 - məhsulu hazırlayan, lakin nonu bazarda realizə etməyən sahibkarlıq subyektləri.
2. bazarın beynəlxal və regionalarası ticarət üçün açıq olması.

Fikirlərimizi ümumiləşdirib bazarın aşağıdakı hüquqi anlayışını təqdim etmək olar: bazar – bir-birini əvəz edən ayrıca növ əmtəənin, işin və xidmətin dövriyyə sahəsini və ya təsərrüfat dövriyyəsinin hüquqi reciminin müəyyən edən hüquqi normalar məcmusudur.

Bazarın quruluşunun dörd növünü göstərmək olar:

1. Mükəmməl rəqabət bazarı – bu növ bazar özündə aşağıdakı xüsusiyyətləri əks etdirir:

- bazarda çoxlu sayda müstəqil təsərrüfat subyektlərinin olmasını;
- heç kəs və heç bir vasitə ilə bazara giriş məhdudlaşdırılmır;
- təsərrüfat subyektləri bazar qiymətlərinə nəzarətdə iştirak etmirlər.

İqtisadi ədəbiyyatlarda bazarın bu növü «təmiz bazar» adlandırılır. Ona görə ki, o, dövlətin müdaxiləsindən azaddır və inhisarçılıqdan təmizdir.

2. Mütləq inhisarçılıq bazarı – təmiz bazarın bilavasitə əksidir. Bu növ bazarda məhsul yeganə təsərrüfat subyekti tərəfindən istehsal olunur və bu məhsulun əvəzləyicisi olmur. Həmçinin, bu növ bazara yeni istehsalçıların daxil olmasına bir sıra maneələrinin yaradılmasını özündə ehtiva edir.

3. İnhisar rəqabət bazarı – müxtəlif məhsulların istehsalı və realizəsi ilə məşğul olan sahibkarlıq fəaliyyəti subyektlərinin müəyyən sayını nəzərdə tutur. Sahibkarlardan hər biri çalışır ki, bazarda əmətəələr arasında onun məhsulunun nadir və ən yaxşısı olduğunu istehlakçıları inandırsın. Bu növ bazarda satıcıların bazara daxil olması və çıxması üçün heç bir məhdudiyyət yoxdur.

4. Oliqopoliya¹ bazarı. Bazarda oliqopoliya rəqabəti zamanı bir neçə iri sahibkarın hökmran mövqeyə malik olmasıdır. Bu bazara yeni sahibkarlıq subyektlərinin daxil olması üçün yalnız bazarda hökmran mövqeyə malik olan bir neçə subyektin yüksək gəlirinin əldə etməsini təmin etdikdən sonra mümkündür.

Bazarın iştirakçıları. Bazar fəaliyyətinin subyektləri, həm əmtəəni alan və onu realizə edən, həm də əmtəə mübadiləsi qaydalarını müəyyən edən və onlara riayət edilməsinə nəzarəti həyata keçirən şəxslərdir.

¹ Oliqopoliya (yunanğa *oliqopoleo* sözü olub, mənası *oliqo* – bir neçə, *poleo* – satıram deməkdir.

Fəaliyyətin ixtisaslaşdırılması kriteriyası üzrə bazarın bütün iştirakçıları ilkin olaraq iki qrupa bölünə bilər.

Bazarın peşəkar iştirakçıları birinci qrupu təşkil edir. Bu qrupdan olan şəxslərə sahibkarlıq fəaliyyəti subyektlərini və idarəetmə orqanlarını aid etmək olar.

İkinci qrupu isə bazar münasibətlərinin qeyri-peşəkar iştirakçıları təşkil edir ki, onlara da məişət istehlakçıları aid edilir.

İcra hakimiyyəti orqanları, onların vəzifəli şəxslərini də bazarın peşəkar iştirakçılarına aid etmək lazımdır. Bunu izah etmək üçün hər şeydən əvvəl «Antiinhisar fəaliyyəti haqqında» Azərbaycan Respublikasının Qanununa (04.02.1993) istinad edilməlidir. Qanunun 3-cü maddəsinə əsasən, antiinhisar siyasətini həyata keçirən Azərbaycan Respublikasının dövlət orqanları sadəlik: antinhisar fəaliyyətinin qarşısının alınması, məhdudlaşdırılması və aradan qaldırılması üzrə dövlət siyasətini, digər dövlət orqanlarının bu sahədə fəaliyyətinin əlaqələndirilməsini öz səlahiyyətləri daxilində Azərbaycan Respublikasında antiinhisar siyasətini həyata keçirən Azərbaycan Respublikasının mərkəzi icra hakimiyyəti orqanı adı çəkilən qanunun tələblərinin pozulmasına görə icrası məcburi olan göstərişlər verə bilər və qanunvericiliklə müəyyən olunmuş digər səlahiyyətləri yerinə yetirə bilər.

1ci sual üzrə nəticə

Bu sualda bazarın anlayışı verildi, onun məzmunu təhlil edildi. Həmçinin bu sualda bazarın iştirakçıları və onların hüquq və vəzifələri təsbit olunub. Bundan başqa, bazarın növlərini qruplaşdıraraq ayrı – ayrılıqda onların izahı verildi.

Sual 2. Haqsız rəqabətin anlayışı və formaları.

Rəqabət latınca tərcümədə «toqquşma», «yüyürüşüb toplaşmaq», «axışib gəlmək» mənasını verir. Rəqabət bazarın iştirakçılarının bir-biri ilə yarışması kimi qəbul olunur. Rəqabətin anlayışı «Haqsız rəqabət haqqında» Azərbaycan Respublikasının 2 iyun 1995-ci il tarixli Qanununun 1- ci maddəsində verilmişdir. Adı çəkilən normaya əsasən rəqabət - bazar subyektləri arasında sahibkarlıq fəaliyyətinin ən əlverişli şərtləri uğrunda mübarizənin elə formasıdır ki, bu zaman onların müstəqil fəaliyyəti hər birinin bazarda əmtəə (məhsul, iş, xidmət) dövriyyəsinin ümumi vəziyyətinə təsir etmək imkanını əsaslı surətdə məhdudlaşdırır və istehlakçıya lazım olan əmtəələrin istehsalını stimullaşdırır.

Kapitaların rəqabəti bir çox hallarda əmtəə bazarlarında təsərrüfat subyektlərinin iqtisadi münasibətlərini müəyyən edir. Deyilənlərə müvafiq olaraq, əmtəə bazarlarında kapitalın təmərküzünün metod və üsulları formalaşır. Rəqabət «bazar» anlayışı kateqoriyasının ayrılmaz hissəsidir. R.K. Makkonnell yazırdı ki, «rəqabət zamanı alıcılar – sahibkar, bazar – onların agentləri, müəssisələr isə – onların qullarıdır».²

Azərbaycan Respublikasında rəqabət haqqında qanunvericiliyin məqsədi rəqabət əsasında iqtisadi fəaliyyət subyektlərinin və bazar iqtisadiyyatının səmərəli fəaliyyətini təmin etməkdir. Belə ki, AR Konstitusiyasının 15-ci maddəsinin 2-ci hissəsinə müvafiq olaraq, «Azərbaycan dövləti..., azad sahibkarlığa təminat verir, iqtisadi münasibətlərdə inhisarçılığa və haqsız rəqabətə yol vermir». Qeyd etmək lazımdır ki, belə dəstək inhisar və rəqabət haqqında qanunvericiliyin müxtəlif normalarında nəzərdə tutulmuş hüquqi vasitə və üsulların vasitəsilə həyata keçirilir.

Rəqabət – bazar iqtisadiyyatı inkişaf etmiş xarici ölkələr üçün əsas şərt hesab olunur. Xüsusi mülkiyyətlə və azad sahibkarlıqla yanaşı, rəqabət də iqtisadi inkişafın əsas faktorlarından biri hesab olunur. Məhz, rəqabət nəticəsində məhsulun keyfiyyəti və bu məhsulun aşağı qiymətlərlə realizəsi təmin edilir.

² Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс. М., 1993. Т. I. с.95.

Rəqabət-iqtisadi yarışmadır və aşağıdakı xüsusiyyətləri özündə birləşdirir:

1. müstəqil (rəqabət) hərəkətlərlə ifadə olunur;
2. rəqabət aparən subyektlər arasında həyata keçirilir;
3. Bazar adlanan, sahibkarlıq fəaliyyətinin müəyyən iqtisadi-hüquqi sahələrində olur.

Haqsız rəqabət haqqında AR Qanununun 1-ci maddəsində təsbit olunan anlayışlar aparatında haqsız rəqabətə anlayış verilmişdir. Həmin normaya əsasən, haqsız rəqabət - bazar subyektinin sahibkarlıq fəaliyyətində mövcud qanunvericiliyə zidd və ədalətsiz üsullarla üstünlük əldə etməyə yönəlmiş, bununla da digər bazar subyektlərinə (rəqiblərinə) zərər vura bilən, yaxud onların işgüzarlıq nüfuzuna xələl yetirə bilən hərəkətlərdir.

Haqsız rəqabətin qanunvericilikdə verilən anlayışına nəzər yetirsək onun məzmununda xüsusilə üç əlamətini göstərmək olar. İlkin əlamət kimi, sahibkarlıq fəaliyyətində üstünlüklərin əldə edilməsindən ötrü təsərrüfat subyektlərin istənilən hərəkətləri nəzərdə tutulur. Lakin, belə ümumi əlamət haqsız rəqabət haqqında kifayət qədər tam təsvür yaratmır, bazarda zəruri olan rəqabətin özünün hər bir halda haqsız rəqabətdən fərqləndirilməsi üçün dəqiq meyarlarını təsbit etmir. Bu da öz növbəsində, maraqlı şəxslərə imkan verir ki, haqsız rəqabəti təsərrüfat subyektinin aktiv rəqabət mübarizəsinə başlanılması kimi nəzərdən keçirsin.

Ona görə də, haqsız rəqabətin anlayışı özündə ikinci mühüm əhəmiyyət kəsb edən əlaməti təsbit edir. Bu, təsərrüfat subyektinin hərəkətlərinin, daha geniş yayılmış və daim sahibkarlıq fəaliyyətində istifadə olunan sosial normalarla qiymətləndirilməsidir: təsərrüfat subyektinin davranışı qanunvericiliyə, işgüzar adətlərə, vicdanlılıq, ədalətlilik tələblərinə zidd olmamalıdır.

Nəhayət, haqsız rəqabətin üçüncü hüquqi əlamət, sadalanan sosial normaları pozan, təsərrüfat subyektinin hərəkətləri nəticəsində zərərli nəticələrin yaranmasıdır. Haqsız rəqabətin mövcudluğunu təsdiq etməkdən ötrü, göstərilən hərəkətlərin digər təsərrüfat subyektlərinə-rəqiblərinə zərər vurulması (və ya zərər vura biləcəyi)və ya onların işgüzar nüfuzuna xələl gətirilməsi sübut olunsun.

Haqsız rəqabət haqqında AR Qanunun 3-cü maddəsi haqsız rəqabətin 6 konkret formalarını müəyyən edir:

1. rəqibin təsərrüfat fəaliyyətinin təqlidi;
2. rəqibin təsərrüfat fəaliyyətinin nüfuzdan salınması;
3. rəqibin təsərrüfat fəaliyyətinə müdaxilə;
4. haqsız sahibkarlıq fəaliyyəti;
5. haqsız işgüzarlıq davranışı;
6. istehlakçıların çaşdırılması.

Adı çəkilən Qanun rəqibin təsərrüfat fəaliyyətinin təqlidi adlı formanı təsbit edir. Azərbaycan dilinin izahlı lüğətində təqlid bənzətmə, yamsılama kimi mənaları verir.³

Rəqibin təsərrüfat fəaliyyətini təqlid edən aşağıdakı hərəkətlərə yol verilmir:

- rəqibin əmtəsinin, həmçinin onun əmtəə formasının, qablaşdırılmasının və xarici tərtibatının, əmtəənin texniki xassələrindən irəli gələn xarici görünüşü istisna olmaqla, özbaşına təqlid edilməsi;
- digər təsərrüfat subyektinin patent-lisenziya hüququnu pozmaq yolu ilə onun məhsulunun birbaşa təkrarlanması;
- eyni adlı subyekt tərəfindən öz adını hər hansı fərqləndirici nişanla firma adı kimi istifadə etməsi halları istisna olmaqla, digər bazar subyektinin əmtəə nişanının, coğrafi göstəricilərinin, firma adının, əmtəə markasının, həmçinin adının qanunsuz istifadə edilməsi.

Haqsız rəqabətin digər forması olan rəqibin təsərrüfat fəaliyyətinin nüfuzdan salınmağa gətirib çıxaran aşağıdakı hərəkətlərə yol verilmir:

- digər bazar subyektlərinin işgüzar nüfuzu və maliyyə vəziyyəti haqqında yalan və təhrif olunmuş məlumatların yayılması;
- rəqibin elmi-texniki və istehsal imkanları haqqında məlumatların təhrif olunmuş şəkildə açıqlanması.

Rəqibin təsərrüfat fəaliyyətinə müdaxilə məqsədi güdən aşağıdakı hərəkətlərə yol verilmir:

³ A.Axundov. Azərbaycan dilinin izahlı lüğəti. Bakı, «Elm» nəşriyyatı, 2005. Səh. 398.

- rəqibin işgüzar münasibətlərinin qanunsuz vasitələrlə qəsdən pozulması, kəsilməsi və dayandırılması;

- rəq

ibin işçilərini öz xidməti vəzifələrini yerinə yetirməməyə sövq etmək məqsədilə onlara qanunsuz vasitələrlə təsir göstərilməsi.

Haqsız rəqabətin digər forması haqsız sahibkarlıq fəaliyyətidir. Qanuna əsasən sahibkarlıq fəaliyyəti sahəsində aşağıdakı hərəkətlərə yol verilmir:

- bazar subyektinin elmi-texniki, istehsalat və ya ticarət fəaliyyətinə dair məlumatların, o cümlədən kommersiya sirlərinin qanunsuz əldə edilməsi, istifadə olunması və yayılması;

- rəqibin üzərində əsassız üstünlük qazanmaq məqsədilə onun təsərrüfat qərarlarının qəbul edilməsinə və icrasına qanunsuz vasitələrlə təsir göstərilməsi;

- əmtəələrin məcburi əlavə çeşidlə satışı;

- müqavilələrdə əsassız birtərəfli üstünlüklərin nəzərdə tutulması;

- qiymətlərinin artırılması nəzərdə tutulduğu günədək, yaxud qiymətlərin artmasına şərait yaratmaq məqsədilə əmtəələrin təsərrüfat dövriyyəsindən çıxarılması və ya dövriyyəyə buraxılmaması.

Sonuncu hərəkət nəzəriyyədə dempinq adlanır. Dempinq (latın sözü olub dumpinq mənası aşağı salma deməkdir) – əmtəələrin süni şəkildə aşağı salınmış qiymətlərlə satışıdır. Dempinq qiymətləri bazar qiymətlərindən əhəmiyyətli şəkildə aşağıdır, habelə əmtəənin və ya xidmətin özünün dəyərindən də aşağı ola bilər.

Dempinqin aşağıdakı növləri var:

Daimi dempinq – əmtəələrin, onların dəyərindən aşağı qiymətə daimi ixracıdır;

Qabaqcadan düşünülmüş dempinq – inhisar qiymətlərin müəyyən edilməsi və rəqiblərin bazardan çıxarmaq məqsədi ilə ixracat qiymətlərinin müvəqqəti olaraq aşağı salınmasıdır;

Təsədüfi dempinq – aşağı qiymətlərlə xarici bazarlara əmtəə ehtiyatlarının epizodik satışıdır.

Haqsız rəqabətin formalarından biri də haqsız işgüzarlıq davranışıdır. İşgüzarlıq

davranışı sahəsində aşağıdakı hərəkətlərə yol verilmir:

- müəyyən vaxt ərzində rəqabətdən və ya onun müəyyən formasından əl çəkmək haqqında tərəf müqabili ilə (kontragentlə) bağlanmış və bazar subyektlərinin təsərrüfat fəaliyyətinə ciddi məhdudiyyətlər yaratmayan sazişin pozulması;

- rəqibin işgüzarlıq əlaqələrini pozmaq məqsədilə digər bazar subyektlərinə əsassız çağırışlar (müraciətlər) edilməsi və belə əlaqələrin yaradılmasına maneçilik törədilməsi.

Bazar subyektlərinin istehlakçıları çaşdırmağa yönədirilmiş aşağıdakı hərəkətlərinə yol verilmir:

- əmtənin mənşəyi, hazırlanması üsulu, istifadə üçün yararlılığı, keyfiyyəti və başqa xassələri, sahibkarın şəxsiyyəti və ya onun təsərrüfat fəaliyyətinin xüsusiyyəti barədə istehlakçını çaşdırma bilən hər hansı məlumatlardan istifadə edilməsi;

- əmtənin alınması, yaxud sövdələşmə zamanı istehlakçının seçmə sərbəstliyinə təsir göstərən qanunsuz reklam üsullarından istifadə olunması;

- əmtənin istehlakçını çaşdırma bilən yanlış müqayisə edilməsi və onun reklam və ya informasiya materialı kimi açıqlanması;

- əmtənin istehlak və digər vacib xassələri barədə istehlakçını çaşdırmaq məqsədilə uyğun olmayan fərqləndirici nişanla və ya marka ilə təchiz edilməsi;

- əmtənin öz təyinatına və ya ona qoyulan tələblərə uyğun olmadığını gizlədilməsi.

2-ci sual üzrə nəticə

Bu sualda haqsız rəqabətə anlayış verilir, onun məzmunu açıqlanılır. Daha sonra, haqsız rəqabətin formaları təsbit olub ki, onların da ayrı – ayrılıqda izahı verilmişdir.

§3. Antiinhisar fəaliyyətinin hüquqi tənzimlənməsi.

Antiinhisar qanunvericiliyinin yaranması tarixi.⁴ İlk antiinhisar aktı kimi Bizans imperatoru Zenonun 483-cü ildə qiymətlər haqqında imzaladığı konstitusiyayı göstərmək olar. Bu konstitusiyada deyilirdi ki, «mən hər bir şəxsə geyim və ya balığa və yaxud digər məhsula və ya digər istifadə üçün nəzərdə tutulmuş hər hansı bir əşyaya inhisarın həyata keçirilməsinə yol verməməsini əmr edirəm». Bu aktda ilk dəfə olaraq «inhisar» sözü meydana gəlmişdir.

Daha sonra, İngiltərədə XVII əsrdə qəbul edilmiş qanun şəhər ticarətində mövcud inhisarçılığını aradan qaldırdı. Almaniyada isə 1886-cı ildə haqsız rəqabət haqqında qanun qəbul edilmişdir. Kanadada isə 1889-cu ildə ticarətdə məhdudiyyətlərlə bağlı olan birliklərin qadağan edilməsi haqqında qanun qəbul edilmişdir.

Fikrimizcə, daha ətraflı Amerika antitrust qanunvericiliyinin üzərində dayansaq, daha məqsədamüvafiq olar. Belə ki, 1883-cü ildə antiinhisar qanunu ilk dəfə Amerikanın Alabama ştatında qəbul olunmuşdur. Bu qanun ticarətin məhdudlaşdırılmasını və sıradan çıxarılmasına yönələn əməlləri hüquqazidd hesab edir və belə hərəkətlərə yol verdiklərinə görə sahibkarlıq fəaliyyəti subyektlərinə müxtəlif cəzalar tətbiq edilirdi.

Antiinhisar qanunvericiliyinin federal səviyyədə tətbiqinə yalnız 1890-cı ildə başlanılmışdır. Qəbul edilmiş qanun ticarətin və sənayenin qanunsuz məhdudiyyətlərdən və inhisardan müdafiəyə yönəlmişdir.

Məsələn: Amerikada alimium istehsalı üzrə inhisarçı olan «Düpon» şirkəti əhalinin məhsula olan tələbatını bədiyindən və qiymətlərin süni şəkildə artırılması (şişirdilməsi) üçün alimium bazarında istehsal etdiyi məhsula qıtlıq yaratdı. Buna görə də, prezident Franklin dövlət büdcəsi hesabına «Düpon» şirkəti ilə rəqabət apara biləcək bir şirkət yaratdı. Sonradan isə bu şirkəti «Düpon» şirkətinin

⁴ İnhisar-yalnız bir şəxsə məxsus olma; bir malı istehsal və ya satmaq üçün müstəsna hüquqdur. Bax: A.Axundov. Azərbaycan dilinin izahlı lüğəti. Bakı, «Elm» nəşriyyatı, 2005, səh. 150.

sahibinin qan düşməni olan şəxsə özəlləşdirdi. Bunula da aliminimum bazarında qiymətlərlə bağlı stabillik yaratmış oldu.

Hüquq nəzəriyyəsində antiinhisar qanunvericiliyinin üç modelinə rast gəlmək olar:

Amerika modeli-bütün inhisarçılığı qanunazidd hesab edir. Bu modeli qanunvericilik hal-hazırda Kanadada, Amerikada, Arqentinada və Yaponiyada tətbiq edilir.

Avropa modeli-inhisarçılığı qanunazidd hesab olunmur, lakin inhisarçılığa nəzarət edir, inhisar xarakterli sui-istifadə hallarına qarşı mübarizə aparır. Bu modeli qanunvericilik Böyük Britaniya, Fransa və Qərbi Avropa dövlətlərində tətbiq edilir.

Qarışıq model-inhisarçılıq həm qanunazidd hesab olunur, həm də inhisarçılığa yol verilir. Məsələn, təbii inhisarçılıq. Bu modeli qanunvericilik Almaniya, Azərbaycan, Rusiya və MDB-yə daxil olan digər dövlətlərdə tətbiq olunur.

İnhisar dedikdə müvafiq bazarda bir və ya bir neçə sahibkarlıq subyektinin hökmran mövqeyidir.

Bazarda hökmran mövqe – qüvvədə olan qanunvericilik bütün təsərrüfatçılıq subyektləri sırasında bazarda hökmran mövqe tutan şəxslərin hüquqi vəziyyətini ayırır. Hüquq ədəbiyyatında belə subyektlər çox zaman inhisarçılar (monopolist) adlanırlar.

Hökmran mövqe-bazarda əvəzləyicisi olmayan və ya qarşılıqlı surətdə dəyişdirilən əmtəyə malik olan təsərrüfatçılıq subyektinin və ya bir neçə təsərrüfatçılıq subyektlərinin müstəsna mövqeyidir.

«Antinhisar fəaliyyəti haqqında» Azərbaycan Respublikasının Qanununda isə hökmran mövqeyi belə bir anlayış verilmişdir:

Hökmran mövqe – təsərrüfat subyektinin öz iqtisadi potensialının üstünlüyünə əsaslanaraq rəqabətə həlledici təsir göstərməyə imkan verən və bununla da bazarın digər iştirakçılarının bazara daxil olmasını çətinləşdirən müstəsna vəziyyətidir. Bazarda payı 35%-in və ya qanunvericilikdə müəyyən

olunmuş digər həddən çox olan təsərrüfat subyekti hökmran mövqe tutan hesab olunur.

Ondan əlavə, hökmran mövqe rəqabət aparənlər arasında bağlanmış sazişdən, həm də inhisarçı ilə onun alıcı və ya istehlakçısı arasında bağlanmış sazişdən yarana bilər.

Təsərrüfatçılıq subyektinin hökmran mövqeyi həm daxili, həm də xarici faktorların nəticəsi, o cümlədən də aşağıdakılar ola bilər:

1. fərqləndirici vergi sistemi, subyektin və digər imtiyazlı, verilməsi daxil olmaqla dövlət siyasəti;
2. təsərrüfatçılıq subyektlərinin qatılması, birləşdirilməsi, həm də ləğv olunması;
3. yenilik tətbiqi, istehsal və ya elmi-texniki strategiya;
4. qeyri-rəqabət metodu ilə bazardan rəqibin uzlaşdırılması üzrə təsərrüfatçılıq subyektinin fəaliyyəti;
5. təsərrüfatçılıq subyektləri arasındakı saziş (açıq və gizli);
6. digər faktorlar:

Öz-özünə hökmran mövqeyin saxlanması hüquqpozuntusu sayılır.

Hüquq ədəbiyyatlarında müxtəlif meyarlara əsaslanaraq inhisarın tipləri göstərilmişdir. İnhisarın bu tiplərini ümumiləşdirərək aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

1. Bilavasitə dövlət tənzimlənməsi nəticəsində yaranan inhisarçılıq.

Bu tip inhisarçılıq dövlət və ictimai maraqların təmin edilməsi məqsədilə dövlətin iradəsi əsasında yaranır. Fikrimizcə, bu tip inhisarçılıq, onun hüquqi təbiətini nəzərə alınmaqla dövlət inhisarçılıq adlandırmaq olar.

2. Bilavasitə dövlət tənzimlənməsi olmadan və sahibkarlıq fəaliyyəti subyektlərin müstəqil hərəkətləri nəticəsində yaranan inhisarçılıq. Bu tip inhisarçılıq aşağıdakı hallarda ola bilər:

- sahibkarlıq fəaliyyəti subyektlərinin birinin digəri üzərində vicdanlı rəqabət nəticəsində qələbənin qəzandırılması;
- rəqiblərin öz təşəbbüsləri ilə bazardan çıxması.

Sosial-iqtisadi təbiətinə görə inhisarın aşağıdakı növlərini fərqləndirmək olar:

1. Təbii inhisarçılıq;
2. Qanuni (leqal) inhisarçılıq;
3. Süni inhisarçılıq.

Bazarda azad rəqabət üçün daha təhlükəli və geniş yayılmış süni inhisarçılıqdır. Bu növ inhisarçılığın təbii inhisarçılıqdan fərqi ondan ibarətdir ki, süni inhisarçılıqda daha çox gəlir əldə etmək üçün inhisar subyektlərinin birləşməsidir. Bu növ inhisarçılıq bazarın quruluşunu qəsdən, bilərəkdən dəyişir, yəni:

- yeni sahibkarlıq fəaliyyəti subyektlərinin bazara daxil olmasına maneələr yaradır;
- daha böyük kapitaldan istifadə olunur;
- yeni sahibkarlıq fəaliyyəti subyektləri ilə müqaisədə daha yüksək səviyyədə texnologiyadan istifadə olunur.

Süni inhisarçılıq aşağıdakı kimi təşkil olunur:

1. Kartel;
2. Sindikat;
3. Trest;
4. Konsern.

Kartel sindikatdan, trestdən, konserndən fərqli olaraq, inhisarın daha çox dayanaqlı formasıdır. Hər bir müəssisə kartelə daxil olduqda maliyyə və istehsal müstəqilliyini saxlayır. Kartel bir sahə çərçivəsində fəaliyyət göstərir. İnhisar sazişləri nəticəsində kartelə daxil olan subyektlər bazarda ümumi siyasət işləyib-hazırlayır, məhsulun istehsalının ümumi həcmi müəyyənləşdirilir və vahid qiymət müəyyən edilir.

Sindikat⁵ - inhisar birliyinin təşkilati formasıdır. Sindikatda məhsulun satışı, sifarişlərin bölgüsü mərkəzləşdirilmiş qaydada həyata keçirilir. Bir sözlə desək, sindikat birgə sahibkarlıq fəaliyyətini həyata keçirən hüquqi və istehsal cəhətdən müstəqil olan sahibkarların birliyidir.

⁵ Sindikat yun. sözü syndikos olub, mənası bir-birinə xəbərdarlıq etməklə həmrəklənmə deməkdir.

Trest⁶ - inhisar birliyinin formasından biridir. Trestə daxil olan sahibkarlıq fəaliyyətinin subyektləri istehsal, kommersiya və hüquqi müstəqilliyini itirir. Bu növ inhisarçılıq XIX əsrdə daha çox yayılmışdır. Keçmiş SSRİ-də trestlər, ilk dəfə 1923-cü il aprel ayının 10-dan yeni iqtisadi siyasət nəticəsində yaranmışdır.

Konsern – istehsalın və kapitalın yüksək səviyyədə mərkəzləşdirilmiş müxtəlif müəssisələrin birliyidir. Bu, inhisar birliyinin daha üstün və mürəkkəb formasıdır.

İnhisarçılıq fəaliyyəti-inhisarçılığın bu və ya digər forması olub, təsərrüfat subyektlərinin, yaxud icra hakimiyyəti və idarəetmə orqanlarının rəqabətə yol verməməyə, onu məhdudlaşdırmağa, yaxud aradan qaldırmağa yönəldilmiş fəaliyyətdir.

İnhisar fəaliyyətinin son məqsədi – sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsi zamanı gəlirin artırılmasıdır. İnhisar fəaliyyətini müxtəlif əsaslara görə təsnif etmək olar:

1. İfadə fərqiindən asılı olaraq: a) müqavilə üzrə inhisarçılıq fəaliyyəti; b) müqavilədən kənar inhisarçılıq fəaliyyəti;

2. İnhisarçılıq fəaliyyəti iştirakçılarının sayından asılı olaraq: a) fərdi və b) kollektiv inhisarçılıq fəaliyyəti.

Kollektiv inhisarçılıq fəaliyyəti sahibkarlıq subyektləri arasında özünü sazişlərdə biruzə verir. Bu kimi sazişlər bağlanması nəticəsində kartellər, sindikatlar, konsernlər və s. inhisarçı birliklər yaradılır;

3. İnhisarçıların subyektiv tərkibindən asılı olaraq: a). sahibkarlıq subyektlərinin inhisar fəaliyyətini; b). dövlət orqanlarının inhisar fəaliyyətini; c). yerli özünüidarəetmə orqanlarının inhisar fəaliyyətini fərqləndirmək lazımdır.

Sahibkarlıq subyektlərinin inhisar fəaliyyətinin aşağıdakı növləri vardır:

1. fərdi inhisar fəaliyyəti – sahibkarlıq subyektinin bazardakı öz vəziyyətindən sui-istifadəsi kimi başa düşülür. Sui-istifadə aşağıdakı hallarda özünü göstərə bilər:

⁶ Trest-ingilis sözü trust olub, mənası etibaretmə deməkdir.

- a) bazarda malların qıtlığını (defisitini) yaratmaq və ya qiymətləri artırmaq məqsədi ilə malların dövriyyədən çıxardılması;
- b) tərəf müqabili olan şəxslərə, onun üçün əlverişli olmayan müqavilə şərtlərinin təklif edilməsi və ya müqavilənin predmetinə aid olmayan şərtlərinin təklif edilməsi;
- c) digər sahibkarlıq subyektlərinin bazara daxil olmaması üçün süni maneələr yaratmaq;
- d) bazarda üstünlük əldə etmək məqsədilə qiymətləri manipulyasiya etmək;
- e) istehlakçıların sifarişi və ya ehtiyacı olan malların istehsalının azaldılması və ya dayandırılması.

Təsərrüfat subyektlərinin sazişləri nəticəsində yaranan inhisarçılıq. Birləşdikdən sonra müəyyən məhsul bazarında birgə payları 35 %-dən artıq olan, bazarda rəqabət aparan subyektlərin sazişləri. Bu sazişlər aşağıdakılara yönəlir:

- a) qiymətlərin müəyyənləşdirilməsi, qiymətlərdə güzəştlərin və əlavələrin müəyyənləşdirilməsi;
- b) auksionlarda (hərraclarda) və bazarda qiymətlərin yüksəldilməsi, azaldılması və ya bir səviyyədə saxlanması;
- v) bazarın ərazi prinsipi, satışın həcmi və ya realizə edilən malların çeşidi, satıcıların və ya alıcıların dairəsi üzrə müəyyənləşdirilməsi;
- q) müəyyən satıcıların alıcılarla müqavilə bağlamaqdan imtina edilməsi;

Antinhisar orqanları aşağıdakı əsas funksiyaları yerinə yetirirlər:

1. rəqabətin və əmtəə bazarlarının inkişafına yardım göstərməyə yönələn tədbirlərin keçirilməsi üzrə tövsiyələr verir;
2. dövriyyənin və istehsalın inhisarsızlaşdırılmasına dair tədbirlər işləyib hazırlayır və həyata keçirir;
3. təsərrüfatçılıq subyektlərinin yaranması, tövsiyə olunması və ləğvinə dair antiinhisar tələblərə riayət olunmasına nəzarət edir;
4. təsərrüfat cəmiyyətlərinin nizamlaşdırılma kapitalında səə hüququ ilə səhimlərin (payların) əldə olunmasına nəzarət edir. Çox vaxt əldə etmə bazarda təsərrüfatçılıq subyektlərinin hökmran vəziyyətinə, ya da rəqabətin

məhdudlaşdırılmasına səbəb olur. Odur ki, antinhisar orqanları belə halları daim nəzarətdə saxlamalıdırlar.

Bazar münasibətləri subyektləri qismində çıxış edən hakimiyyət orqanları və idarəetmə orqanları sırasına peşəkar iştirakçılar kimi yerli özünüidarəetmə orqanları, həm də vəzifəli şəxsləri də daxil etmək olar.

Təbii inhisar subyektlərinin fəaliyyətinin hüquqi tənzimlənməsi. Təbii inhisar subyektlərinin fəaliyyəti 15 dekabr 1998-c il tarixli «Təbii inhisarlar haqqında» Azərbaycan Respublikasının Qanunu ilə tənzim olunur. Adı çəkilən Qanunun 4-cü maddəsində təbii inhisara anlayış verilmişdir. Təbii inhisar – istehsalın texnologi xüsusiyyətlərinə görə rəqabətin olmadığı şəraitdə tələbatın ödənilməsi daha səmərəli olan və inhisar subyektlərinin istehsal etdiyi (satdığı) əmtə istehlakda başqa əmtə ilə əvəz edilə bilməyən əmtə bazarının vəziyyətidir.

Təbii inhisar fəaliyyətinin subyektini qismində təbii inhisar şəraitində əmtə istehsalı (satışı) ilə məşğul olan təsərrüfat subyektidir.

Qanun təbii inhisar subyektlərinin fəaliyyət sahələrini müəyyən etmişdir. Belə ki, Qanunun 5-ci maddəsinə əsasən, təbii inhisar subyektlərinin fəaliyyət sahələri aşağıdakılardır:

1. Neyft və neyft məhsullarının magistral boru kəmərləri ilə nəqli;
 - a. Təbii şazın boru kəmərləri ilə nəqli, saxlanması və paylanması xidmətləri;
 - b. Elektrik və istilik enerjisinin ötürülməsi və paylanması xidmətləri;
 - c. Magistral və yerli dəmir yolu xətlərinin, yol qurğu və tikililərin istismarı, hərəkəti idarəetmə və hərəkət təhlükəsizliyi fəaliyyəti, dəmir yolu stansiyaları və sərnişin vağzalları xidmətləri;
 - d. Aeroport xidmətləri, aeroportların, uçuş zolaqları və qurğuların istismarı, hava gəmilərinə aviasiya və aeropaviqasiya xidmətləri;
 - e. Metro nəqliyyatında yolların, tunellərin və stansiyaların istismarı, hərəkəti idarəetmə və hərəkət təhlükəsizliyi fəaliyyəti;
 - f. Su limanı xidmətləri, liman qurğularının istismarı, yükəşirəmə və hərəkət təhlükəsizliyi fəaliyyəti;

- g. Ümumi istifadədə olan elektrik və poçt rabitəsi xidmətləri, qəbuledici – verici radio və telefiziya stansiyaların, yüksək tezlikli qurğuların istismarı və nəzarət fəaliyyəti;
- h. Baş sutəmizləyici qurğular, magistral borular, su kəməri şəbəkəsi və onların üzərindəki təzyiq və tənzimləyici qurğuların istismarı;
- i. Kanalizasiya təsərrüfatında aerasiya, mexniki təmizləmə stansiyaları, nasosxanalar, baş və yağış kollektorları və kanalizasiya xətlərinin istismarı;
- j. Meliorasiya və irriqasiya sahələrinə aid olan su anbarları, kanallar, kollektorlar, boru kəmərləri və tendlərin istismarı;
- k. İstintaq təchizatı xidmətləri.

Sadalanmış fəaliyyət sahələrində mövcud olan təsərrüfat subyektlərinə rəqib subyektlər yarandıqda rəqabət şəraitində fəaliyyət göstərən subyektlər təbii inhisar subyektini sayılmır və «Təbii inhisarlar haqqında» AR-nın Qanunu onlara şamil edilmir.

Qanunvericilik təbii inhisar subyektlərinin fəaliyyətini əsasən iki metodla tənzim edir:

1. Əmtəə qiymətlərinin (tariflərinin) tənzimlənməsi. Təbii inhisar subyektlərinin məhsuluna qiymətlərin dövlət tənzimlənməsi Azərbaycan Respublikasının nazirlər Kabinetinin 28 sentyabr 2005-ci il tarixli 178 Nöli Qərarı ilə nizama salınır. Həmin qərara əsasən, qiymətləri (taarifləri) dövlət tərəfindən tənzimlənən malların (işlərin, xidmətlərin) siyasi təsdiq olunmuşdur.

2. Xidmət göstərilməsi əmcuburi olan istehlakçıların müəyyən edilməsi və təbii inhisar subyektlərinin istehlakçıların əmtəə üzrə ehtiyacını tam həcmdə ödəyə bilmədiyi hallarda onların həmin əmtəə ilə təmin olunmasının minimum səviyyəsinin müəyyən edilməsi.

Bu metodların tətbiq edilməsi üçün Qanunun 7-ci maddəsində təsbit olunmuş əsaslar olmalıdır: Belə ki, 7-ci maddəyə əsasən təbii inhisarları tənzimləyən orqanlar tənzimlənmə üsullarının tətbiq edilməsi haqqında qərarı konkret olaraq hər bir təbii inhisar subyektini üçün, belə bir tənzimləmənin istehsal edilmiş və ya satılmış əmtəənin keyfiyyətinin artırılmasında və bu əmtəəyə

tələbatın ödənilməsində stimullaşdırıcı rolu nəzərə almaqla qəbul edir. Bu zaman məsrəflərin nə dərəcədə əsaslandırılmış olması müəyyən edilir və aşağıdakılar nəzərə alınır.

- əmtənin istehsal və ya satış xərcləri, o cümlədən əmək haqqı, xammal və materialların dəyəri; üstəlik xərclər;
- vergilər və digər ödənişlər;
- əsas istehsal vasitələrinin dəyəri, onların təkrar istehsalı üçün zəruri olan investisiya tələbat və amortizasiya ayırmaları;
- faktiki və proqnozlaşdırılan mənfəət;
- istehsal olunan və ya satılan əmtənin keyfiyyətinin və kəmiyyətinin istehlakçıların tələbatına uyğunluğu;
- dövlət dotasiyaları və dövlət yardımı ilə bağlı tədbirlər.

3-cü sual üzrə nəticə

Bu sualda inhisar fəaliyyətinə anlayış verilir, onun növləri göstərilir və onların izahı verilir. Eyni zamanda, inhisar fəaliyyətinin modelləri təsbit olunmuşdur ki, onlara da münasibət bildirilmişdir. Həmçinin, bu sualda təbii inhisarlardan və onların fəaliyyət istiqamətlərindən də bəhs olundu.

NƏTİCƏ

Mövzunun birinci sualında biz bazarın anlayışı, növləri və subyektləri barədə danışdıq və göstərdik ki, bazar-mövcud olan və potensial alıcı bazarı toplusudur. Böazarda davranış qaydaları yalnız fəaliyyətin nizamlanmasını özündə cəmləşdirir, eyni zamanda ayrı-ayrı əməliyyatları, müqavilələri və əqdlər də nizamlayır. Öz təbiətinə görə qaydalar:

- A) icazəverici;
- B) qadağanedici;
- Ç) tələbedici ola bilər

Həmçinin, mövzunun ikinci sualında haqsız rəqabətə anlayışı verildi, onun formaları göstərildi və onların ayrı-ayrılıqda şərh verildi.

Mövzunun üçüncü sualında isə antinhisar fəaliyyətin hüquqi tənzimlənməsi barədə danışılır, burada inhisarçılığa anlayış verildi, onun növləri təsbit olundu və antiinhisar qanunvericiliyin pozulmasına görə məsuliyyətdən bəhs edildi.